



## **Hipercursos no Webjornalismo**

### **A estrutura discursiva hipertextual nas revistas online TPM e Boa Forma<sup>1</sup>**

Marcelo Oliveira Lima<sup>2</sup>  
João Eduardo Silva de Araújo<sup>3</sup>  
Leonor Graciela Natansohn<sup>4</sup>

Universidade Federal da Bahia<sup>5</sup>

#### **Resumo**

O presente texto analisa os sistemas de navegação e hiperlinkagem nas webrevistas TPM e Boa Forma com o propósito de analisar e compreender as características do jornalismo praticado na web, especialmente o jornalismo de revista, focalizando nas publicações impressas que utilizam a Rede como meio. As apreciações mostram a forma como cada uma das webrevistas que compõem o *corpus* da análise lida com os recursos hipertextuais e os estruturam para condicionar a navegação dos leitores em seus domínios.

#### **Palavras-chave**

Webrevistas, Jornalismo Online; Navegação; Hiperlinkagem

#### **Introdução**

Este artigo tem o propósito de analisar e compreender as características do jornalismo praticado na web, especialmente em sites de revistas impressas que utilizam a rede como meio. Para isso, foram analisadas as revistas TPM e Boa Forma, tanto a edição impressa quanto a digital.

A TPM é uma revista sobre moda e cultura pop voltada para o público feminino e editada pela Trip Editora. Boa Forma é uma publicação da Editora Abril, sobre saúde e beleza, também voltada para as mulheres. TPM e Boa Forma foram escolhidas por

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática de Comunicação Multimídia, do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

<sup>2</sup> Graduando do quarto semestre em Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal da Bahia, pesquisador do grupo de pesquisa em Cultura e Sexualidade (CuS) do Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura da Universidade Federal da Bahia (CULT) e bolsista PETCOM-UFBA. [marcelocaterpillar@gmail.com](mailto:marcelocaterpillar@gmail.com)

<sup>3</sup> Graduando do quarto semestre em Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal da Bahia, pesquisador do grupo de pesquisa em Cultura e Sexualidade (CuS) do Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura da Universidade Federal da Bahia (CULT) e bolsista PETCOM-UFBA. [jesilvaraujo@gmail.com](mailto:jesilvaraujo@gmail.com)

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho e tutora do Petcom. Professora da Faculdade de Comunicação da UFBA. [graciela71@gmail.com](mailto:graciela71@gmail.com)

<sup>5</sup> Este paper foi orientado pela professora Leonor Graciela Natansohn, do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal da Bahia, integrante do grupo de pesquisa em jornalismo online (GJOL) do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia (PPGCCC), tutora PETCOM-UFBA e orientadora do projeto Laboratório de Revistas On Line, do qual este artigo é resultante [graciela71@gmail.com](mailto:graciela71@gmail.com)



serem revistas de grande alcance de público – a primeira, em 2003, tinha tiragem em torno dos 40.000 exemplares e mais de 500.000 acessos mensais ao site<sup>6</sup>; a segunda, em fevereiro de 2009, teve tiragem de 250.000 exemplares e mais 700.000 acessos<sup>7</sup> – e devido à intimidade existente entre o site e a versão impressa de cada uma delas. Além de transposições de conteúdo, as webrevistas trazem complementos à revista impressa, com conteúdos exclusivos.

Através do estudo do hipertexto, uma das principais características do jornalismo online (Bardoel & Deuze, 2001, p. 5; Palácios, 2003) avaliamos se os sites pesquisados oferecem estruturas dinâmicas de navegação e leitura, permitindo amplo acesso aos seus conteúdos e serviços, além de conexões com outras páginas da web.

Os dispositivos dessas revistas manifestam-se como continuidades e potencializações de traços já existentes no jornalismo de revista praticado em suportes clássicos. Nessa perspectiva, a análise da navegação e uso da hiperlinkagem configura-se como um dos mecanismos de compreensão de produtos comunicacionais, através da observação de estrutura, engrenagem e lógica constituintes.

### **Hiperlink, hipertexto e paratextualidade**

A escrita hipertextual, elemento essencial para a navegação e exercida no jornalismo online<sup>8</sup>, diz respeito a uma prática voltada à criação de blocos de leitura multimídia (com textos, imagens, áudios, etc.) interligados entre si por links<sup>9</sup>. Essa escrita, ao mesmo tempo em que cria hiperlinks, os organiza sistemicamente. Os sistemas de hiperlinkagem conectam múltiplos locais e são utilizados por sites, blogs e redes sociais das redes telemáticas mundiais.

A navegação na web se dá por deslocamentos entre blocos de textos sonoros, visuais e escritos, unidos por links organizados dentro de uma estrutura. É a essa estrutura que chamamos de sistema de hiperlinkagem, e ela está presente de maneira diferenciada em cada sítio online visitado, auxiliando na criação de um sentido coerente de leitura dos seus conteúdos.

Há quem defenda (Noci, 1997, p. 8-9; Torres & Américo, 2003, p. 49) que a rede constitui uma quebra da linearidade na leitura, pois se começa a navegar de um

---

<sup>6</sup> Ver: <http://www.s2digital.com.br/scripts/release.asp?releaseId=15866&clienteId=361>

<sup>7</sup> Ver: <http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=7>

<sup>8</sup> Bem como em diversas outras práticas de escrita na Web.

<sup>9</sup> A tradução para link, no contexto da Web, corrente no espanhol é hipervínculo, trata-se de uma “conexão” entre um bloco de leitura e outro em um mesmo sítio ou em sítios diferentes.



ponto e pode-se perder em uma série de blocos de leitura sem que se chegue a um ponto final. Como um documento da web se conecta com outros, a leitura, não acabaria. De acordo com esse ponto de vista sobre a navegação, é corrente o juízo de que o acesso a informações da rede é confuso. Discordando dele, Marcos Palácios (1999) sugere que falemos sobre linearidade discursiva e fechamento.

A navegação, para Palácios (1999), tem um ponto inicial quando se começa a atividade de leitura. Esse ponto inicial não precisa ser, necessariamente, o início de um documento, pois pode-se acessar uma parte específica de um documento ou site, através do conhecimento da URL que se deseja encontrar. Portanto, a leitura pode começar como continuação de uma leitura anterior.

