



O uso do Hipertexto em Blogs de Jornais Online¹

Paolla Wanglon²

Universidade Federal de Santa Maria (USFM), Santa Maria, RS

RESUMO

O blog é um meio nativo da *web* incorporado cada vez mais à cobertura jornalística feita por veículos de comunicação tradicionais em suas versões online. Como específico do meio *web*, oferece recursos únicos para a construção da narrativa, entre eles o hipertexto. O presente artigo busca, por meio da observação dos blogs disponibilizados por grandes jornais em suas versões online, constatar se o uso dos blogs por tais jornais incorpora a absorção da utilização do hipertexto como recurso narrativo específico do meio.

PALAVRAS-CHAVE: blogs; hipertexto; webjornalismo.

Introdução

A partir da criação de blogs para reportar o desenrolar dos eventos ocorridos em Nova Iorque em 11 de setembro de 2001, começou-se a questionar o papel que os blogs poderiam exercer no jornalismo. A pouca informação oferecida pela mídia tradicional levou o mundo a buscar respostas nos blogs, fazendo do atentado o ponto chave para o blog como fonte de informação:

Nós tivemos uma explosão de testemunhos pessoais e públicos, e alguns deles eram bastante poderosos. Eu me lembro do velho clichê que dizia que os jornalistas escreviam o primeiro rascunho bruto da história. Bem, agora os blogueiros é que estavam escrevendo esse rascunho. (Gillmor apud Andrews, 2006).

Blood (2003) defende que o blog pode sim ser usado como suporte para o jornalismo, desde que os princípios utilizados pelos suportes tradicionais, , como a

¹Trabalho apresentado no IJ5 – Comunicação Multimídia do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 17 a 19 de maio de 2010.

O presente trabalho integra um projeto de pesquisa mais amplo intitulado *Os Blogs como Fator de Ampliação e de Melhora da Qualidade na Cobertura Jornalística*, que é realizado com o apoio do UOL (www.uol.com.br), através do Programa UOL Bolsa Pesquisa, processo número 20090215203001.

² Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, e integrante do Grupo Jornalismo Digital (JorDi) da UFSM; e-mail: paollawanglon@gmail.com
O trabalho foi orientado por Luciana Mielniczuk, professora Adjunta do Departamento de Ciências da Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática, ambos da UFSM. Doutora em Comunicação e Cultura Contemporânea pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). E-mail: luciana.mielniczuk@gmail.com



procura da imparcialidade, objetividade e multiplicidade de fontes, sejam levados em conta durante o manejo da informação.

Além disso, Blood defende que os blogs certamente serão usados pelo jornalismo tradicional. Nos Estados Unidos, em 2006, 86% dos 100 maiores jornais americanos haviam incorporado blogs às suas versões online (PALACIOS, 2006). No entanto, para Palacios, a utilização dos blogs pelos meios tradicionais ainda é precária, uma simples mudança de suporte:

Ricardo Noblat, Josias de Souza, Teresa Cruvinel, Helena Chagas, Marcelo Ambrósio, Mariana Carneiro, Jorge Bastos Moreno, Maria Inês Dolci e tantos outros jornalistas brasileiros militando nos grandes jornais on-line apenas simulam fazer Blogs. Continuam produzindo suas tradicionais colunas (de opinião, de confidências, de críticas), que mudaram de nome e se tornaram mais dinâmicas, com atualização contínua e a possibilidade de inserção de comentários dos leitores. Falta-lhes inserção na cacofonia criativa da Blogosfera (PALACIOS, 2006).

Levando em conta as considerações de Palacios (2006) e Blood (2003) acerca do uso de blogs como suporte para o jornalismo e utilizando as considerações de Mielniczuk (2003) sobre a hipertextualidade no webjornalismo, pretendemos, neste artigo, estudar o uso do hipertexto pelos blogs disponibilizados por jornais online de grande representatividade em diversos países: Folha de São Paulo³ e Zero Hora⁴ (Brasil); La Nación⁵ (Argentina); El País⁶ (Espanha); Publico⁷ (Portugal); e The New York Times⁸ (Estados Unidos).

