



## **A Interatividade com o Webleitor: Casos da Folha Online e da Tribuna de Minas<sup>1</sup>**

Antonio Celestino Rosa<sup>2</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora, MG

### **Resumo**

Este texto pretende investigar a existência de mecanismos de interatividade nos webjornais Folha Online e Tribuna de Minas. Fez-se uma análise prévia de uma amostra do seu potencial público, com a aplicação de questionários a 100 estudantes do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora, para averiguar as formas de interação praticadas para com a webnotícia. Já a análise dos webjornais deu-se com a observação de seus conteúdos, para verificar a utilização ou não da interação com o usuário. Sendo a interatividade uma característica importante no webjornalismo, cruzamos os dados das análises do público e dos webjornais citados, para obtermos um panorama de como essa potencialidade vem sendo exercida.

### **Palavras-chave:**

Interatividade; Webjornalismo; Webnotícia.

### **1 – Introdução**

A World Wide Web<sup>3</sup> tornou possível ao jornalismo potencializar as suas características. Um produto novo, então, passa a ser oferecido ao público que, por sua vez, também poderá assumir uma nova postura diante de uma notícia. A participação ativa do usuário é um ponto fundamental para que se possa usufruir dos recursos que a web oferece à prática e ao consumo do jornalismo. Junto com a hipertextualidade e com a multimídia, a interatividade é uma das três características que se destacam na função de dar à webnotícia uma forma distinta das notícias veiculadas nos outros meios de comunicação. Mas para que esse novo produto seja de fato algo atrativo e diferente, é preciso que a tríade jornalista-jornal-leitor se adapte às novas formas de emissão, recepção e interação.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 05 – Comunicação Multimídia do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 13 a 15 de maio de 2010.

<sup>2</sup> Graduado em Comunicação Social pela UFJF.

<sup>3</sup> Sistema de alcance mundial para o acesso aos websites através da internet, com interface gráfica que facilita o acesso pelos usuários.



Para esses componentes reformulados no noticiário da internet, adotamos aqui os termos webjornalismo, webjornal, webjornalista, webnotícia e webleitor, seguindo a linha de Murad que diz que o conceito de jornalismo encontra-se relacionado ao meio que permite a difusão das notícias (MURAD, 1999, p. 3), neste caso a web. Por isso, o uso do termo “webjornalismo” é defendido por autores, como Luciana Mielniczuk, que argumenta ser natural o termo webjornalismo, já que chamamos telejornalismo o feito na televisão, radiojornalismo o voltado para o rádio e jornalismo impresso o impresso em papel (MIELNICZUK, 2003, p. 26). João Canavilhas justifica o emprego da denominação “webnotícia” por tratar-se de um produto feito da convergência entre elementos como texto, som e imagem, cuja produção exige a atuação de um “webjornalista” que saiba aproveitar as características da internet. O mesmo autor usa o termo “webleitor”, pois o receptor não é mais apenas um leitor, telespectador ou ouvinte (CANAVILHAS, 2001).

Na tentativa de contribuir com as pesquisas sobre como estão se comportando esses novos elementos do processo midiático, buscamos analisar como os webjornais Folha Online e Tribuna de Minas estão lançando mão da interatividade para com o seu público. Tal observação faz-se relevante, pois são os veículos de comunicação quem dão (ou não) ao usuário a chance de atuar ativamente na difusão de informação. Como a webnotícia dá ao webleitor o poder de intervenção, deve-se agora dotar o profissional de jornalismo não só de conhecimentos técnicos sobre o novo meio como também de perícia para lidar com o novo tipo de receptor que pode se tornar um elemento ativo no processo de comunicação midiática. Oferecer os mecanismos necessários para que haja a interação deve ser uma das metas dos jornais que se lançaram na internet, se quiserem usufruir das potencialidades do meio.