Ainda para Palácios (1999), a leitura na Web, apesar de não ter fim, tem fechamento. Decidimos o momento de parar a leitura, de parar de se perder nos links, seja porque obtivemos a informação que queríamos, ou por quaisquer outras razões, inclusive dificuldades em localizar algo que procurávamos navegando. O fechamento finaliza o tempo de leitura, e exploração dos links, embora não se possa afirmar que se esgotaram as possibilidades de conexões do documento hipertextual.

Essa argumentação é importante porque mostra que existe uma completude na atividade de navegação na Web. O percurso que seguimos enquanto navegamos é sempre linear, embora seja diferente para cada leitor<sup>10</sup>. Este percurso pode ser remontado ao pensarmos em cada link anterior pelo qual passamos antes do documento atual em que se está navegando – evidencia-se assim, uma linearidade discursiva que, pelo tempo que durar a leitura, tem começo, meio e fechamento. Nesse esquema, como já dito anteriormente, o começo pode ser, também, uma continuidade, retomada de um fechamento anterior.

### **Elementos considerados para análise**

Admitindo-se que, para a atividade de um leitor, o discurso na Web é linear, podemos identificar e discutir os aspectos essenciais da hiperlinkagem, são eles: a escrita hipertextual e o uso dos links como paratexto.

Landow (1997) aponta cinco características principais da escrita hipertextual falando na literatura na Web, essas características são apropriadas por Mielniczuk e

---

<sup>10</sup> Os links em que um leitor clica são diferentes dos clicados por um outro leitor.

Palácios (2001) para falar, especificamente, sobre o jornalismo praticado na Web, são elas:

- a) Estrutura Rizomática: capacidade de acessar qualquer hipertexto partindo de qualquer outro hipertexto, abolindo, progressivamente, as hierarquias na apresentação do conteúdo de um site, blog, ou outro sítio qualquer;
- b) Intertextualidade – representa a relação do hipertexto com textos contidos fora dos domínios de um site, através de hiperlinks;
- c) Intratextualidade – representa a conexão do hipertexto com textos contidos dentro dos domínios do próprio site, com o uso de hiperlinks;
- d) Multivocalidade - presença de textos realizados via colaboração ou que sejam polifônicos, através da fragmentação e conexão de conteúdos providos pela Web;
- e) Descentralização - possibilidade da eleição de centros de leitura dentro do site, como um todo, e em cada bloco de texto.

O link auxilia a organização da escrita hipertextual, assim como é condição essencial para existência da hiperlinkagem, assumindo, para alguns autores, a função de paratexto. Para Genette e Lewin (1997), discutindo literatura impressa, o paratexto é “aquilo que permite que o texto se torne um livro e seja oferecido enquanto tal para seus leitores e para o público de um modo geral”. Ou seja, o paratexto seria o conjunto de elementos que limitam o texto principal e o oferece enquanto tal. Corresponde à “zona de transição e de transação entre o texto e o leitor” (Mielniczuk & Palácios, 2001, p.7-8). Mielniczuk e Palácios (2001, p.8) explicam que é “uma zona de transição, pois é a partir do paratexto que o leitor ‘entra’ no texto e transação pois é através do paratexto que o leitor elege o texto”<sup>11</sup>.

No hipertexto, os links para o próprio site ou para fora dele costumam ser utilizados como elementos de paratexto. Os textos principais são rodeados de imagens, vídeos, menus, que também são links para estes conteúdos. Por isso, para estudos de hiperlinkagem, é importante considerar o caráter paratextual do link.

Palácios e Mielniczuk (2001) elencam quatro funções paratextuais que podem ser cumpridas pelo link:

- a) fazer apresentação do texto central;
- b) ser o elemento de negociação (transação) entre leitor e texto;
- c) realizar a transição (acesso) entre o leitor e o texto;

---

<sup>11</sup> Na literatura impressa, a capa, as notas de rodapé, a paginação, etc. são exemplos de paratexto, pois limitam e indicam a presença do texto principal.

d) situar-se nas fronteiras do texto, estabelecendo-lhe os limites.

Essas características foram, sem embargo, levadas em consideração na análise das revistas apreciadas.

Com efeito, também faz-se necessário notar que uma navegação mais hipertextual, embora aproveite melhor a potencialidade da web de fazer com que cada leitor construa sua própria linearidade, não necessariamente é desejado. Para um leitor habituado aos meios tradicionais, a não existência de seqüências prefixadas de leitura pode vir a ser até mesmo incômoda.

### **Sistema de Hiperlinkagem da TPM**

O site da TPM oferece poucos recursos de navegação hipertextual com a página, mas dispõe de uma interface de bastante simples e fácil de usar. Dividiremos em três níveis a análise da estrutura do site.

O primeiro nível (ver Anexo I) é a página inicial (*home*). Na parte superior desta página dispomos de uma barra da UOL, dois *banners* (da TPM e da Trip), um sistema de busca e o menu do site. A barra da UOL possui *ads* que levam para fora da página. O *banner* da TPM funciona como o link para o *home* da página e o da Trip é o link para o site da revista masculina. O sistema de busca permite especificar o que se deseja encontrar: vídeo, áudio, fotos e edições. O menu rápido do site funciona como um índice de revista, destacando suas seções, blogs e também a divisão de conteúdo por temas como mídia, beleza e cultura pop, além de links levam a material relacionado aos leitores e ao site da Trio, Essa seção da página principal está presente em todas as páginas do site.

No espaço intermediário da página há diversos links, em forma de texto e imagem, nuvens de *tags*, menu interativo com as notícias mais acessadas, vídeos da TV TPM, um *shuffle* com links sorteados de notícias disponíveis no arquivo do site e um *blogroll* com os blogs da TPM. Os diversos links dessa parte funcionam como atrativo para conteúdos específicos dos sites, como notícias mais recentes ou mais acessadas. A barra de *shuffle* é constante para todas as páginas do site. O *blogroll* se transforma em caixas de links para notícias mais visitadas e *Google ads*. Esse espaço intermediário funciona como a “capa” do site da TPM, mostrando diversas manchetes e conteúdo diversificado.

