

Patrícia Fonseca Couto

**CIBERJORNALISMO REGIONAL:
APROVEITAMENTO DAS POTENCIALIDADES DA *WEB* DOS NOVE JORNAIS
REGIONAIS COM MAIOR AUDIÊNCIA DO DISTRITO DO PORTO**

Universidade do Porto
Departamento de Jornalismo e Ciências da Comunicação

Porto, 2010

Patrícia Fonseca Couto

**CIBERJORNALISMO REGIONAL:
APROVEITAMENTO DAS POTENCIALIDADES DA *WEB* DOS NOVE JORNAIS
REGIONAIS COM MAIOR AUDIÊNCIA DO DISTRITO DO PORTO**

Orientador: Professor Doutor Helder Bastos

Dissertação apresentada ao Departamento de Jornalismo e Ciências da Comunicação, da Universidade do Porto, como parte dos requisitos para a obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação

AGRADECIMENTOS

Deixo uma primeira palavra ao Professor Hélder Bastos por toda a ajuda e compreensão durante a execução desta tese e por toda a simpatia que tem vindo a demonstrar ao longo dos já vários anos de aulas.

Aos meus pais, por todo o apoio e por sempre me terem dado a possibilidade de estudar e integrar novos projectos.

Ao Zé, por todo o carinho e compreensão e pelas longas viagens em que me acompanhou durante um ano imparável.

E, por fim, a todos aqueles que sempre me apoiaram e acreditaram em mim desde o primeiro minuto.

CIBERJORNALISMO REGIONAL:

APROVEITAMENTO DAS POTENCIALIDADES DA *WEB* DOS NOVE JORNAIS REGIONAIS COM MAIOR AUDIÊNCIA DO DISTRITO DO PORTO

RESUMO:

Numa altura em que as novas tecnologias assumem cada vez mais um papel activo na sociedade, importa saber de que forma é que os meios de comunicação social aproveitam as potencialidades da Internet. Sendo inegáveis as vantagens que a rede pode trazer ao jornalismo e tendo em conta o crescente interesse por tudo o que é local, o jornalismo de proximidade tem hoje instrumentos que podem promover a sua emancipação. Contudo, a questão mantém-se: será que a imprensa regional portuguesa tira partido das potencialidades da Internet?

Tendo como base os *websites* dos 9 jornais regionais com maior audiência do distrito do Porto, esta tese visa demonstrar o estado do jornalismo regional *online* da região, quer através da aplicação de uma tabela de medição dos níveis de aproveitamento das potencialidades da rede, quer através de entrevistas a especialistas na matéria.

PALAVRAS-CHAVE: Ciberjornalismo Regional; Internet; Potencialidades

LOCAL WEB JOURNALISM:

HOW THE NINE MOST RED NEWSPAPERS IN THE O'PORTO'S DISTRICT TAKE ADVANTAGE OF THE WEB POTENTIALITIES.

ABSTRACT:

In a time when new technology is playing a much more active role in society, it matters to know how means of social communication take advantage of the Internet potentialities. Having in count that network advantages for Journalism are undeniable and knowing that the interest of everything related to what is local is growing, the proximity press has today instruments that can help to improve its emancipation. However, the question remains: does local Portuguese press take advantage of the Internet potentialities?

Having as a baseline the websites of the nine most red local newspapers of the O'Porto's district, this research aims to show the state of local Journalism in that place, through the application of a mediation table of the level of use of the network potentialities, and through interviews to some specialists in the matter.

KEYWORDS: Local Web Journalism; Internet; Potentialities

ÍNDICE GERAL

Introdução.....	7
Capítulo 1 – Ciberjornalismo	
1.1. Ciberjornalismo: Definição.....	9
1.2. Novo Paradigma da Comunicação.....	10
1.3. Adaptação do Jornalismo à Internet.....	11
1.4. A Realidade Portuguesa.....	12
Capítulo 2 – Jornalismo Regional	
2.1. A Importância do Local no Global.....	15
2.2. Jornalismo Regional na Internet.....	16
Capítulo 3 – Potencialidades da Internet no Jornalismo.....	19
3.1. Interactividade.....	19
3.2. Hipertextualidade.....	20
3.3. Multimedialidade.....	21
3.4. Instantaneidade.....	22
3.5. Memória.....	23
3.6. Personalização.....	24
3.7. Usabilidade.....	24
Capítulo 4 – O Futuro do Ciberjornalismo Regional Português.....	26
Capítulo 5 – Ciberjornais Regionais em Estudo	
5.1. Metodologia.....	28
5.2. Tabela de Medição das Potencialidades da Internet.....	30
5.3. Critérios de Aplicação da Tabela.....	39
Capítulo 6 – Resultados	
6.1. Resultados Globais.....	41
6.2. Análise dos Resultados das Potencialidades.....	44
6.3. Análise Detalhada dos Ciberjornais em Estudo.....	50
Capítulo 7 – Conclusões.....	58
Capítulo 8 – Bibliografia.....	61
Apêndices.....	66
Anexos.....	75