A disponibilização de campos para comentários é um dos artifícios mais utilizados para que o webleitor venha a contribuir com o conteúdo. Por isso, analisamos, sobretudo, esse ponto, ao coletarmos dados em uma edição dos citados webjornais. A triagem prévia dos comentários ainda é um obstáculo para a interação imediata. Esse fato faz parte do dilema sobre até em que ponto deve-se dar voz ativa ao usuário. Analisar os comentários antes de publicá-los é uma maneira de os jornais se precaverem contra críticas agressivas e postagens tendenciosas publicadas em suas páginas, mas isso



quase sempre decorre em atraso no *feedback*<sup>4</sup> com o webleitor. Esse fato merece ser visto com atenção, pois os usuários da web não têm a mesma paciência dos leitores dos jornais impressos. Dessa forma, eles esperam dos jornais da internet um *feedback* mais rápido e apropriado ao meio no qual estão consumindo notícias. Ao enviar um comentário, o webleitor sente-se conversando com o jornalista. Por isso, é de se esperar uma frustração quando a publicação da sua opinião ou a resposta a ela não venha com o imediatismo de um bate-papo.

Com o desenvolvimento da interatividade, a voz ativa do receptor ajuda o jornalista a conhecer melhor o seu público e descobrir suas demandas. O jornalismo de mão única já vinha sendo desmanchado em veículos como o rádio que abria espaço para telefonemas dos ouvintes, porém, em ritmo lento se comparado com a necessidade de participação que o webjornalismo agora institui. Contudo, para que a interatividade se dê satisfatoriamente, os mecanismos para tal devem estar bem dispostos e serem de fácil manejo, condições que analisaremos mais adiante.

## 2 – O Papel da Interatividade

Escolhemos analisar a interatividade por ser essa uma das principais potencialidades no webjornalismo, o qual também traz como características atualmente aceitas a hipertextualidade, a multimídia, a instantaneidade, a memória, a personalização e a ubiquidade. Essas sete características, de acordo com Canavilhas, são suficientes para instituir uma modalidade de jornalismo na web (CANAVILHAS, 2008, p. 154). Para Mielniczuk “os sistemas em hipermídia são interativos por permitir que os usuários naveguem pela informação” (MIELNICZUK, 2000, p. 4). Essa afirmação indica que o clique nos *links*<sup>5</sup> do hipertexto já constitui uma forma de interação, principalmente nos sistemas mais elaborados que podem contar inclusive com enquetes e infografias animadas.

Na leitura hipertextual multilinear o usuário tem mais de um percurso de leitura possível. Uma webnotícia, construída com os recursos disponíveis no webjornalismo, oferece mecanismos para que o usuário encontre mais informações de um determinado assunto e também para que entre em conteúdos multimídia. Com isso

---

<sup>4</sup> Neste caso, a palavra feedback foi usada no sentido de resposta a um estímulo.

<sup>5</sup> Unidade da notícia (palavra ou imagem) marcada para dar acesso a outra célula informativa; ao passar por cima dessa unidade, o cursor do mouse geralmente se transforma em uma mão.



pode-se acabar com a recepção passiva e abrir caminho para que o usuário colabore no processo jornalístico. A escolha do caminho a ser seguido já é uma forma de interação. Postar comentários, participar de fóruns de discussão, votar em enquetes, enviar e-mails e propor sugestões de pauta são outras formas com as quais o webleitor pode interagir com os jornalistas, com o jornal e com os outros receptores.

É preciso que os webjornalistas saibam compor suas notícias de modo a criar vínculos de cooperação com o seu público. Chamar o usuário a colaborar na composição do relato jornalístico, com comentários, e-mails ou quaisquer formas de adendos, é importante. Investir em *layouts*<sup>6</sup> mais atrativos e que facilitem a visualização dos comentários enviados pode ser uma solução. No contexto da web, o receptor pode passar a ser também um personagem ativo no processo de composição das notícias, como exemplifica Canavilhas:

Jornalista e leitor assumem um papel duplo, tornando-se simultaneamente emissor e receptor, contribuindo para o enriquecimento da notícia através de opiniões ou até com outros links. A notícia torna-se numa espiral, gerando-se a si própria e multiplicando-se num emaranhado de opiniões e links que a tornam num produto sempre inacabado. (CANAVILHAS, 2002, p. 4).