Na coluna lateral à direita da página temos *banners* e textos que funcionam como links. Há o fixo “Minha TPM” que serve para cadastrar-se no site, uma opção de

*feeds* e outra de boletim do site. Abaixo, desses componentes, ainda na coluna lateral, ficam propagandas da TRIP. Nas outras páginas essa coluna lateral é fixa, mudando apenas as propagandas da TRIP, que podem ser links para páginas da própria TPM.

Na seção inferior, temos um *banner* da TRIP Editora e um sistema de busca. O sistema de buscas é exatamente igual ao da porção superior do site. Esta seção também está disponível em todo site.

O segundo nível do site (ver Anexo II) são as páginas que filtram conteúdo por tema, termo pesquisado, *tag* e ranking de acessos. Essas páginas têm constituição bastante similar entre si. Elas mantêm a parte superior, inferior e lateral da “capa”, sofrendo modificações apenas na parte central da página que traz diversos links para os conteúdos específicos, em formato de texto e imagem, como acontece com a porção central da página principal do site. Além disso, essas páginas disponibilizam acesso para notícias mais comentadas e/ou mais recentes. O resultado do sistema de busca, que também funciona como página de segundo nível, não contém imagens, apenas textos que são hiperlinks.

O terceiro nível (ver Anexo III) é o conteúdo específico – matérias, ensaios fotográficos, vídeos, blogs, dentre outros. A estrutura das páginas é basicamente a mesma encontrada no segundo nível, com o conteúdo específico na porção central da página e nenhuma modificação no restante da página. Os hiperlinks encontrados nos conteúdos específicos dessas páginas são poucos, funcionando, freqüentemente, apenas para prosseguir na leitura do conteúdo quando este é fragmentado em partes.

É possível notar que o hipertexto na revista TPM não permite uma navegação muito fragmentada, uma vez que a maioria das páginas do site não possui links intertextuais e os intratextuais não deslocam o leitor na leitura, pois não estão contidos nas páginas do terceiro nível. Dessa forma, não existe estrutura rizomática de navegação: o terceiro nível, por não possuir links relacionados ao conteúdo publicado, pode acabar esgotando o interesse do leitor em permanecer no site.

As páginas de segundo nível, que realizam a mediação de conteúdos, são fáceis de usar, pois há poucas e claras opções sobre o que se pode fazer. É possível ler todos os conteúdos concentrados e organizados nessas páginas. A navegação por *tags* e o sistema de busca, que facilitariam maior integração e intratextualidade do site, são pouco eficientes. O sistema de busca não permite procura avançada e algumas vezes não retorna resultados pra termos procurados, mesmo que estes existam nos textos. Os *tags* não são relativos a *posts* do site, resultando que a maioria delas não leva a página

alguma. O recurso de *shuffle*<sup>12</sup> de notícias talvez seja o que melhor cumpre a função intratextual da escrita em hipertextos.

A estrutura do site pode servir a diversos usos. Para alguns leitores, por exemplo, a navegação na TPM é objetiva, com poucos e bem organizados links, o que facilita encontrar um conteúdo específico e encerrar a atividade de leitura. No entanto, para outros leitores ainda não é o suficiente, pois eles esperam encontrar uma maior quantidade de informações relacionadas e agregadas. Há diversas maneiras de uma estrutura de navegação ser apropriada pelo leitor na criação de sua linha de leitura.

### **Sistema de Hiperlinkagem da Boa Forma**

O site da revista Boa Forma tem uma interface intuitiva, o que facilita a navegação mesmo para usuários menos experientes. Para fins de análise, o dividimos em três níveis, tal como fizemos com TPM. Comum a todos eles há um “esqueleto” da página, que se mantém fixo e aparece em qualquer nível.

Esse esqueleto possui uma barra superior da editora Abril, que conta com um sistema de busca por palavra e pode remeter para outros sítios da editora. Logo abaixo, um pequeno *banner* publicitário que anuncia também produtos editoriais da Abril, como a revista Veja. Clicando nesse *banner* o usuário é redirecionado para um sítio na internet onde pode assinar a revista em questão. Abaixo do *banner*, do lado esquerdo, há o logo da Boa Forma. Ao clicar nesse logo de qualquer lugar do sítio o usuário pode voltar para a *home*. Inferiormente, há o menu principal e, fora da *home*, debaixo dele, uma série de outros menus.

No fim da página, em qualquer dos sítios, há uma barra de links úteis, que permitem acesso direto ao mapa do site, *faq*, termos de uso, assinaturas, expediente, contato da revista, *newsletter* e anúncios, e, por fim, também em todos os níveis há um menu da Abril e um menu publicitário como parte mais inferior da página, de onde o usuário pode acessar outras revistas, comprar produtos, etc.

No primeiro nível (ver Anexo IV), a *home*, no centro há uma foto com acesso às principais manchetes daquela edição, e abaixo, espalhadas, várias outras notícias – com fotos de tamanho variado – às quais o usuário pode acessar diretamente com um único clique. Do lado direito, na *home*, um menu dos blogs da revista ocupa o canto superior,

---

<sup>12</sup> O *shuffle* é o emparelhamento de links de diferentes conteúdos de datas de publicação e temas aleatórios, sorteados do banco de dados do site.



e outros menus os cantos abaixo, a saber: notícias da redação, um *banner* publicitário menor que o superior, também com produtos da Abril, um pequeno vídeo publicitário, menu de vídeos, mais publicidade, ranking de mais buscadas dividido em três tópicos: dietas, *fitness* e beleza e *banners* ligados à própria revista, inclusive um que possibilita que o leitor “folheie” a edição daquele mês.

No segundo e terceiro níveis, do lado direito da página, há um menu de vídeos mais acessados, dietas mais buscadas, dois *banners* publicitários e links para acessar as páginas principais dos podcasts e do horóscopo boa forma.

As páginas de segundo nível (ver Anexo V) não se diferenciam muito entre si, e podem se dividir em dois tipos principais: há aquelas nas quais é possível acessar aos conteúdos através dos títulos dos blocos informativos em barras de rolagens, e aquelas nas quais os blocos informativos estão ranqueados por ordem decrescente de atualização (mais atualizados primeiro). É interessante notar que o acesso assim é bastante facilitado, o leitor que navega um pouco por qualquer das seções logo percebe como funcionam todas elas.