INTRODUÇÃO

Nunca a Aldeia Global de McLuhan teve tanto sentido como nos dias de hoje, em que as novas tecnologias potenciam a congregação de mundos que outrora jamais poderiam convergir entre si. O surgimento da Internet veio alterar os parâmetros tradicionais da produção noticiosa nos vários órgãos de comunicação social. A necessidade de criação de conteúdos específicos para o mundo *online* resultou, assim, na emergência de um novo tipo de jornalismo: o ciberjornalismo. São agora necessárias novas aptidões para quem produz para a rede, uma vez que se trata de um novo público, com novas exigências e interesses renovados. Tal como afirma Bastos, procura-se “facilidade e qualidade de informação, a par de satisfação na leitura” (Bastos, 2000:53). O leitor do ciberjornal tem, por isso, mais opções: apenas lê o que deseja e não apenas aquilo que lhe oferecem. Num mundo cada vez mais globalizado, começa-se a notar uma crescente preferência pela informação de proximidade, factor distintivo na procura de informação. A proximidade tornou-se, então, indispensável para garantir e fidelizar audiências. É nesta altura que o jornalismo regional ganha novos contornos. Para além de novas linguagens, narrativas e rotinas, o espaço *online* está complementado pelo potencial que a hipertextualidade e a interactividade agregam. Se esta é a era da individualização, o ciberjornalismo regional tende a cumprir parâmetros de proximidade e personalização, que permitam ao receptor sentir-se parte da construção noticiosa. Tal como garante López, “o aparecimento dos *cibermedios* na última década, para além de contribuir para a ampliação da oferta informativa de proximidade e estabelecer vias de participação cidadina, abriu novos horizontes para o jornalismo local” (López, 2008:8). Embora já estejam dados os primeiros passos, sabe-se que ainda existem muitos caminhos a percorrer no ciberjornalismo regional para que este se adapte completamente à *web* e faça uso das suas potencialidades.

A proposta dessa pesquisa é verificar de que forma é que as edições *online* dos jornais regionais com maior audiência do distrito do Porto estão a usufruir das potencialidades da Internet. Através da exploração de uma tabela de mediação do aproveitamento das potencialidades da Internet, pretende-se avaliar as características de cada um dos nove ciberjornais regionais que servem de amostra neste estudo. Muito inspirada na versão de Zamith (2008), a tabela pretende avaliar as seguintes características: interactividade, hipertextualidade, multimedialidade, instantaneidade, memória, personalização, usabilidade e criatividade. De forma a complementar o estudo, foram ainda realizadas entrevistas a especialistas na matéria que se revelaram bastante importantes no esclarecimento de determinadas questões.

Esta dissertação divide-se, então, em sete capítulos principais. O primeiro, intitulado de “Ciberjornalismo”, pretende contextualizar e explicar a passagem dos meios de comunicação social para a Internet, passando pela definição de ciberjornalismo, pela explicação do novo paradigma da comunicação e, por último, pelo estado do ciberjornalismo em Portugal. No segundo capítulo, “Jornalismo Regional”, é salientada a importância que nos dias de hoje o “local” representa no “global” e fala-se brevemente da integração do jornalismo regional na Internet. O capítulo 3, denominado como “Potencialidades da Internet no Jornalismo”, tal como o título sugere, traça uma definição com revisão literária das potencialidades a serem analisadas nos ciberjornais regionais. O quarto capítulo, refere-se ao futuro do ciberjornalismo regional em Portugal, tendo em conta observações de vários especialistas na matéria. O quinto capítulo apresenta e explica a metodologia adaptada para proceder à análise dos ciberjornais regionais, bem como os critérios de aplicação da tabela. O sexto capítulo apresenta os resultados de todo o estudo efectuado, procedendo-se ainda uma pequena análise dos resultados das potencialidades e de cada um dos ciberjornais após terem sido submetidos à tabela. Finalmente, o sétimo capítulo é dedicado às conclusões.

CAPÍTULO 1 - CIBERJORNALISMO

1.1 - Ciberjornalismo: Definição.

Apesar de já contar com cerca de 15 anos de existência, o jornalismo produzido para a Internet ainda se debate com diversas denominações no que diz respeito à sua designação. *Jornalismo electrónico, jornalismo na internet, jornalismo em linha, jornalismo em rede, jornalismo multimédia, jornalismo digital, jornalismo online, ciberjornalismo e webjornalismo* são expressões que, no geral, continuam a ser utilizadas. A designação de *jornalismo electrónico*, começou por ser utilizada em Portugal por Bastos (2000), mas acabou por cair em desuso uma vez que a expressão podia ser igualmente aplicada à rádio ou à televisão. As expressões *jornalismo na internet, jornalismo em linha e jornalismo em rede* são muito extensas e “dificultam a imprescindível formação de um campo semântico afim” (Salaverria, cit in Zamith, 2008:25). No caso do nome *jornalismo multimédia*, a expressão pode também servir para a televisão, uma vez que a mesma pode utilizar simultaneamente elementos multimédia, como o som, texto e imagem. Segundo Machado (cit in Flor, 2006), o *jornalismo digital* “inclui todo o produto discursivo que reproduz a realidade pela singularidade dos factos; tem como suporte de circulação as redes telemáticas ou qualquer outro tipo de tecnologia que transmita sinais numéricos; e incorpora a interacção com o usuário no processo produtivo”. Já Bastos, define *jornalismo digital* como a “produção noticiosa exclusiva e específica para edições electrónicas, em particular as construídas na *World Wide Web*” (Bastos, 2000:73). Seguindo a mesma ideia, Kawamoto (cit in Bastos, 2005) afirma que o *jornalismo digital* traduz-se no “uso de tecnologias digitais para pesquisar, produzir e distribuir (ou tornar acessível) notícias e informação a uma audiência crescentemente versada em computadores”. A expressão *jornalismo online* é ainda bastante utilizada entre académicos e especialistas, embora existam opiniões que divergem. Enquanto que para Bastos (ibid.) esta expressão define o uso que um jornalista de qualquer meio de comunicação social faz da Internet, nomeadamente no que respeita à pesquisa de conteúdos, à recolha de informações e ao contacto com fontes de informação, elaborando conteúdos para os média tradicionais, para Canavilhas (2001) trata-se de uma “simples transposição dos velhos jornalisimos escrito, radiofónico e