Analisamos, aqui, apenas a interação que consiste no envio consciente de informações (e-mails, votos, comentários, reclamações, sugestões de pauta e fóruns) pelos webleitores aos webjornais e aos webjornalistas. Dizemos envio consciente porque o contrário também pode acontecer: se o dono do site contar com uma boa assessoria em web, ele consegue utilizar mecanismos que lhe enviam dados sobre o usuário sem que este saiba.

A forma como a interatividade está se dando no webjornalismo é foco de estudos que visam apurar se as potencialidades estão sendo de fato postas em prática. É certo que o seu uso vai depender de uma melhor formação dos jornalistas e de uma nova postura por parte dos leitores. Um sistema interativo em um webjornal torna a webnotícia mais atrativa e explora mais a capacidade crítica do usuário. Essa característica também pode gerar a tendência de criação de novos públicos, como destaca Elisabete Barbosa:

A interactividade não será, certamente, a única diferença entre o jornalismo tradicional e o jornalismo online. No entanto, é vista como

---

<sup>6</sup> Aparência do website.



uma ferramenta fundamental na criação de novos públicos, nomeadamente entre as camadas mais jovens, onde os leitores já não são apenas espectadores, mas também participantes no processo de formação de notícias, o que poderá reforçar a capacidade de intervenção de alguns cidadãos. (BARBOSA, 2001, p. 6)

A vontade de interagir está presente no usuário da internet. O próprio meio o exige para que se possa fazer a navegação hipertextual e utilizar muitos dos seus produtos. Porém, essa vontade depara-se com um webjornalismo que ainda procura uma consolidação. Dessa forma, o webleitor ávido por produzir conteúdo e que não encontra nos webjornais formas de interatividade que lhe satisfaçam, está fazendo ele próprio as suas páginas de notícias. Prova disso é o crescimento dos blogues. Investir em opções de interatividade é, então, uma tarefa a ser feita para trazer esse potencial do usuário para cooperar na webnotícia.

### **3 – Participação do Usuário**

A interação com um meio começa pelo acesso a ele. Antes de analisarmos os webjornais propostos, procuramos saber se os webleitores estão procurando exercer as formas de interatividade. Numa pesquisa quantitativa<sup>7</sup>, aplicamos questionários a 100 estudantes do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora, os quais foram escolhidos de forma aleatória, com visitas às salas de aula. O questionário foi aplicado no mês de outubro de 2009, em um único dia. A finalidade foi coletar dados como costume de enviar e-mails, comentários, sugestões de pauta e reclamações aos jornais e também hábitos de entrar nos fóruns de discussão sobre o conteúdo publicado. As questões são fechadas e a maioria das respostas tem apenas as opções: nunca, algumas vezes ou sempre.

No nosso público de 100 estudantes, 67% costumam ler sempre notícias na internet. Os outros 33% costumam ler algumas vezes. Com relação à frequência de acesso aos fóruns de discussão sobre as notícias veiculadas nos webjornais, 51% dos voluntários responderam que nunca o fazem. Os outros 49% assinalaram que acessam algumas vezes. Consideramos esse acesso o ato de entrar em páginas criadas para debater os assuntos expostos pelas webnotícias ou mesmo os chats sobre o tema.

---

<sup>7</sup> A pesquisa fez parte do corpo da monografia de conclusão do curso de graduação em Comunicação Social, por Antonio Celestino, em 2009, na Universidade Federal de Juiz de Fora.