A importância do hipertexto

Para Mielniczuk (2003), o webjornalismo passa por três fases distintas. Na primeira geração, os conteúdos dos jornais impressos eram apenas transpostos para um

³ < <http://www.folha.uol.com.br/> >

⁴ < <http://www.zerohora.com.br/> >

⁵ <http://www.lanacion.com.ar/>

⁶ < <http://www.elpais.com/> >

⁷ < <http://www.publico.pt/> >

⁸ < <http://www.nytimes.com/> >



espaço *online*, sem modificação na linguagem ou disposição do texto. Na segunda geração, apesar de ainda existir grande dependência à publicação impressa, os jornais passam a utilizar recursos específicos da *web*, como chamadas de capa com links para as matérias e o e-mail como forma de comunicação com os leitores.

Já na terceira geração do webjornalismo, os jornais passam a criar produtos jornalísticos especificamente para a *web*, procurando explorar as especificidades do meio, utilizando recursos interativos e de multimídia para o enriquecimento da narrativa. O hipertexto passou a ser utilizado de forma a criar links entre diferentes histórias e informações, e não só como recurso técnico para a organização das páginas internas do site.

O blog, sendo considerado o primeiro meio nativo da *web* (ORIHUELA, 2006), a partir do momento em que passou a ser utilizado para difundir informações nem sempre presentes na mídia tradicional começou aproximar-se do campo jornalístico, e foi adotado pelos meios de comunicação tradicionais (FOLETTTO, 2009). Assim sendo, a apropriação do blog por jornais tradicionais pode ser mais uma característica da terceira geração do webjornalismo.

Ainda segundo Mielniczuk (2003), o webjornalismo de terceira geração apresenta seis características específicas: multimídia/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização, memória e instantaneidade.

A hipertextualidade é a interconexão de unidades informativas por meio de links. De acordo com Pierre Lévy (1993), o hipertexto funciona de forma fractal, compondo uma rede heterogênea de informações, abarcando texto, vídeo, imagem e som. Essa possibilidade de relacionamento de informações dá possibilidades de criação de narrativas complexas e específicas da *web*.

Neste artigo, fazemos o estudo do uso da hipertextualidade nos blogs disponibilizados por jornais tradicionais, a fim de estabelecer um mapeamento de tendências dentro de tais veículos, identificando ou não a incorporação desta especificidade da narrativa na *web*.

Os casos estudados

Observamos os blogs disponibilizados por seis jornais no período entre julho de 2009 e março de 2010. Os objetos foram escolhidos por sua representatividade no meio jornalístico de referência. Cada caso apresenta um número distinto de publicações



em plataforma blog, e assuntos também distintos entre aqueles tratados por seus blogueiros. Apresentamos, a seguir, uma breve descrição do tratamento do blog por cada jornal.

Folha de São Paulo

A Folha de São Paulo é um dos jornais líderes na imprensa brasileira. Traz o link para sua página de blogs no cabeçalho da página, colocado juntamente com os links para as colunas jornalísticas e arquivos de áudio disponibilizados pelo jornal.

A página de blogs oferece uma listagem em ordem alfabética, juntamente com um pequeno resumo do blog e uma foto de seu autor, totalizando 26 blogs.

Zero Hora

O jornal Zero Hora é o jornal de maior circulação em Porto Alegre, capital do estado do Rio Grande do Sul. Traz o link para sua página de blogs na coluna lateral esquerda de sua *home*. Os 101 blogs ativos podem ser dispostos por ordem de atualização ou por ordem alfabética, de acordo com a preferência do usuário.

O uso de blogs por Zero Hora é bastante voltado para a versão impressa do jornal, funcionando como extensão de cadernos impressos. Outra característica é a falta de ênfase na identidade do blogueiro, que muitas vezes assina posts com o próprio nome, mas não é identificado como autor do blog.

La Nacion

É um dos principais jornais argentinos. O link para a seção de blogs de La Nacion não faz parte de nenhum menu rápido; apenas pode ser localizado ao rolar a página, onde encontra-se abaixo das manchetes de notícias e colunistas. Apesar da posição, traz destaque para os 4 últimos blogs atualizados.

Na página de blogs, os 27 links são agrupados em duas colunas, trazendo uma imagem referente ao blog, seu título e seus autores. Existe grande ênfase na identidade do blogueiro.

El País

É um jornal espanhol com central em Madrid, com grande difusão no país. A página inicial de El País apresenta um menu horizontal superior que dá acesso a todas as editorias do jornal, incluindo a seção de blogs, apresentada sem diferenciação das outras



seções. A página à qual o link dá acesso apresenta setores distintos, separados por *frames*, formando quatro quadros distintos.