As páginas de terceiro nível (ver Anexo VI) são aquelas nas quais se encontram os blocos informativos propriamente ditos. Nelas, não é possível acessar qualquer parte do hipertexto a qualquer momento – embora seja possível acessar qualquer sessão do sítio, inclusive a *home* – e o leitor pode “folhear” as páginas web como se folheasse as páginas da revista, embora seja possível passar só as fotos / só o texto, isoladamente. Os links que existem para outros blocos de informação muitas vezes soam um pouco forçosos do ponto de vista temático e se repetem em partes diferentes do texto (aparecem os mesmos links num intervalo de espaço no meio do texto e no final, por exemplo).

Há ainda páginas que fogem a esse sistema de organização em três níveis (ver Anexo VII), principalmente aquelas que trazem conteúdo exclusivo para a web ou são recursos do sítio, como tabelas de calorias personalizadas, página de vídeos, sessões de comentários ou mesmo os blogs. Também nessas sessões o acesso é facilitado e intuitivo, e elas incluem menus específicos, possibilidade de organização multimodal, etc.

Percebe-se que a navegação através do sítio é multimodal e bastante descentralizada e rizomática. Nesse sentido, o sistema de navegação da revista Boa Forma é bastante interessante, pois não é nada confuso, embora seja possível acessar praticamente qualquer parte do sítio a partir de qualquer outra. Os problemas começam





quando passamos para as páginas de terceiro nível, que possuem um modo de navegação na maioria das vezes engessada, não permitindo que o leitor navegue pelas lexias<sup>13</sup> aleatoriamente, tendo que segui-lo como na revista tradicional.

Além disso, não há links dentro dos conteúdos informativos de terceiro nível para blocos de texto de fora do sítio, nem mesmo para outros sítios da Abril. As notícias que são linkadas entre si muitas vezes não apresentam afinidade temática, aparentando uma falta de coerência.

### **Algumas comparações entre as webrevistas TPM e Boa Forma**

A interpretação analítica dos dados levam a concluir que o sítio web da revista Boa Forma possui muito mais recursos hipertextuais, permitindo uma leitura mais descentrada do que o da TPM, além de ser mais rizomático.

Quando consideramos, porém, apenas o terceiro nível e deixamos de lado parte do paratexto da página (menus laterais que podem ser acessados a qualquer momento, rankings de vídeos ou notícias isolados do bloco informativo central do terceiro nível, etc.), podemos observar que as revistas apresentam poucas diferenças, como a possibilidade que a Boa Forma proporciona de navegar distintamente entre as fotos e os textos como blocos separados, mas que em geral há poucos recursos hipertextuais nos blocos informativos específicos deste nível. Mais uma vez, porém, vale ressaltar que não se pode incorrer no erro de acreditar que mais recursos hipertextuais são mais desejáveis.

### **Referências bibliográficas**

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. **Network journalism**: Converging competences of media professionals and professionalism. In: Australian Journalism Review, Austrália/NZ Reference Center, fevereiro de 2001, p. 91-103. Disponível em:

<https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/3201/BardoelDeuze%20NetworkJournalism%202001.pdf?sequence=1>. Capturado em: 8 de abril de 2009.

GENETTE, Gérard; LEWIN, Jane E. **Paratexts**: Threshold of Interpretation (literature, Cultura, Theory). Cambridge: Univ. Pr., 1997.

LANDOW, George. **Hypertext 2**: the convergence of contemporary critical theory and technology. Baltimore: The Johns Hopkins, 1997.

---

<sup>13</sup> Lexia é um “pedaço” de um texto mediado por um intertítulo.

MIELNICZUK, Luciana; PALÁCIOS, Marcos. **Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web: o link como elemento paratextual.** In: X Encontro Nacional da COMPÓS, Brasília, junho 2001. Disponível em: [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001\\_mielniczuck\\_linkparatextual.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuck_linkparatextual.pdf). Capturado em: 8 de abril de 2009.

NOCI, Javier Díaz. **Tendencias del periodismo electrónico.** Una aproximación a la investigación sobre medios de comunicación en Internet. In: Revista Zer, nº 2, Leioa. Universidad del País Vasco, maio de 1997, p. 33-54. Disponível em: <http://www.ehu.es/diaz-noci/Arts/A12.pdf>. Capturado em: 8 de abril de 2009.

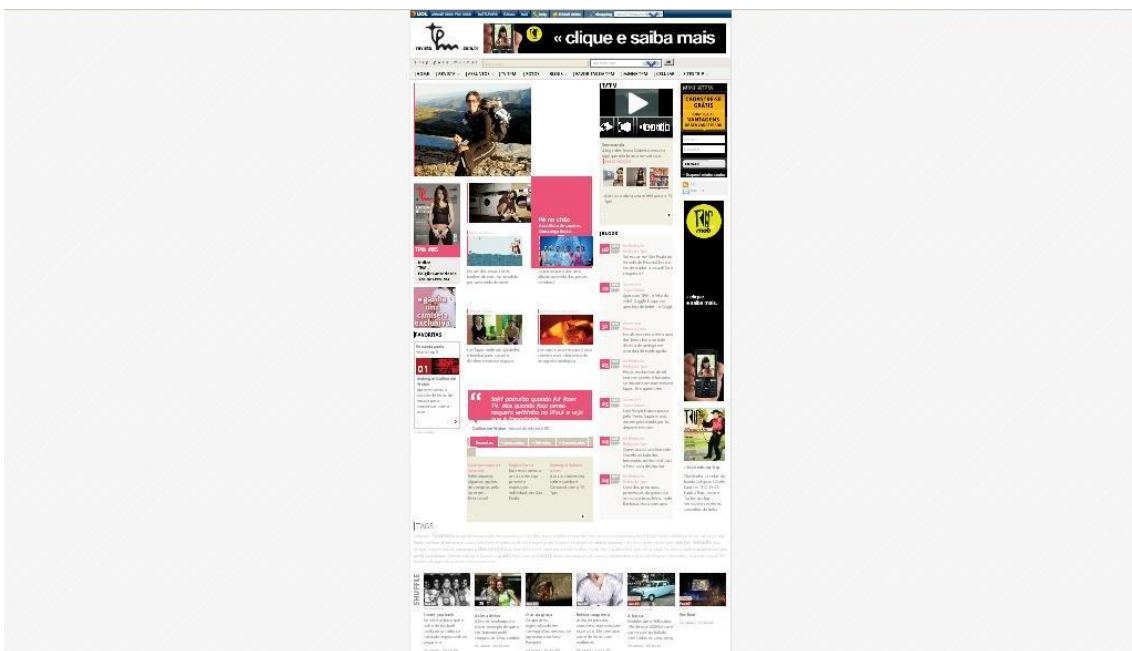
PALÁCIOS, Marcos. **Hipertexto, Fechamento e o uso do conceito de não-linearidade discursiva.** Lugar Comum, Rio de Janeiro, n. 08, p. 111-121, 1999. Disponível em: [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/1999\\_palacios\\_hipertexto\\_naolinearidade.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/1999_palacios_hipertexto_naolinearidade.pdf). Capturado em: 8 de abril de 2009.