Perguntamos aos voluntários com que frequência enviam e-mails aos webjornalistas. Esse é um recurso interativo que tem facilitado a comunicação não só nos webjornais, mas também nos outros meios de comunicação. Com o envio de e-mails, os webleitores podem questionar, elogiar ou reclamar sobre as intenções e os efeitos da webnotícia publicada, debatendo diretamente com quem a escreveu. Porém, dos estudantes analisados, apenas 9% costumam enviar e-mails algumas vezes para os jornalistas dos quais lêem as notícias, enquanto que 89% responderam que nunca enviam. Essa situação pode apontar para uma falha do próprio webjornal, como investigaremos a seguir.

Além dos e-mails, os comentários são uma forma eficiente de interagir com a webnotícia de maneira instantânea. Esse é, inclusive, um mecanismo muito utilizado pelos nossos voluntários, já que 49% deles os postam algumas vezes. A postagem de comentários pode esbarrar na existência de moderadores<sup>8</sup> mas, se o webjornal contar com um trabalho rápido de sua equipe, a moderação não virá a atrapalhar a instantaneidade do meio. Apesar de 51% do público estudado terem declarado nunca postar comentários, o fato de praticamente a metade fazer uso desse recurso pode ser considerado um dado positivo. Seja com o envio de e-mails ou com a postagem de comentários, os canais rápidos de comunicação entre receptor e emissor podem trazer benefícios para ambos os lados.

As reclamações enviadas também são úteis aos webjornais, pois lhes permitem tomar ciência de possíveis insatisfações do seu público e trabalhar para melhorar a qualidade do seu conteúdo. O envio de reclamação é o que mais esbarra na moderação, já que, em tese, a nenhum jornal agrada ter uma possível falha apontada aos olhos de todos. Entre os estudantes questionados, 15% afirmam enviar reclamações algumas vezes para os jornais da internet. Os outros 85% nunca enviam. Novamente frisamos que o uso dos recursos de interatividade no webjornalismo depende não só dos webleitores mas, sobretudo, dos webjornais, os quais têm que oferecer os mecanismos para que essa interação ocorra de forma satisfatória e atenda à sua potencialidade.

Completando as formas de interação analisadas, temos os dados referentes ao envio de sugestões de pauta para os webjornais. Talvez por ser algo ligado mais

---

<sup>8</sup> Moderador é a pessoa destacada pelo jornal para ler as mensagens recebidas e avaliar se estão de acordo com as normas de publicação (tanto éticas quanto de formatação).



propriamente às rotinas de produção, o nível de participação apurado foi baixo: 9% enviam algumas vezes e 91% nunca enviam.

#### **4 – Interação na Tribuna de Minas**

Para obtermos uma amostra sobre como os webjornais estão fazendo uso do potencial da interatividade, analisamos uma edição da Tribuna de Minas<sup>9</sup> e da Folha Online<sup>10</sup>. A finalidade foi investigar a existência de *links* como: comente a matéria, envie e-mail e outros do gênero. Verificamos também a quantidade de comentários postados e a participação em enquetes. Escolhemos um webjornal regional e outro nacional não para fazer uma comparação direta entre os dois, mas para termos um universo que seja válido para o processo de interação dos nossos voluntários, buscando satisfazer os princípios de proximidade e influência.

Analisamos as notícias publicadas na edição do dia 03/11/2009 da Tribuna de Minas, tanto na primeira página quanto em seus cadernos<sup>11</sup>. O acesso ao site foi feito das 23:45h às 00:00h, como forma de coletar os últimos números da edição. Todas as notícias traziam o *link* ‘comentar matéria’. No Caderno 2 foram consideradas apenas as matérias, sendo desprezadas as seções “César Romero” (bastidores), “Confira” (agenda cultural), “Na TV” (programação televisiva) e não foram contabilizadas as colunas semanais. Além das notícias, no Caderno 2 ainda há as seções onde os leitores enviam depoimentos e compartilham suas experiências: Arena, Eu Fui e Diário de Bordo. A Tribuna utiliza um sistema de cadastro dos usuários que é feito para o acesso às notícias. O webleitor não precisa pagar, mas deve cadastrar um endereço de e-mail, uma senha e indicar o seu nome ao jornal. Já quando vai comentar, é preciso preencher outro formulário com nome, e-mail, cidade e telefone.