televisivo para um novo meio”. O autor vai mais longe e explica que o jornalismo na *web* pode ir mais além do que o chamado *jornalismo online*: “com base na convergência entre texto, som e imagem em movimento, o *webjornalismo* pode explorar todas as potencialidades que a Internet oferece, oferecendo um produto completamente novo: a *webnotícia*” (Canavilhas, 2001). Segundo a definição de Pavlik (cit in Viera, 2009), o *webjornalismo* traduz-se na produção de informação de cariz noticiosa com recurso a uma linguagem construída por palavras, sons, imagens – estáticas ou em movimento – e hiperligações, tudo combinado num todo coerente, interactivo, aberto e de livre navegação para os utilizadores”. Autores como Bastos (2005), António Granado¹, Zamith (2008), têm uma clara predominância para o termo *ciberjornalismo*. De acordo com Bastos (2005), *ciberjornalismo* é o “jornalismo produzido para publicações na *web* por profissionais destacados para trabalhar, em exclusivo, nessas mesmas publicações”. Flor (2006) tem uma visão semelhante, afirmando que o ciberjornalismo “utiliza o ciberespaço para a produção ou divulgação de conteúdo jornalístico”, acrescentando que os blogues podem ser “exemplos de ciberjornalismo”. Zamith dá a definição de *ciberjornal* como “uma publicação no ciberespaço onde se difundem conteúdos jornalísticos” (Zamith, 2008:26). Nesta dissertação, opta-se por utilizar a expressão *ciberjornalismo*.

1.2 - Novo Paradigma da Comunicação

Desde a última década que o sistema mediático tem vindo a sofrer profundas alterações. O desenvolvimento gradual da tecnologia atingiu de tal forma os meios de comunicação social que criou-se um novo paradigma da comunicação, ou seja, de uma sistema de massificação, passou-se a um modelo individualizado, que acarreta consigo características próprias, repletas de potencialidades. Nas palavras de McLuhan (1962), pode dizer-se que esta transformação baseou-se na passagem da *Galáxia de Gutenberg* para a *Galáxia Marconi*, isto é, de um modelo onde a escrita está inserida numa cultura fechada e individualizada, transgride-se, graças à tipografia, para a chamada “era digital”, onde o culto do indivíduo é reforçado. “É reconhecido que passamos a usufruir de mais oportunidades, nomeadamente através do hipertexto, ícone da *Galáxia de Marconi*, e que está relacionado com o advento dos média electrónicos” (Viera, 2009). Negroponte (cit in Viera, 2009) concorda que as novas tecnologias contribuíram para a modificação do paradigma

¹ <http://www.ciberjornalismo.com/>

comunicacional dos média, “onde o emissor tudo determina e o receptor apenas recebe o que apanha”. Neste novo paradigma, o receptor deixa de ser passivo, passando a ter um papel activo no processo de comunicação, notando-se uma crescente adaptação dos média tradicionais à nova realidade. “A materialização do novo modelo distribuído é sobremaneira evidente na Internet, rede temática global de estrutura e arquitectura singulares, através da qual circulam, multidireccionalmente, conteúdos gerados por uma enorme variedade de produtores, desde média estabelecidos a utilizadores comuns” (Bastos, 2000:19). Trata-se, pois, de um meio altamente interactivo, onde a comunicação desenvolve-se a partir de elementos multimédia, como textos, vídeos, imagens ou sons, agora agregados num espaço comum: o ciberespaço. Peruzzo (2003) explica que as novas tecnologias de comunicação provocaram um rompimento da noção de território geográfico como sendo determinante do local e do comunitário. O autor acrescenta ainda que as dimensões de familiaridade - língua, valores, tradições, religião etc.- podem ser partilhadas independente do espaço territorial, e que as relações podem agora estabelecer-se com base na proximidade de interesses e identificações, através de comunidades virtuais.

1.3 - Adaptação do Jornalismo à Internet

O aparecimento da Internet e a possibilidade de introduzir o jornalismo num novo mundo, trouxeram consigo novas linguagens e rotinas jornalísticas. Contudo, num primeiro momento, a imprensa escrita, primeiramente, e depois a rádio e a televisão, rapidamente quiseram marcar presença no novo meio, limitando-se a transpor os seus conteúdos na Internet. Estava assim comprovada a ideia de McLuhan quando este afirmava que “o conteúdo de qualquer *medium* é sempre o antigo *medium* que foi substituído” (McLuhan cit in Canavilhas, 2001). O ciberjornalismo visa uma linguagem adaptada ao seu público, mais exigente em aspectos de rigor e objectividade. “O ciberjornalista deve ser capaz de perceber as capacidades e a estética dos novos média, o que inclui o entendimento da natureza interactiva dos média digitais em rede e a aprendizagem de novas maneiras, não lineares ou multilíneas, de narrativa jornalística” (Bastos, 2005). Trata-se, pois, da emergência de um novo género jornalístico, cuja narrativa deve explorar as várias hipóteses de interacção e hipertextualidade. “Mais do que a recolha de notícias, análise e reportagem, trata-se de aqui ir para além das notícias, incluindo ideias, histórias e os diálogos através dos quais os leitores podem aprender uns com os outros” (ibid.). Tal como afirma Canavilhas (2001), o jornalista passa a

ser um “produtor de conteúdos multimédia”. Assim, à velha máxima que sintetiza a linguagem própria de cada meio, “*A rádio diz, a televisão mostra e o jornal explica*”, será lógico acrescentar-se a expressão “*a Internet liga*”, reflexo do poder de convergência desta nova realidade, que acrescenta ainda novas potencialidades ao jornalismo.