\_\_\_\_\_. **Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: O Lugar da Memória.** In: MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos (orgs.). Modelos do jornalismo digital. Salvador: Ed. Calandra, 2003. Disponível em: [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003\\_palacios\\_olugardamemoria.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003_palacios_olugardamemoria.pdf). Capturado em: 8 de abril de 2009.

TORRES, Elvira García de; AMÉRICO, Maria José Pou. **Características de la comunicación digital.** In: NOCI, Javier Diaz; SALAVERRIA, Ramón (orgs.). Manual de Redacción Ciberperiodística. Barcelona: Ed. Ariel Comunicación, 2003.

## Anexo I

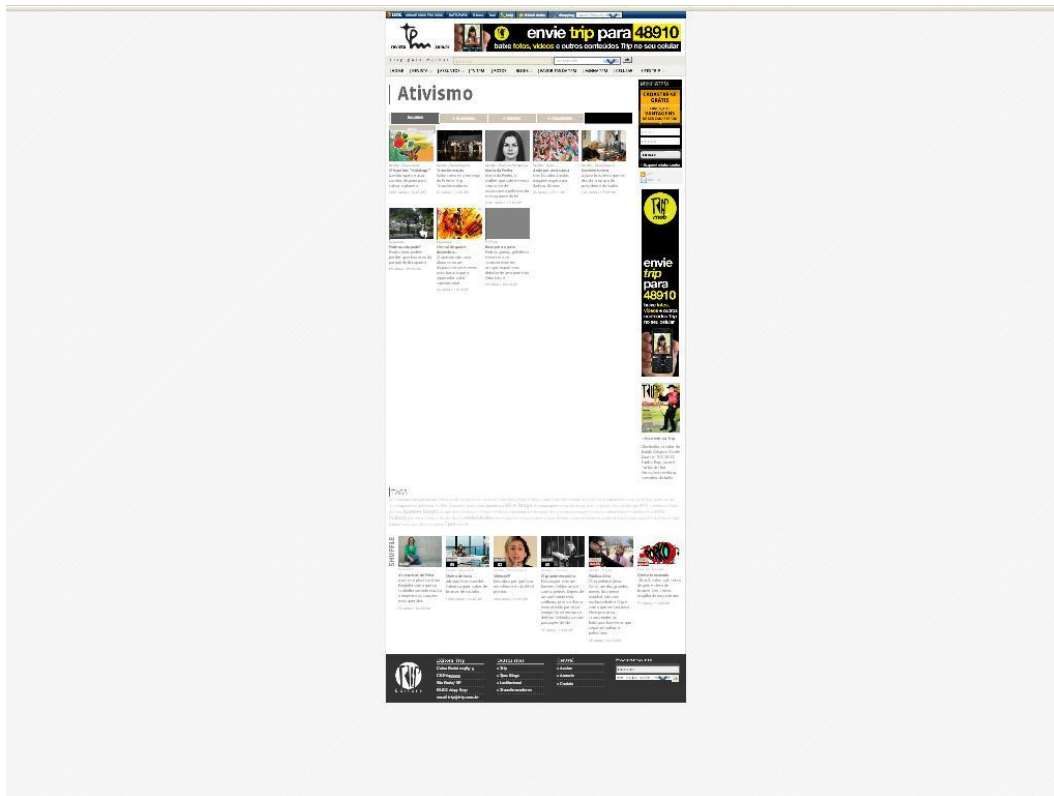
Homepage do website da revista “TPM”