Apesar da existência do mecanismo de interação, nenhuma das matérias obteve comentário, conforme mostra a tabela a seguir. Para testar o sistema, enviamos um comentário sobre uma das notícias, mas o mesmo não foi publicado. A demora entre a postagem e a publicação, ou mesmo a não publicação do comentário, indica a existência de um moderador. O jornal indicava que a publicação poderia se dar na edição impressa, o que não atende ao nosso fim.

---

<sup>9</sup> Webjornal regional cuja redação situa-se na cidade de Juiz de Fora (MG) - [www.tribunademinas.com.br](http://www.tribunademinas.com.br)

<sup>10</sup> Webjornal nacional cuja redação principal situa-se na cidade de São Paulo (SP) - [www.folha.uol.com.br](http://www.folha.uol.com.br)

<sup>11</sup> A primeira página foi escaneada e compõe a monografia de graduação de Antonio Celestino (2009, p. 52-53).

Notícias – Tribuna de Minas – Edição de 03/11/2009	Comentários
Primeira página	
Eletrônicos chegarão mais baratos no Natal – economia	0
Emendas começam a ser apresentadas – política	0
Feriado tem 5 feridos em acidentes – geral	0
Prefeito participa de bate-papo no Mamm – caderno 2	0
Tupi já pensa no Mineiro – esportes	0
Opinião	
Painel	0
Os vereadores têm todo o direito de disputar, pois, estando em dia com suas obrigações, não podem sofrer restrições – editorial	0
Sobre a lei antifumo – artigo	0
Cartas – opinião	0
Política	
TRE define mudanças no eleitorado	0
Economia	
Venda de flores cai entre ambulantes	0
Esportes	
Copa Bahamas define mais finalistas	0
JF se destaca no Mineiro de Trampolim	0
Geral	
Mulher é rendida e tem carro roubado	0
Dia de oração aos mortos	0
Lar para idosos será fiscalizado	0
Ciclista morre após acidente no Bairro Parque Guarani	0
Corpo de homem está sem identificação	0
Chuva provoca alagamento de ruas e destelhamento de casa	0
Caderno 2	
Palavra é brinquedo	0
Artista de múltiplas linguagens	0

Fonte: tabela publicada na monografia de graduação de Antonio Celestino (2009, p. 41).

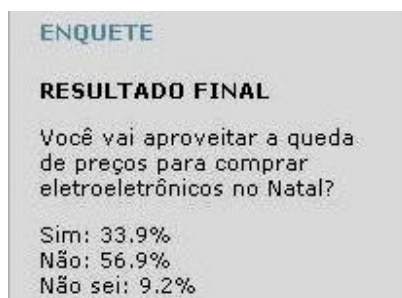
Na mesma edição uma enquete foi disponibilizada. A pergunta veio logo na primeira página, como forma de chamar a atenção para o mecanismo. Não era possível saber o número total de participantes, pois o resultado era dado apenas na forma de porcentagem. Após o encerramento da edição do dia, foi mostrado também na primeira página o resultado final da enquete.

**ENQUETE**

**Você vai aproveitar a queda de preços para comprar eletroeletrônicos no Natal?**

Sim  
 Não  
 Não sei

VOTAR



Fonte: edição de 03/11/2009 da Tribuna de Minas.