Toda a construção noticiosa deve ser feita a pensar no leitor do novo meio, agora com hábitos de leitura diferentes: “a introdução de novos elementos não textuais permite ao leitor explorar a notícia de uma forma pessoal, mas obriga o jornalista a produzi-la segundo um guião de navegação análogo ao que é preparado para outro documento multimédia” (Canavilhas, 2001). Santos (2007) alerta igualmente para a necessidade de satisfazer os utilizadores: “os chamados ciberjornalistas não podem esquecer que o perfil e as exigências dos leitores de jornais digitais diferem das dos leitores de jornais impressos (...) o leitor *online*, além de usar muito o computador, é por norma impaciente, menos enraizado na comunidade e mais interessado em noticiário personalizado” (Santos, 2007:97). A mesma autora alerta ainda para possíveis problemas éticos e legais resultantes desta nova forma de jornalismo, nomeadamente a separação cada vez mais ténue entre os textos jornalísticos e os anúncios; a necessidade de actualização constante das notícias, que poderá pôr em causa o próprio rigor jornalístico; a possibilidade de controlo total sobre a audiência, que poderá levar o jornalista a tonar-se mais sensacionalista na sua abordagem; a possibilidade de empresas não jornalísticas se iniciarem nesta actividade, graças à facilidade de publicação de textos *online*; a confusão entre o que é *press release* e o que é informação trabalhada por um jornalista; a utilização de informações recolhidas de fóruns *online*, que pode colocar problemas judiciais a órgãos de comunicação e jornalistas; e, por fim, casos em que os próprios jornais ou jornalistas pirateados por terceiros, colocarão processos judiciais aos infractores (Santos, 2007:98). Assim, cabe ao jornalista e ao órgão de comunicação evitar este tipo de problemas, protegendo as fontes e certificando-se da veracidade da informação que lhe é dada. Uma vez respeitados os códigos éticos e deontológicos e agindo de forma profissional, o ciberjornalista poderá praticar a sua profissão sem problemas.

1.4 - A Realidade Portuguesa

Há exactamente 10 anos, Bastos (2000) escrevia a título de conclusão da obra *Jornalismo Electrónico - Internet e Reconfiguração de Práticas nas Redacções*: “em Portugal, não foram dados

passos significativos de forma a potenciar os recursos da edição jornalística multimédia na Internet”. O autor apontava como principais causas deste facto o desconhecimento em relação à cultura da Internet; a falta de aposta em recursos humanos e a falta de preparação do mercado publicitário (Bastos, 2000:188-189). Em Dezembro de 2008, passada mais de uma década das primeiras experiências jornalísticas portuguesas na Internet, Zamith conclui que “o ciberjornalismo que se faz em Portugal é pobre, não aposta em novas linguagens e não aproveita devidamente as potencialidades da Internet” (Zamith, 2008:90). O mesmo autor explica que em Portugal ainda se sofrem as consequências “do trauma que foi o arranque em falso do sector por altura da mudança do milénio” (ibid.: 85). O facto das empresas verem o ciberjornalismo como algo de acessório e em que não vale a pena investir, contribui, segundo o autor, para o estado actual do jornalismo praticado na rede. “O ciberjornalismo português precisa de investimento em meios técnicos e, sobretudo, em meios humanos, nomeadamente gestores com sensibilidade para as potencialidades da Internet e que saibam vender publicidade e diversificar produtos, jornalistas e editores que dominem os equipamentos, as técnicas e as linguagens do novo meio, e técnicos de informática, multimédia e *webdesign* que desenvolvam os melhores programas e as melhores plataformas para produzir e apresentar conteúdos jornalísticos” (ibid.: 105). Entrevistado no âmbito deste trabalho, o investigador da área do ciberjornalismo, Luís António Santos (Universidade do Minho)², diz que o jornalismo *online* português vive imerso na realidade do jornalismo em que se insere e que tem a agravante de ser uma área pouco estudada por académicos, proprietários e gestores de empresas dos média, responsáveis editoriais e mesmo jornalistas. Trata-se, portanto, de uma área mal compreendida nas suas limitações e nas suas vantagens comparativas, segundo o especialista.

Pode-se dizer que durante praticamente uma década, verificou-se no ciberjornalismo português o surgimento de publicações destinadas ao meio e vários órgãos de comunicação, incluindo jornais, rádios e televisões, que construíram as suas páginas na Internet. Contudo, as características inerentes ao novo meio e que fazem dele uma potencialidade para o jornalismo são ainda pouco exploradas pelos principais órgãos de comunicação social no nosso país. Cabrera Gonzalez (2000) menciona quatro fases do desenvolvimento dos conteúdos do ciberjornalismo. Assim, a primeira fase corresponde ao “fac-símile”, o que significa que foi passada uma cópia do jornal impresso para a rede, através da digitalização ou PDF; a segunda fase sugere o “modelo adaptado”, isto é, os mesmo conteúdos do jornal impresso, mas a página apresenta um *layout* próprio; o “modelo digital” faz parte da terceira fase, em que já existe um *layout* próprio criado e pensado para a Internet, utiliza-se obrigatoriamente o hipertexto, existe a possibilidade de comentar

² Entrevista feita por e-mail, dia 7 de Maio de 2010. Ver apêndice 1.

os artigos e surgem as notícias de última hora; finalmente, a quarta fase integra o “modelo multimédia”, o que significa que o ciberjornal aproveita ao máximo as características do meio, especialmente no que se refere à interactividade e à inclusão de som, imagem, vídeo e animações. Para a pesquisadora, a grande maioria das páginas *web* dos meios de comunicação social em Portugal encontra-se na fase do modelo digital, “sendo as notícias de última hora a grande aposta”. Canavilhas (2006) faz uma divisão sintetizada em apenas duas fases de desenvolvimento: “jornalismo *online*”, em que as publicações mantêm as características essenciais dos meios que lhes deram origem, acrescentando, no caso dos jornais, a actualização constante, o hipertexto para notícias relacionadas e a possibilidade de comentar notícias; a outra fase denomina-se de “*webjornalismo/ciberjornalismo*” e representa a produção de notícias com recurso a uma linguagem constituída por palavras, sons, vídeos, infografias e hiperligações, “tudo ligado para que o utilizador possa escolher o seu próprio percurso de leitura”. Face a estas duas fases do jornalismo *online*, Canavilhas (2006) não hesita em afirmar que Portugal encontra-se na primeira fase de desenvolvimento, em que as publicações existentes “funcionam como uma espécie de jornalismo de agência, ao qual se juntam hipertexto, arquivo, artigos de opinião e a possibilidade de contactar os jornalistas”. Zamith admite existir um “desinteresse primário pelo novo meio, e pelas suas tremendas potencialidades jornalísticas” (Zamith, 2008:105). O autor afirma mesmo que assiste-se actualmente a um “compasso de espera dos empresários do sector” que, na sua opinião, não hesitarão em investir na Internet se se aperceberem que outros estão a ter sucesso. Na opinião de Canavilhas (2006), o Ensino Superior tem um papel fundamental no desenvolvimento de uma linguagem jornalística própria para o meio, podendo oferecer o seu contributo a dois níveis: promover investigação e encontrar um modelo económico que viabilize a informação na *web*. Com uma perspectiva optimista, Aguiar (2008) acredita que o ciberjornalismo em Portugal venha a evoluir. De acordo com a especialista, há uma tendência de caminhar na direcção do modelo multimédia, aumentando a interactividade e multimedialidade: “esta tendência revela-se natural se tivermos em conta, desde logo, o facto de o jornalismo, como actividade humana que é, se encontrar submetido a uma evolução constante e natural” (ibid.).