O quadro principal apresenta os 31 blogs do jornal ainda ativos, por ordem de atualização, trazendo o título do blog, seu autor e o título da postagem mais recente.

Público

Periódico português. O link para a página de blogs de Público encontra-se no cabeçalho da página principal, levando a uma página que lista o 6 blogs da publicação. Os blogs são dispostos em duas linhas, com uma imagem, título do blog e nome dos autores.

The New York Times

Grande jornal norte-americano. O link para a página de blogs de The New York Times localiza-se na coluna lateral esquerda, junto a outros links da publicação. Dá acesso a uma página que dispões os 74 blogs, mostrando título do blog, breve resumo e link para assinatura de Feeds RSS.

Crítérios Utilizados

Não consideramos a simples presença de um hiperlink na página do blog como uso de hipertexto. O hiperlink pode ser definido, simplesmente, como a ligação entre um documento e outro na *web*. A mera utilização deste recurso técnico não está em questão aqui, mas sim a utilização do hiperlink para estabelecer uma relação de conexão entre documentos, imagens, arquivos, de forma a tornar mais densa uma narrativa textual, no caso os posts dos blogs, e criar uma rede de informações complementares. Utilizamos os seguintes critérios para determinar o uso do hipertexto, sendo considerados apenas aqueles links utilizados dentro do texto dos posts:

1. Apresentação do link dentro do contexto da narrativa (atrelando o link a uma palavra, frase ou expressão do texto do post);
2. Linkagem para informações diversas (não apenas páginas internas do veículo);
3. Reincidência de utilização (link encontrado em mais de três posts da página inicial do blog no momento da observação).



Utilizando tais critérios, acessamos cada blog individualmente para verificar a presença ou não do hipertexto. Os dados coletados foram agrupados em tabelas e partimos para a análise dos dados.

Jornal	Blogs que Usam o Hipertexto	Blogs que não usam o Hipertexto	Total de Blogs
Folha de São Paulo	7	19	26
Zero Hora	15	86	101
La Nacion	22	5	27
El País	17	14	31
Público	2	4	6
New York Times	66	8	74

Tabela 1: Dados coletados a partir da observação dos blogs.

Em função da grande disparidade entre a quantidade de blogs observados em cada veículo, e procurando tornar a visualização mais clara, optamos pela exposição dos dados em números percentuais. O Gráfico 1 apresenta a porcentagem de blogs de cada veículo que faz uso do hipertexto de acordo com nossos critérios de análise.