Além dos comentários, das seções de depoimentos dos leitores e das enquetes, a Tribuna de Minas ainda conta com as seções “Flagrante” (onde os webleitores enviam sugestões de pauta) e “Vida Prática” (onde são enviadas perguntas publicadas online). Com relação aos e-mails, nas matérias a Tribuna divulga apenas os das editorias e o geral (leitores@tribunademinas.com.br). Os textos enviados para o e-mail geral são publicados na seção “Cartas”. O jornal diz que os leitores podem enviar opiniões sobre todos os temas ou acontecimentos, sendo reservado à redação o direito de recusar acusações insultuosas ou textos desacompanhados da identificação. Os e-mails dos jornalistas vêm apenas no link “Fale Conosco”, onde é dada uma lista de toda a equipe e cada nome possui um link para abrir uma janela de e-mail.

## **5 – Interação na Folha Online**

A análise da Folha Online foi feita na edição do dia 04/11/2009. Acessamos o site das 23:40h às 00:00h. Foram analisadas apenas as notícias que apareciam na primeira página<sup>12</sup>. O fato de esse webjornal ser mais dinâmico, com atualizações constantes, nos fez perder algumas notícias que apareceram na página inicial durante o dia e depois foram para links internos. Por isso nos comprometemos apenas com as notícias que apareceram no intervalo horário citado. Todas as notícias têm os mecanismos para comunicar erros, enviar por email, imprimir e também para compartilhar o conteúdo em comunidades virtuais.

Com relação à postagem de comentários, nem todas as matérias trazem essa opção. Para postar comentários na Folha Online, o usuário precisa efetuar um cadastro no qual devem ser indicados nome e endereço completos, data de nascimento, CPF, e-mail e criada uma senha. A notícia mais comentada na edição analisada obteve mais de três mil postagens, pertencente à editoria de Esportes. A quantidade de comentários é alta, conforme mostra a tabela a seguir, por tratar-se de um jornal cujo raio de influência é nacional.

---

<sup>12</sup> A primeira página foi escaneada e compõe a monografia de graduação de Antonio Celestino (2009, p. 54-56).



Notícias – Folha Online – Edição de 04/11/2009	Comentários
<b>Brasil</b>	
Defesa diz que denúncia é "confusa" e não comprova envolvimento de Azeredo	2794
Comissão da Câmara aprova relatório que inocenta deputados da farra das passagens	1483
Câmara inocenta deputados suspeitos de envolvimento na farra das passagens	272
Quadrilha que fraudou licitações teria desviado até R\$ 20 mi, diz polícia	262
Câmara aprova PEC dos Precatórios em primeiro turno	1483
<b>Esportes</b>	
Presidente corintiano confirma acerto com volante do Barueri para 2010	3006
Substituto de Marcos, Bruno admite preocupação antes de jogo contra o Flu	1774
Torcedores esgotam ingressos para despedida de Sorín no Mineirão	409
Cristiano Ronaldo continua fora do Real e pode desfaltar Portugal na repescagem	102
<b>Cotidiano</b>	
Escolas municipais do Rio terão programa de proteção contra tiroteios	756
<b>Sem campo para comentar</b>	
STF retoma julgamento de Azeredo após relator propor ação penal por peculato	
Assaltantes roubam banco em São Paulo com arma de brinquedo	
Universitário é baleado após mãe de vítima reagir a assalto em bairro nobre de SP	
Câmara aprova projeto que aumenta IPTU de imóvel vazio em São Paulo	
Turista francês é esfaqueado e tem orelha decepada em assalto na Bahia	
Após negar risco de golpe, presidente do Paraguai destitui comandantes militares	
Aviões dos EUA poderão usar aeroportos comerciais da Colômbia	
PF prende 19 doleiros no RS; movimento soma R\$ 5 milhões	
Polícia acha 11º corpo em casa de suspeito nos EUA	
Fundador do Opus Dei é tema de novo filme de Roland Joffé	
Produtor de "Matrix" filmará biografia sobre o profeta Maomé	
Receita libera na segunda consulta ao sexto lote do IR 2009	
"Não morri porque fui amparado pelos fãs", afirma Dinho Ouro Preto	
Mega-Sena acumula e sorteia R\$ 6 milhões no sábado	

Fonte: tabela publicada na monografia de graduação de Antonio Celestino (2009, p. 44-45).