CAPÍTULO 2 - JORNALISMO REGIONAL

2.1 - A Importância do Local no Global

Quando se fala em jornalismo regional, fala-se em comunicação local, isto é, uma comunicação dirigida maioritariamente a pequenas localidades. López (2004) define a comunicação local como “a mediação técnica através do sistema mediático actual num lugar físico ou virtual”. Já Santos identifica o local como “o espaço de concretização das estratégias globais” (Santos, 2007:26). Camponez acrescenta que “o local é um lugar de conservação, criação e recriação no interior da globalização”, surgindo como “uma realidade incontornável” (cit in Santos, 2007:26). Pode-se, assim, determinar que, apesar da globalização parecer o grande dominador, é o local que dá resposta à crescente tendência homogeneizadora, desenvolvendo-se, por consequência, um novo cenário (Garcia, 2004). A importância do local no global é explicada no termo *glocalização*, de Roland Robertson. Segundo Cascais, trata-se da “afirmação da identidade cultural, de regionalidade, por oposição a massificação e universalidade” (cit in Viera, 2009). López (2004) acrescenta que o *glocal* é resultado de uma série de convergências entre globalização e a proximidade. Numa outra perspectiva, Viera (2009) diz que esta importância do local no global faz com que os média regionais, para além das funções dos média nacionais (informar, entreter, etc.), ganhem também relevo enquanto espaço de convívio. Nesse espaço, existem elos de proximidade e familiaridade, “os quais ocorrem por relacionamentos (económicos, políticos, vizinhança etc.) e laços de identidades os mais diversos, desde uma história em comum, até a partilha dos costumes, condições de existência e conteúdos simbólicos, e não simplesmente em decorrência de demarcações geográficas” (Peruzzo, 2003). De acordo com o autor, é justamente no processo de globalização que os meios de comunicação locais são mais valorizados. “A globalização não mata as regionalidades, pelo contrário contribui para a sua revalorização” (ibid.).

A proximidade dá à notícia um interesse particular porque acontece no mesmo espaço físico da recepção.

(López, 2008:26)

No âmbito desta temática torna-se, de facto, imprescindível falar em proximidade. “A proximidade tem a ver com as realidades sociais que nos rodeiam, os serviços de que dispomos na nossa vila ou aldeia. E essa realidade só pode ser apreendida pela imprensa local e por uma abordagem bastante segmentada do público” (Camponez cit in Ribeiro, 2005). O jornalismo regional é, sem dúvida, privilegiado no que toca à proximidade com o público e com os seus problemas locais. Dentro deste tipo de jornalismo, o órgão de comunicação social está mais perto do seu receptor, criando, assim, um imediato processo de identificação do receptor com o meio. “Compreende-se a razão de ser do jornalismo regional, uma vez que existe uma ligação conceitual entre a localização territorial e a territorialização dos conteúdos” (Ribeiro, 2005). Citado por Viera (2009), Camponez afirma que a imprensa regional apresenta “um carácter eminentemente territorial, que prima pela proximidade entre jornalista e público, numa espécie de compromisso mútuo”. O mesmo autor fala ainda de três níveis de proximidade: a geográfica, que “começa no acontecimento da nossa rua, do bairro e alarga-se à região, ao país”; a social, referente às “temáticas relacionadas com a família, a profissão, a classe social, a religião, a ideologia ou a política”; e a psico-afectiva, que “integra valores como o sexo, a vida e a morte, a segurança, o dinheiro e o destino” (ibid.). Trata-se, pois, de uma característica fundamental no jornalismo regional, já que sugere uma profunda identificação entre o meio de comunicação e o público. Ribeiro (2005) explica mesmo que é graças à proximidade que é possível compreender melhor um acontecimento próximo, para além de permitir ao receptor ter “melhores temas para incluir na conversação do dia-a-dia”.

2.2 - Jornalismo Regional na Internet

Muito devido ao seu forte papel na sociedade, o jornalismo regional não deve cingir-se apenas ao suporte tradicional. Para além de necessárias, as novas tecnologias da informação podem contribuir para um melhor jornalismo de proximidade. Mantendo uma relação directa entre o conteúdo e a comunidade, os ciberjornais regionais têm a sua atenção focada na procura de informações e serviços da região. “O portal regional³ pode ser um elemento potencializador para socializar o uso das redes telemáticas entre uma comunidade, além de fortalecer o sentimento de pertencimento” (Barbosa, 2002). Na mesma linha de pensamento, López (2008) salienta que a Internet pode abrir novas oportunidades à informação de proximidade, acrescentando que “nos

³ Barbosa(2002) utiliza a expressão “portal local/ regional”, para designar “ciberjornal regional”.