## Anexo II

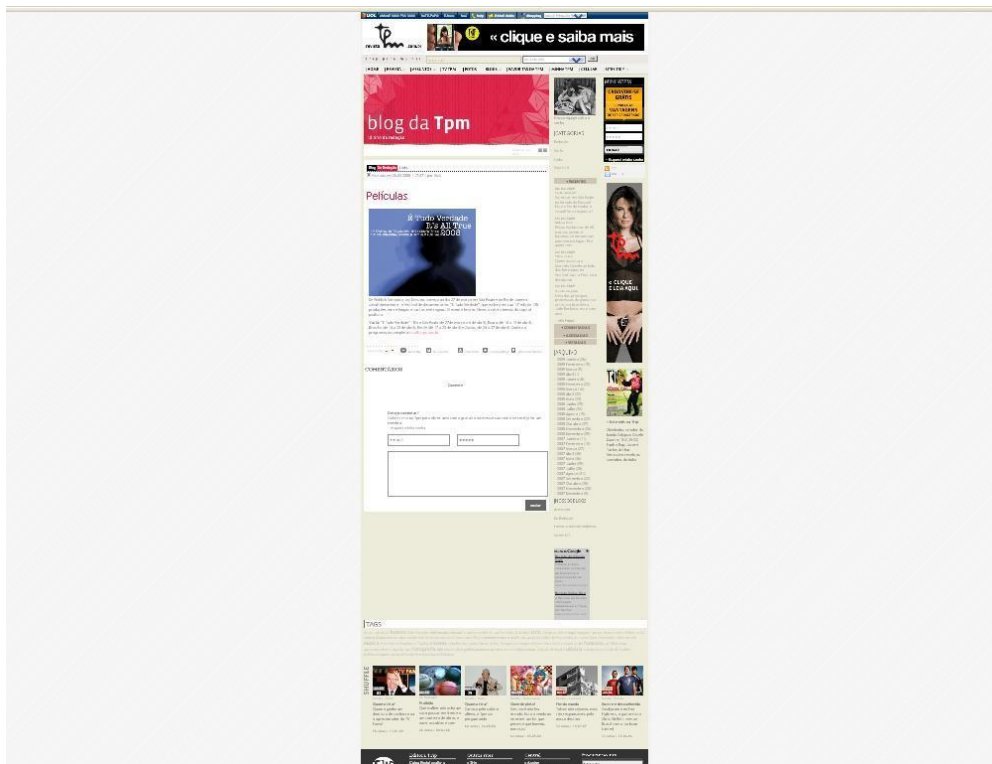


## Segundo nível – TPM



## Anexo III

### Terceiro nível – TPM





## Anexo IV Homepage do website da revista Boa Forma

ABRIL.com | SITES ABRIL | CELULAR | ASSINE | SHOPPING | BUSCA

AGORA CHEGOU SUA VEZ DE PARTICIPAR.

# BOA FORMA

ENCONTRE NO SITE | Assine agora BOA FORMA e a Abril que sai 2 parcelas por mês e mais. Comece a pagar só em R\$ 9,95! Aprender!

Você só começa a pagar em 05/04!

- DIETA E NUTRIÇÃO
- RECEITAS LIGHT
- SAÚDE
- BELEZA
- FINANÇAS
- FAMOSAS
- BEM-ESTAR
- DESAFIO DA BALANÇA
- REVISTA
- COLUMNISTAS

**CONCELEBRAÇÃO**  
- 14 quilos em 3 meses  
Andrezza (atriz) conta como conseguiu

**DIETA DA NOIVA**  
Dieta = exercício para brilhar no altar

**DIETA**  
Bela que emagrece  
Composição e benefícios

**SAÚDE**  
Infecção urinária  
é uma doença simples, mas pode virar um problema!

**FINANÇAS**  
Treino no minitrampolim

**NOSSOS BLOGS**  
**MALHADORA DE CARTEIRINHA**  
Outra amiga no gancho - 05/04

**O GOSTOSO DA DIETA**  
Jantar pronto em minutos - 06/04

**NOTÍCIAS DA REDAÇÃO**  
- Circuito Mizure: 10 Milhas no Rio de Janeiro  
- Yoga de São  
- Pacote de Bêe Pádua Sobrinha

**VENHA MALHAR COM BOA FORMA. É grátis!**  
Body Jam - 11/04, às 10h  
Workshop: o bem-estar e a saúde estão no prato - 11/04, às 11h

**APROVADO PARA FAZER**  
uma assinatura de **HEALTH**. Clique Aqui!

**ESPECIAL DE PASCOA**  
- Doce saudável  
- Chocolate emagrece  
- Receita light:  
Torta de Pascoa com  
barra de cereal  
- Bolo de chocolate  
com doce de leite  
- Standby de cookies  
dos ovos de Pascoa  
- Curiosidades sobre o  
chocolate

**BELEZA - Corte e cabelo**  
Mudança de visual faz  
um bem danado  
para a autoestima.  
Parece a recruta!

- Hobbies em look  
dos famosos  
- Quanto custa para  
você se inspirar

**SAÚDE**  
Infecção urinária  
não dá para bobear!

**OLHO MÁGICO**  
O que você faz para  
tentar o estral?  
Ana Furlan, Gabriela Satta,  
Tatá Marcolini...

**BELEZA**  
Fino trato  
Conheça três novos atores para  
controlar estresse e firmar os seios.

**TESTE**  
Você é como deus?  
Avalie o seu corpo e equilibre  
a balança

**PROJETO BARRIGA CHAPADA**  
Confira a nova aula:  
O treino que desenhou a  
barriga de Cristine  
Fernandes

**Aula anterior:**  
- Um super-treino de  
canilhada para acabar  
com o peso e a pocheta

**GAZOTA DA CAPA**  
Claudia Ohana

- A receita para a chape  
trêz em 45 dias  
- Veja imagens  
de vários momentos da  
atriz

**Nome do Bebe**  
Descubra o significado, origem e  
curiosidades de mais de 1.500 nomes  
**Consulte a numerologia**

**DIETAS** FITNESS BELEZA

- 1 - Dieta dos pontos
- 2 - Dieta do chá branco
- 3 - Dieta do chá verde
- 4 - Dieta da sopa
- 5 - Dieta do shake

- Veja mais dietas

**GALERIA DE FOTOS**  
- Veja mais fotos de famosas

**COLUMNISTAS**  
Mostrar especialistas tiram as suas dúvidas

**BERNA TOLOGIA**  
"Como acabar com  
as estral?"  
23/03, Luiza Drey

**NUTRIÇÃO**  
"O que seria uma  
reunião e não  
comprometer a dieta?"  
27/03, Luiza Drey

- Veja mais columnistas

**ENQUETE DO MÊS**  
FAMOSAS  
Por que Claudia Ohana  
chama a atenção?

- Veja mais enquetes

**DESAFIO DA NOIVA - PARTE 2**  
Você merece ser  
a noiva mais linda  
desse mundo

- 10 kg em 3 meses
- Gastronomia saudável
- Controle a ansiedade
- Cardíaco 27 fase
- Beleza de noiva

**Men'sHealth**  
OS HOMENS DA MEN'S HEALTH QUEREM SABER!  
Qual a parte do corpo dele que você mais gosta?

**COMUNIDADES BOA FORMA. Participe e dê o seu recado!**

**DE BEM COM A VIDA**  
O stress do dia-a-dia está  
incutindo na sua beleza?  
Relaxe e fique ainda  
mais bonita!

**GRÁVIDA EM BOA FORMA**  
Tá tudo  
dubido sobre  
dieta e  
exercício na  
gestação?

**VOM DE BIKI**  
No parquinho,  
primeira na  
cidade. Você  
está sem por  
el pedalarão?

**CLÉBIA DAS CORDEIRAS**  
Para quem faz  
parte desse  
time ou quer  
começar a  
correr

**PROJETO LEITORA**  
Queremos  
saber o que  
você pensa  
sobre a  
revista

**NEWSLETTER**  
Assine a nossa newsletter semanal e  
saiba quais as novidades do site!

**BOA FORMA NO CELULAR**  
Emagreça com a nossa app. Disponível  
para iOS e Android.

Informações na  
medida certa, do grande  
até os 5 anos de idade  
do seu filho.