Quanto às enquetes, a Folha disponibiliza as porcentagens das votações e também a quantidade de participantes. Nessa edição, duas perguntas apareciam na primeira página.

**ENQUETE**

**FUTEBOL**  
Você concorda com o incentivo financeiro de uma equipe para que outra vença um jogo?

Sim  
 Não

**SEU BOLSO**  
Em dez anos, o número de diaristas quase duplicou no país. Qual regime de trabalho funciona em sua casa?

Diarista  
 Empregada mensalista

Fonte: jornal Folha Online.



Ao participar da enquete, o usuário é remetido para uma página interna que, além de dar o resultado sobre o assunto opinado, ainda lhe mostra as outras enquetes em vigor no jornal. Ver o total de pessoas que também votaram, e não apenas a porcentagens das respostas, pode dar ao webleitor uma idéia do grau de interação que a enquete está obtendo.

Uma forma de interatividade que pode instigar o webleitor e que percebemos neste webjornal foi a presença de um *quiz*<sup>13</sup>. Os testes de conhecimento podem criar uma relação de satisfação no usuário, o qual se sentirá confirmando o seu saber ou aprendendo um pouco mais sobre o assunto em questão. O *quis*, perguntava sobre qual era o primeiro nome do rei George VI. Embora a questão fosse sobre o rei do distante Reino Unido, consideramos positiva a iniciativa dessa forma de interatividade.

A Folha Online não disponibiliza os e-mails dos jornalistas nas matérias. Os e-mails de alguns colunistas aparecem no link “Colunas”. No campo “Fale conosco” o usuário tem acesso aos e-mails para falar com o ombudman<sup>14</sup>, para enviar denúncias e sugestões de reportagens, fazer consulta ao banco de dados e até para solicitar um emprego no jornal. Ainda como interação, o webleitor pode conferir na primeira página uma relação das notícias mais lidas, das mais curiosas e das mais enviadas. Também é feita uma chamada para uma sala de bate-papo com um repórter do próprio jornal, sobre um assunto referente à coluna na qual ele escreve.

## 6 – Considerações Finais

Concluimos que ainda faltam estímulos para que o webleitor passe a usufruir dos mecanismos de interação presentes nas webnotícias. Apesar de os webjornais analisados oferecerem opções para que haja interatividade, ainda esbarram no excesso de controle do moderador e na vinculação dos seus conteúdos às versões impressas. A indicação da Tribuna de Minas de que os comentários podem ser encaminhados para publicação na edição impressa e a sua não publicação na edição online é um exemplo da situação. Também a exigência de informar dados cadastrais online para a postagem de comentários, embora proteja os sites de um possível abuso no

---

<sup>13</sup> Teste de conhecimento.

<sup>14</sup> Profissional que trabalha no jornal de forma independente para receber e gerenciar as manifestações dos leitores sobre o veículo.



uso dos seus mecanismos, pode ser um obstáculo à participação do usuário por despertar o receio sobre o destino das informações prestadas.

É preciso que o produto vendido faça jus ao formato que é oferecido. Essa venda não se refere apenas ao dinheiro, mas também ao dispêndio de tempo, energia e expectativa. Independentemente de as notícias terem acesso pago ou não, a partir do momento em que o usuário as acessa ele já se transforma no seu cliente, que estará então suscetível às sensações de aprovação ou decepção para com o conteúdo. Quanto ao uso das características do webjornalismo, a Folha Online é um dos principais webjornais brasileiros, até mesmo por ser um dos primeiros a entrar no suporte web. Na presente análise isso se comprovou, pelas opções de interatividade oferecidas e pela grande participação do público.