ciberjornais, onde os principais custos residem no pessoal e no equipamento, há possibilidades de distribuição múltipla, tanto em cenários mundiais, como locais, e existem numerosas vias para a diversificação de produtos no campo informativo” (López, 2008:78). Lutando por marcar o seu espaço na rede, os “portais locais” não pretendem fazer frente aos ciberjornais de âmbito nacional: “os portais locais convivem sem concorrer com os mega portais ou portais genéricos – em alguns casos até fornecem conteúdo em áreas específicas para eles” (Barbosa, 2002). A mesma autora afirma ainda que os ciberjornais regionais tendem a aproveitar algumas lacunas dos ciberjornais nacionais, “privilegiando a informação direccionada, produzida e distribuída segundo as características do jornalismo *online* para atrair os usuários de determinadas cidades e estados. Eles facilitam o acesso a conteúdos originais e interactivos, que contemplam notícias e reportagens em geral sobre cidade, turismo, cultura, desportos, lazer, serviços, entretenimento e diversão, intensificando, ao mesmo tempo, os laços sociais e o sentimento de pertença a uma comunidade” (ibid.). Os ciberjornais regionais usam a informação de acordo com critérios de proximidade, aliando igualmente as características específicas do ciberjornalismo, como a interactividade, hipertextualidade, multimedialidade, memória, entre várias outras. A informação direccionada é tratada com um maior cuidado nos ciberjornais regionais, “já que é produzida e distribuída segundo as características do jornalismo *online* para atrair os usuários de determinadas localidades para a rede” (Barbosa, 2001a). A escrita, a organização e a distribuição de elementos segue a mesma linha dos ciberjornais de âmbito nacional, mas agregam outras secções de conteúdos específicos: “a linguagem é híbrida, mesclando o jornalismo diário (fornecem as chamadas últimas notícias) com o semanal (pois muitas matérias têm uma permanência maior no ar, o que se aproxima do jornalismo semanal, de revista), no que pode ser visto como mais uma metáfora com o meio impresso até porque as secções também estão divididas segundo editorias/ canais (cidade, turismo, esporte, lazer, por exemplo). Esses portais agregam, ainda, sites independentes específicos sobre jogos, saúde, venda de ingressos para *shows* e teatro, entre outros” (ibid.).

Há ainda que considerar que os ciberjornais regionais tendem a criar uma fidelização mais profunda com os utilizadores simplesmente através dos conteúdos que produzem, o que leva, consequentemente, a que esta seja uma potencial forma de promoção. Segundo Barbosa (2001a), os *websites* com informação regional são uma tendência crescente na Internet, actuando para despertar o interesse da comunidade para o uso da rede. “Os internautas conectam-se muito mais para saber o que se passa no seu bairro, na sua cidade, do que no resto do mundo (...) Enquanto as tecnologias de comunicação precedentes valorizavam a informação global, o *webjornalismo* privilegia o local”. (Adghirni, cit in Barbosa, 2001a). Face aos benefícios que o jornalismo regional pode retirar da

Internet, Viera (2009) acentua que o público pode usufruir dessas potencialidades, “facto a que não estão alheios conceitos como solidariedade e laços culturais, sempre presentes nos portais locais”. O autor explica que apesar do local ter sempre ocupado um lugar de destaque no jornalismo, foi graças à intervenção da Internet que novos horizontes foram abertos para a produção de conteúdos locais/ regionais, dando espaço à sua propagação (Viera, 2009). Devido às potencialidades que o ciberjornalismo regional pode oferecer, nomeadamente no que diz respeito ao interesse e impacto que causa no público, é de esperar que esta seja uma área em desenvolvimento e crescimento. A produção de conteúdos específicos para o ciberjornalismo regional *online*, permitiu, de facto, uma abertura de novos horizontes para a produção noticiosa e respectiva divulgação. Barbosa (2002) conclui que a tendência futura deste tipo de jornalismo será a existência de cada vez mais iniciativas direccionadas para “expressar e fazer circular informações e serviços focados no interesse das comunidades”.

CAPÍTULO 3

- POTENCIALIDADES DA INTERNET NO JORNALISMO -

Entende-se por “potencialidades da Internet” as características que fazem deste novo meio um espaço diferente, onde convergem praticamente todas as características dos restantes média. Na verdade, as ferramentas disponibilizadas pela rede permitem ao ciberjornalista conhecer melhor as exigências dos utilizadores. Existem três características que reúnem consenso à volta dos investigadores no que se refere às potencialidades mais poderosas do ciberjornalismo: a hipertextualidade, a multimedialidade e a interactividade. Para além destas três características, vários autores divergem quanto ao grau de importância de outras potencialidades. López diz que as três potencialidades acima mencionadas mais a instantaneidade funcionam como senhas de identidade do produto e das práticas jornalísticas (López, 2008:77). Já Bardoel e Deuze (cit in Mielniczuk , 2001) acrescentam às três principais características a “customização de conteúdo”, que pode ser entendida como personalização. Barbosa (2002) e Palacios (2002) seguem o mesmo pensamento anterior, mas adicionam ainda a memória e a instantaneidade como as especificidades mais relevantes do novo meio. Na sua investigação académica, Zamith (2008) acrescentou a criatividade, ou seja, a presença de outros tipos de aproveitamentos e a ubiquidade, isto é, a capacidade de estar em todo o lado ao mesmo tempo (existência de conteúdo em mais do que uma língua e presença de relógios em diversos fusos horários). Nesta pesquisa, para além da hipermedialidade (presença cumulativa de hipertextualidade e multimedialidade) e da contextualização (potenciada pela hipertextualidade) - duas especificidades apontadas por Zamith (2008) como associadas - também não é utilizada a potencialidade da ubiquidade na tabela de mediação das potencialidades, como explicará o capítulo seguinte. Por sua vez, optou-se pela usabilidade como outra das especificidades da Internet a ser analisada nesta pesquisa. De facto, tal como salienta Vilella (2003), “uma série de métodos desenvolvidos para a avaliação da usabilidade de *sites* e aplicativos *web* assume cada vez mais importância nos dias de hoje”.