**Bebe**  
Clique aqui  
e confira!

MAPA DO SITE | DOVIDAS | TERMOS DE USO | ASSINATURAS | EXPEDIENTE | FALÉ CONOSCO | NEWSLETTER | ABRILCIE

Abri! | Assine a revista | Assine a revista

CLUBE DO  
ABRILCIE

Assine Boa  
Forma e  
comece a pagar  
apenas em  
R\$ 9,95!

Assine BOA  
FORMA 2 parcelas  
por mês e mais!

Assine Saúde!  
para quem  
quer se cuidar  
e ficar mais  
forte!

Assine  
Vestir!  
para quem  
quer se vestir  
e ficar mais  
bonita!

Assine Boa  
Forma Especial  
Culário, Perfume  
e mais!

Assine  
Especial Boa  
Forma Dietas  
do Mundo  
e mais!

Copyright 2009 Editora Abril S.A.  
Todos os direitos reservados. All rights reserved.



## Anexo V Segundo nível – Boa Forma

The screenshot displays the 'Boa Forma' website interface. At the top, there is a navigation bar with categories like 'SITES ABRIL', 'CELULAR', 'ASSINE', and 'SHOPPING'. Below this is a search bar and a main header for 'BOA FORMA'. The central content area features an article titled 'dieta e nutrição' with a sub-heading 'Maracujá (o bloqueador natural de gordura)'. The article text describes a recipe for Maracujá as a natural fat blocker. To the right of the article, there are several interactive elements: a 'Quanto quilos você quer perder?' section with dropdown menus for weight loss goals (e.g., 'Até 2 quilos em 1 semana'), a 'Que tipo de dieta você quer fazer?' section with options like 'Uma dieta de emergência', and a 'DESAFIO PIRATA' section with treasure chest icons. Below these are sections for 'PODCAST', 'HORÓSCOPO BOA FORMA', 'CONCURSOS CULTURAIS', and 'você pergunta dieta e nutrição'. The left sidebar contains a vertical menu with various site sections like 'DIETA E NUTRIÇÃO', 'RECEITAS LIGHT', 'BELEZA', etc. At the bottom, there is a 'canal de compras' section with product listings and a footer with copyright information for Abril S.A. in 2009.



## **Anexo VI**

### **Terceiro Nível – Boa Forma**





Abri.com | Notícias | Esportes | Diversão | Saúde | Mulher | Meu site | BUSCA

**CLIQUE AQUI E ACERTE A BOCA DO PALHAÇO!**

# BOA FORMA

Assine agora **BOA FORMA** e a Abril paga até 2 parcelas pra você! E mais: Comece a pagar só em **R\$ 9,90!** Assine!

ENCONTRE NO SITE  OK

MAPA DO SITE | BANCO DE RECEITAS

Olá! Deixe nosso site ajudá-lo a perder peso. **Clique aqui para saber como!**

- DIETA E NUTRIÇÃO
- RECEITAS LIGHT
- BELEZA
- SAÚDE
- FITNESS
- FAMOSAS
- BEM-ESTAR
- DESAFIO DA BALANÇA
- REVISTA
- NEWSLETTER
- EU CONSEGUI!
- ESPORTES DE AVENTURA
- BILOS DA REDAÇÃO
- BILO DA CORREDORA
- ORAÇÃO EM BOA FORMA
- COLUNISTAS
- HORÓSCOPO
- interatividade
- CLIC TV
- BATE-PAPO
- MINHA DIETA
- CONTE CALORIAS
- TESTES
- ENDUETES
- CONCURSOS
- multimídia
- VIDEOS
- PODCAST
- CELLULAR

## dieta e nutrição

### Perca até 4 kg em 15 dias com a dieta do chá de hibisco

Você adora descobrir novos aliados para facilitar a perda de peso? Então, aí vai uma boa notícia: a infusão da flor de hibisco tem vários efeitos contra as gordurinhas. Quatro leitoras testaram e aprovaram – o gostinho do chá! *por Eliana Coimbra | Fotos: Gettyimages, Tara*

Mais uma dieta do chá? Sim, mas ela começa com uma notícia surpreendentemente gostosa: o chá de hibisco não é amargo. Tem sabor suave de framboesa - dá até para sentir aquele azedinho da fruta -, além de proporcionar vários efeitos positivos no organismo: estimula a queima de gordura corporal, facilita a digestão, regulariza o intestino e combate a retenção de líquido. Ou seja, é um aliado e tanto na perda de peso.

O que dá esse poder ao hibisco? Sobretudo a alta concentração de antocianina - pigmento da família dos flavonóides -, que tem ação antioxidante (tira boa parte dos radicais livres de cena) e anti-inflamatória (combate a inflamação das células, permitindo que elas voltem a exercer totalmente suas funções). Resultado: "O organismo deixa de acumular toxinas - substâncias tóxicas que difíceis de eliminar", explica Lucyanna Kalluf, nutricionista funcional especializada em fitoterapia do Instituto Alpha de Saúde Integral, em São Paulo.

Dutras substâncias (enzimas e mucilagens) presentes na planta agem em áreas diferentes. No estômago, facilitam a digestão; no intestino, impedem parte da absorção do carboidrato e da gordura dos alimentos; e nos rins, anulam temporariamente a ação do hormônio antidiurético, quando o organismo aproveita para se livrar do excesso de líquidos. Ainda não acabou: "O hibisco tem vitamina C, que diminui a pressão na parede dos vasos sanguíneos, melhorando a circulação, e cálcio, mineral importantíssimo para os ossos e um facilitador na perda de peso, segundo estudos recentes", afirma a bióloga Lúcia Helena Guerra Arentes, de Belo Horizonte.