Um fato constatado é o de que os jornais não disponibilizam os e-mails dos autores das notícias junto com as mesmas. A Folha Online apenas cita o nome do repórter, enquanto que a Tribuna por vezes nem o faz. Embora o endereço de e-mail seja uma informação pessoal, os e-mails institucionais que os webjornais criam para os seus profissionais deveriam ser divulgados junto com a matéria, para facilitar o contato por parte do receptor. Nesse ponto, os jornais analisados falham em interatividade, pois os e-mails são dados apenas em páginas internas de expediente. Esse fato pode ter contribuído para o registro apurado de que 89% dos voluntários nunca enviam e-mails aos jornalistas.

Percebe-se também uma falta de credibilidade depositada pelos estudantes para com os webjornais. Se 67% dos voluntários costumam ler sempre notícias na internet e 33% lêem algumas vezes, por que então 91% nunca enviam sugestões de pauta, 89% nunca enviam e-mails aos jornalistas, 51% nunca acessam os fóruns de discussão e 51% nunca postam comentários? Os links para o envio de comentários eram visíveis na maior parte das notícias dos jornais analisados, mas talvez o leitor, que ainda traz os hábitos adquiridos na leitura de impressos, necessite de um apelo maior para incorporar uma leitura multilinear e ativa. Deve-se registrar ainda, como obstáculo à credibilidade, a já citada não publicação dos comentários na edição online por parte da Tribuna de Minas.

Os dados de interatividade apurados nesse trabalho, embora por vezes preocupantes, já sinalizam uma evolução para o webjornalismo, o qual está a buscar



uma forma adequada de se estruturar em conjunto com o seu público. O interesse em estimular a interatividade do veículo com o usuário deve nortear os webjornais, uma vez que a internet oferece vários mecanismos para que isso aconteça. Considerando a web como uma recente extensão dos meios de comunicação, há de se esperar ainda um equilíbrio tanto na forma de difundir quanto na maneira de apreender os seus produtos. McLuhan já afirmava que “como extensões que são de nossos sistemas físico e nervoso, os meios constituem um todo de interações bioquímicas que sempre busca um novo equilíbrio quando ocorre uma nova extensão” (MCLUHAN, 1964, p. 229).

### Referências bibliográficas

BARBOSA, Elisabete. Interactividade: A grande promessa do Jornalismo Online. Covilhã: BOCC, 2001. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-elisabete-interactividade.pdf>>. Acesso em: 05 abr. 2010.

CANAVILHAS, João. Cinco Ws e um H para o jornalismo na web. **Prisma.com**: Revista de Ciências da Informação e da Comunicação – Univ. do Porto, Porto, n. 7, p. 153-172, 2008.

\_\_\_\_\_. Texto inteligente e qualidade (quase) zero. Covilhã: BOCC, 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-texto-inteligente-qualidade-zero.pdf>>. Acesso em: 28 nov. 2009.

\_\_\_\_\_. Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web. Covilhã: BOCC, 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>>. Acesso em: 08 mar. 2010.

CELESTINO, Antonio. **A interação com a webnotícia**. 2009. 59f. Monografia (Graduação em Comunicação Social)-Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2009.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. 2003. 246 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas)-Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

\_\_\_\_\_. Interatividade como dispositivo do jornalismo online. Salvador: Edufba, 2000. Disponível em:



<[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2000\\_mielniczuk\\_interatividadedispositivo.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2000_mielniczuk_interatividadedispositivo.pdf)>. Acesso em: 17 mar. 2010

MURAD, Angèle. Oportunidades e desafios para o jornalismo na Internet. Ciberlegenda, Rio de Janeiro: Ed. UFF, 1999, n.2. ISSN: 1519-0617. Disponível em: <<http://www.uff.br/mestcii/angele1.htm>>. Acesso em: 10 mar. 2010.

NOVELLI, Ana Lúcia. Pesquisa de Opinião. In: Jorge Duarte; Antonio Barros (org.) **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009. p. 164-179.