3.1 - Interactividade

Apontada por vários autores como uma das principais características do ciberjornalismo, a interactividade é fundamental para estabelecer uma intercomunicação entre o jornalista e o receptor. Graças à interactividade, os receptores deixam agora de ser meros espectadores e passam a fazer parte do processo de construção da mensagem. Barbosa (2001) considera esta uma potencialidade “vista como uma ferramenta fundamental na criação de novos públicos, nomeadamente entre as camadas mais jovens”. O autor vai mais longe e arrisca mesmo em afirmar que a interactividade “poderá ser o grande trunfo do jornalismo *online*” (Barbosa, 2001), já que o utilizador pode dar a conhecer novas perspectivas sobre as temáticas, abrindo novos horizontes ao jornalista. Esta opinião é também partilhada por João Canavilhas, que afirma que “a possibilidade de interacção directa com o produtor de notícias ou opinião é um trunfo forte a explorar pelo *webjornalismo*” (Canavilhas 2001). Através ferramentas como os *chats*, fóruns, caixas de comentários, inquéritos, correio electrónico ou botões de acesso directo a redes sociais como o Tweeter e o Facebook, a interactividade entre os utilizadores e os jornalistas ganha novas proporções. Lemos (1997) fala mesmo da passagem do modelo “um-todos” para o modelo “todos-todos”, descentralizado e universal, já que as tecnologias digitais permitem que todos sejam intervenientes da mensagem. “Os média, como a Internet, permitem a comunicação individual, personalizada e, além do mais, bidireccional e em tempo real” (Lemos 1997). De um modo geral, interactividade é o reflexo da diferença entre os média tradicionais e os novos média. “A interactividade mais do que uma simples característica, pode ser lida como um dispositivo: algo que marca, condiciona e determina processos que interferem na produção, no produto e na recepção dos *sites* jornalísticos desenvolvidos para a *web*” (Mielniczuk cit in Amaral, 2005).

Numa entrevista⁴ cedida para este trabalho, João Canavilhas salienta o importante papel da interactividade nos ciberjornais de âmbito regional: “perante um cenário em que os cidadãos se afastam cada vez mais da política, a criação de espaços públicos de debate (fóruns, *chats*, etc) é uma oportunidade para os ciberjornais recuperarem o seu papel fundamental na melhoria das democracias locais (...) a enorme quantidade de blogues regionais e o debate que aí ocorre demonstra bem a necessidade de espaços de debate, algo que tradicionalmente estava atribuído aos média”.

3.2 - Hipertextualidade

⁴ Entrevista feita por e-mail, dia 20 de Maio de 2010. Ver apêndice 2.

Originalmente com base na ideia de organização de textos através de um índice, a noção de hipertexto surge com Vannevar Bush, em 1945. Apenas 20 anos mais tarde, Ted Nelson cria a palavra “hipertexto”, surgida da necessidade de organização documental da sobrecarga informativa que a II Guerra Mundial trouxe. Hoje em dia, associado à Internet, o hipertexto reflete a interconexão entre conteúdos, apresentada de forma personalizada e não-linear. Através dos chamados “links”, o utilizador tem acesso a informações complementares que podem estar acessíveis em diversos formatos. Ward (cit in Viera 2009) entende o hipertexto como “o coração da escrita *online*”, já que concebe novas formas de escrita e de leitura. Graças ao hipertexto, as notícias são construídas num novo sistema, pondo termo à chamada “pirâmide invertida”. Esta, dá agora lugar a uma “arquitetura noticiosa mais aberta, com blocos de informação organizados em diferentes modelos, sejam eles lineares ou complexos” (Canavilhas, 2006). O papel do utilizador é igualmente influenciado pelo uso do hipertexto. O caminho a percorrer depende apenas do próprio utilizador que dispõe de uma leitura personalizada, não-linear. “O hipertexto confere um papel de produtor de significação ao leitor. A navegação está previamente programada (...) e a liberdade do receptor situa-se ao nível do encadeamento de conexões” (Amaral, 2005). Canavilhas (2001) vai mais longe e afirma que o utilizador tem agora a “possibilidade de conduzir a própria leitura”.

3.3 - Multimedialidade

De acordo com Palacios (2002), o conceito de multimedialidade “refere-se à convergência dos formatos dos média tradicionais (imagem, texto e som) na narração do facto jornalístico”. O ciberjornalista pode, assim, criar toda uma história multimédia, disponibilizada em múltiplas plataformas e suportes que ajudem o utilizador a compreender a informação, mesmo através das suas próprias escolhas de navegação. “Conceitos como criatividade, liberdade de escolhas e maior eficiência estão intrinsecamente ligados ao multimédia, garantindo que a audiência está perante a melhor forma de compreender a mensagem” (Viera, 2009). Ainda sobre a multimedialidade, Canavilhas (2006) alerta para a necessidade de formação dos jornalistas que agora produzem conteúdos para a Internet. “Ao integrar infografias, vídeos e sons, o *webjornalismo* implica conhecimentos técnicos nos campos do tratamento de imagem, animação vectorial, edição de vídeo/som e html. O objectivo é fazer com que o jornalista possa produzir alguns dos conteúdos mas,

sobretudo, dotá-lo de uma linguagem técnica capaz de lhe permitir desenhar o produto final e coordenar a equipa de produção de conteúdos” (Canavilhas, 2006).