Pronta para ir atrás da flor? Calma, tem um detalhe importante: "O chá de hibisco é feito das flores e botões do hibisco suberifera, espécie diferente daquela ornamental, comum nos jardins", alerta Maria de Fátima Ramos, médica homeopata e membro da Sociedade Brasileira de Fitoterapia (Sobrafito). Por isso, confira o nome científico da planta no rótulo. Outro detalhe: o chá sozinho, você sabe, não faz milagre. Ele deve ser associado a uma dieta. E não adianta tomar um cházinho para livrar o organismo das toxinas e comer alimentos superultraprocessados, cheios de sódio, corantes e conservantes.

Lucyanna Kalluf montou um cardápio com alimentos funcionais (eles também estimulam o bom funcionamento do organismo) que, à convite de BOA FORMA, foi seguido por quatro leitoras. Em 15 dias, elas emagreceram e reduziram a circunferência abdominal sem sacrifício. Ao contrário: a maioria adorou a dieta e o gostinho do chá!

Nesta matéria:

- Perca até 4 kg em 15 dias
- Cardápio fácil: 1200 calorias + chá de hibisco
- As regras básicas da dieta e as opções do mercado
- Modo certo de fazer o chá + ervas para acelerar a dieta
- A opinião das leitoras que testaram a dieta

Páginas: 1 2 3 4 Próxima

Envie para uma amiga  
Adicione à sua lista de favoritos!

ABRIL 2009

Links Patrocinados

**Dieta Para Leigos®**  
Emagreça 4kg a Cada 11 Dias Com Estas 10 Regras Simples!  
www.DietaParaLeigos.com

**Emagrecer 7kg em 13 dias**  
Sem privações ou sofrimentos. Quitosana Pura® hoje, frete grátis  
www.QuitosanaPura.com.br

**Perca peso fácil**  
Emagreça com Chá Vermelho Autêntico Resultado aprovado  
www.chavermelhoautentico.com

MAPA DO SITE | DÚVIDAS | TERMOS DE USO | ASSINATURAS | EXPEDIENTE | FALE CONOSCO | NEWSLETTER | ANUNCIE

AbriSac.com | AssineAbri.com | Seleccione uma revista | LojaAbri.com

Clique e saiba tudo sobre sua assinatura!

**CLUBE DO ASSINANTE**

O clube que convida e reconhece você.

Assine Boa Forma e comece a pagar apenas em 09/90!

Assine GLOSS ganhe 2 parcelas e pague só em junho!

Assine Saúde por 1 ano e reciba 3 parcelas grátis!

Assine Women's Health por 1 ano e reciba 1 parcela grátis!

Revista Rosa Forma Especial Cabida Perfeita - R\$7,40

Revista Especial Boa Forma Dietas do Shake - R\$7,40

Canal de compras

**SHOPPING**

Busca Produtos Em todo site **Busca** **Produtos**

NutriMundi Beleza e Saúde Pó Nutricional (Shake) A Vista R\$ 96,00

Shopping Abril Câmera Digital 3730 Bateria A partir de R\$ 326,00

Netalcoes Bicicleta Equilibrada Calor Em 12x de R\$ 87,42

Compra Fácil Prancha Cerâmica Easy 2' Tall Em 3x de R\$ 23,80

Abri

Copyright © 2009 Editora Abril S.A. Todos os direitos reservados. All rights reserved.





## Anexo VII

### Páginas fora do padrão de níveis – Boa Forma

SITES ABRIL
CELULAR
ASSINE
SHOPPING

Notícias
Esportes
Diversão
Saúde
Mulher
Meu site

**A cada participação publicada em nosso site, VEJA plantará uma muda de árvore nativa na Mata Atlântica**

**proposta: Ambiente 16 Investir em fontes renováveis de energia**

# BOA FORMA

ENCONTRE NO SITE

[MAPA DO SITE](#) | [BANCO DE RECEITAS](#)

**Assine agora BOA FORMA**  
 e a Abril paga até **2 parcelas** pra você! E mais: Comece a pagar só em **05/06!**  
**Aproveite!**

Assine **Women's Health**

## VÍDEOS

LISTA DE VÍDEOS
POR ASSUNTO
PLAYLIST

# BOA FORMA

## fitness

### Cadáver

**loga: postura do cadáver**

Savasana, a postura do cadáver, relaxa e diminui o stress. Aprenda a fazer o exercício de forma correta!

Permalink deste vídeo:  
<http://boaforma.abril.com.br/videos/externo.html?id=681>

LISTA DE VÍDEOS
POR ASSUNTO
PLAYLIST

**Fitness**

**loga: postura do cadáver**

Savasana, a postura do cadáver, relaxa e diminui o stress. Aprenda a fazer o exercício de forma correta!

**Fitness**

**loga: postura do triângulo**

Trikonasana, a postura do triângulo, fortalece e alonga quadris e coluna. Aprenda a fazer o movimento de forma correta!

**Fitness**

**loga: postura do cachorro olhando para bai**

Adho mula svanasana, a postura do cachorro olhando para baixo, alonga os músculos atrás das costas e a coluna. Aprenda a

**Fitness**

**loga: postura do guerreiro II**

Ustrasana, a postura do guerreiro II, fortalece as pernas e exercita a flexibilidade do quadril. Aprenda a fazer o

456 vídeos

[MAPA DO SITE](#) | 
 [DÚVIDAS](#) | 
 [TERMOS DE USO](#) | 
 [ASSINATURAS](#) | 
 [EXPEDIENTE](#) | 
 [FALE CONOSCO](#) | 
 [NEWSLETTER](#) | 
 [ANUNCIE](#)

**AbrilSac.com**

Clique e saiba tudo sobre sua assinatura!

CLUBE DO ASSINANTE

O clube que conhece e reconhece você.

**AssineAbril.com** Seleccione uma revista

Assine Boa Forma e comece a pagar apenas em 05/06!

Assine GLOSS ganhe 2 parc. pagas e pague só em junho!

Assine Saúde! por 1 ano e reciba 1 parcela grátis!

Assine Women's Health por 1 ano e reciba 1 parcela grátis!

**LojaAbril.com**

Revista Boa Forma Especial Cabelo Perfeito - R\$7,40

Revista Especial Boa Forma Dietas do Shake - R\$7,40

Copyright © 2009 Editora Abril S.A.  
 Todos os direitos reservados. All rights reserved