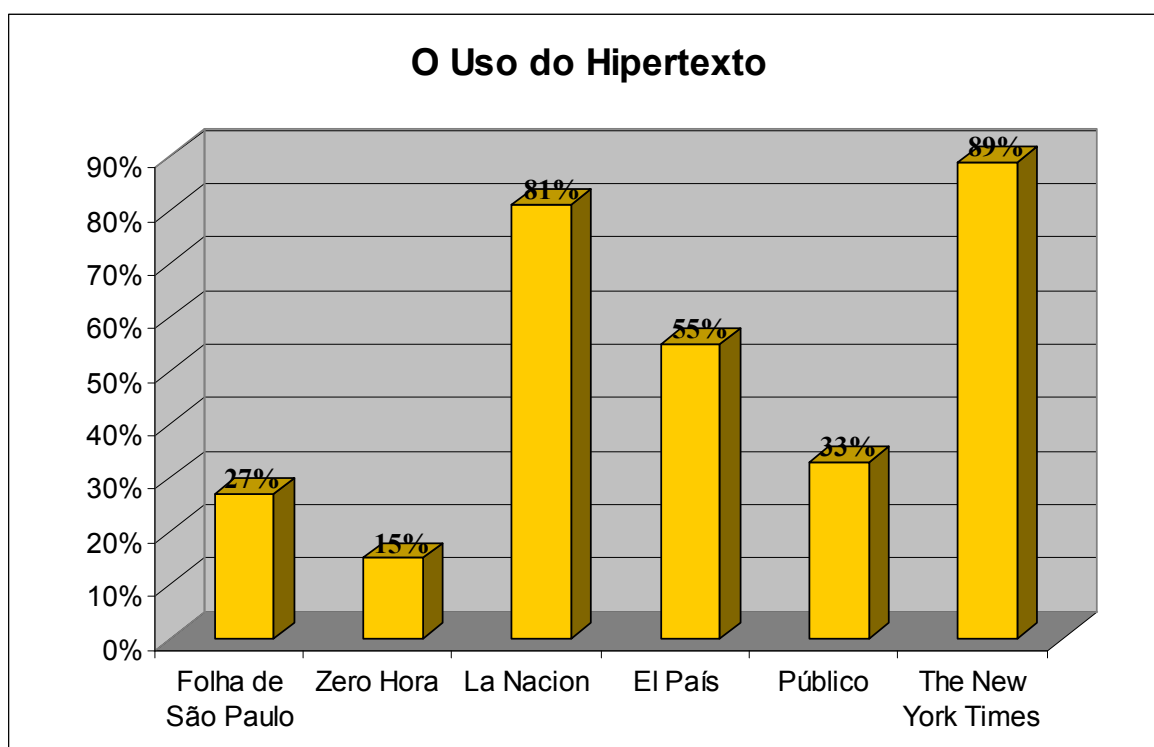


Gráfico 1: O uso do hipertexto nos blogs de cada veículo.

Como pode ser observado, apenas três dos setes blogs estudados utilizam o hipertexto em mais da metade de seus blogs. Partindo de um ponto de vista geográfico e



considerando a representatividade dos jornais estudados, é possível constatar que os jornais brasileiros são os que menos utilizam o hipertexto em seus blogs, seguido pelo jornal português.

Conclusões

Considerando que menos da metade dos jornais utilizam o hipertexto de forma representativa (mais de 50%) em seus blogs, podemos concluir que a absorção das possibilidades narrativas específicas da *web* por estes jornais, mesmo que dentro de um meio nativo, o blog, ainda é incipiente.

Podemos concluir, também, que a apropriação do blog por veículos jornalísticos tradicionais ainda é precária. O blog ainda não é utilizado como um meio nativo, com características específicas, mas como uma "falsa novidade - pois o que está ali aparenta ser novo, mas não é - e [os veículos jornalísticos] ignoram as potencialidades que o blog pode utilizar, tornando-se assim meros apropriadores e redutores da ferramenta." (FOLETTTO, 2007).

No entanto, veículos como The New York Times, La Nacion e El País, mostram que já valorizam a apropriação do blog e de linguagens específicas da *web*. A apropriação da linguagem específica é um primeiro passo para a elaboração de novos métodos de reportagem que utilizem o hipertexto e recursos multimídia de forma complementar, de forma a explorar todas as potencialidades da *web* em favor da cobertura jornalística.

Outra conclusão a ser considerada é a disparidade entre a apropriação do hipertexto e do blog por jornais brasileiros e de outros países, evidenciando uma carência na forma como nossos veículos utilizam a *web*.

REFERÊNCIAS

ANDREWS, Robert. **9/11: Birth of Blogs**. 2006. Disponível em:
<<http://www.wired.com/news/culture/media/0,71753-0.html>>. Acesso em: 10 mar. 2010.

BLOOD, Rebecca. **Weblogs and Journalism in the Age of Participatory Media**. In:
REBECCA'S Pocket, 2003. Disponível em: <
http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs_journalism.html>. Acesso em: 10 mar. 2010.



FOLETTTO, Leonardo. **Os weblogs como elementos propulsores do alargamento do campo jornalístico**. Trabalho de Conclusão de Curso, UFSM, 2007.

_____. **Blogosfera X Campo Jornalístico: aproximação e conseqüências**. In: AMARAL, Adriana; MONTARDO, Sandra; RECUER, Raquel (Orgs.). *Blogs.com: Estudos sobre blogs e comunicação*. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da Inteligência**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. Tese de Doutorado. FACOM/UFBA, 2003.

ORIHUELA, José Luis. **Weblogs y Blogosfera: el medio y la comunidad**. In: ORIHUELA, Jose Luis et al. *Blogs: La conversación em internet que está revolucionando medios, empresas y a ciudadanos*. 2ª edição. Madrid: ESIC Editorial, 2006. p. 15-47

PALACIOS, Marcos. **Blogosfera e jornalismo online no Brasil ou porque Noblat, Josias e cia. não fazem Blogs**. In: *Revista LUPA*, Salvador, 2006. Disponível em: <http://docs.google.com/View?docid=adf4grpvm38_28gc7rm9>. Acesso em: 10 mar. 2010.