3.4 - Instantaneidade

Mais do que na televisão ou na rádio, pode dizer-se que a Internet assume-se como a líder da instantaneidade. A qualquer momento o utilizador pode receber informação através da rede, sem ter de aguardar pelos horários dos noticiários. Viera (2009) compara mesmo a Internet a uma “grande biblioteca”, onde existe sempre a possibilidade de contextualização, recolha e tratamento da informação. Esta “pequena revolução” da Internet, como lhe chama Zamith (2008:32), possibilita que os *websites* noticiosos estejam em constante actualização informativa. “A rapidez do acesso, combinada com a facilidade de produção e de disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas, permitem uma extrema agilidade de actualização do material nos jornais da *web*. Isso possibilita o acompanhamento contínuo em torno do desenvolvimento dos assuntos jornalísticos de maior interesse” (Palacios, 2002). Contudo, sabe-se que em Portugal ainda existem ciberjornais portugueses que não tiram partido da instantaneidade, estabelecendo uma certa periodicidade na actualização informativa. A situação é ainda mais grave nos ciberjornais regionais portugueses. Na entrevista cedida para esta tese⁵, João Canavilhas não se mostra alarmado pelo facto dos ciberjornais regionais não tirarem o máximo partido da instantaneidade: “Penso que o ritmo de actualização não é uma das características fundamentais no ciberjornalismo regional (...) neste campo, os ciberjornais regionais têm a forte concorrência das rádios locais, uma realidade bem enraizada na cultura portuguesa”. Esta ideia é suportada por Luís Santos⁶: “Não creio que, a nível regional, a torrente de informação relevante para a comunidade possa ser tão caudalosa, mas acho que a *web* é, em simultâneo, um excelente espaço para o jornalismo mais cuidado e com recurso a mais meios”. O especialista acrescenta ainda que um ritmo de actualização diária ou até mesmo duas vezes por dia, já serviria para aumentar a fidelidade da comunidade.

⁵ Ver apêndice 2.

⁶ Ver apêndice 1.

3.5 - Memória

A Internet é, de facto, uma biblioteca ilimitada, onde não existem restrições quanto ao armazenamento de informação, estando esta disponível para visualização a qualquer momento e em qualquer espaço geográfico. Integrada no jornalismo, a memória pode ser uma das maiores mais-valias para o jornalista, já que pode representar uma das suas maiores fontes de informação. Ward (cit in Viera, 2009) diz mesmo que o arquivo é uma “ferramenta útil que é simultaneamente um arquivo e uma forma de pesquisa”, e que assim “pode transformar-se numa importante forma de contextualizar uma reportagem, tal como servir de pesquisa por sua conta”. Palacios (2002) fala mesmo de um “espaço ilimitado”, onde é possível disponibilizar matérias jornalísticas sob vários formatos, abrindo a possibilidade de “disponibilizar *online* toda a informação anteriormente produzida e armazenada, através da criação de arquivos digitais, com sistemas sofisticados de indexação e recuperação da informação” (Palacios, 2002). Simplificando a sua ideia do conceito de memória, o autor salienta que “sem limitações de espaço, numa situação de extrema rapidez de acesso e alimentação (instantaneidade e interactividade) e de grande flexibilidade combinatória (hipertextualidade), o jornalismo tem na *web* a sua primeira forma de memória múltiplas, instantânea e cumulativa” (ibid.). Por sua vez, Canavilhas (2006) vê nesta característica a esperança do retorno do prestígio da profissão do jornalista: “a possibilidade de ligar uma nova notícia aos seus antecedentes permite o enriquecimento do jornalismo graças à contextualização dos fenómenos. Este jornalismo mais informado contraria a tendência actual de um jornalismo de estados de alma e poderá contribuir de forma decisiva para a recuperação do prestígio que a actividade tem vindo a perder”. Falando com maior precaução, Bastos (2000) alerta para que os ciberjornais tragam, de facto, informação útil aos utilizadores e que não se limitem a serem apenas e simplesmente arquivos de informação. Para tal, o autor salienta que os ciberjornais devem conhecer bem a audiência e recorrer a meios interactivos; devem desenvolver capacidades para que a pesquisa não fique pelas notícias, mas também pelas pessoas com interesses semelhantes; e permitir uma contextualização adequada a cada utilizador. Numa perspectiva de futuro, Canavilhas (2004) prevê que o Homem consiga tirar o máximo partido da capacidade da memória, desenvolvendo bases de dados e interfaces de pesquisa semelhantes aos modelos já utilizados no contacto diário com a realidade. “O sucesso da utilização da Internet como memória dependerá em muito da capacidade de integrar como uma extensão mais congénita do que adquirida” (Canavilhas, 2004).

3.6 - Personalização

Para López (cit in Zamith, 2008), a personalização “consiste em alterar a configuração genérica de um sítio *web* de acordo com os critérios especificados por um usuário”. No que toca ao jornalismo, esta potencialidade baseia-se na “opção oferecida ao utilizador para configurar os produtos jornalísticos de acordo com os seus interesses individuais” (Palacios, 2002). O autor dá ainda o exemplo de *websites* que permitem ao utilizador pré-seleccionar os conteúdos que deseja ver na página de abertura, o que traduz um dos expoentes máximos da personalização na Internet. Também Bastos entende que na Internet, “um dos maiores desafios dos jornais e dos jornalistas será tornar o oceano de informações armazenadas digitalmente em algo interessante e pertinente para os leitores” (Bastos, 2000:119). Negroponte (cit in Viera, 2009) diz mesmo que “a procura de uma informação cada vez mais específica e individualizada é uma das características importantes da audiência no ciberespaço”. Citando Lasica, Zamith (2008) reforça a ideia de que as notícias personalizadas reduzem o papel dos editores, já que é o próprio utilizador quem decide o que quer ver. Tal como Zamith (ibid.) indica, existem autores que prevêem que um eventual excesso de personalização, possa ser um risco para o ciberjornalismo, já que pode afectar a opinião pública e a própria função social dos jornalistas “como garantes da liberdade e dos direitos democráticos” (ibid.).

3.7 - Usabilidade

Etimologicamente, usabilidade significa “capacidade de um objecto, programa de computador, página da internet, etc. de satisfazer as necessidades do utilizador de forma simples e eficiente”⁷. Usabilidade é, então, o grau de facilidade com o qual o utilizador navega num *website*, tendo em conta que quanto mais interacção existir, maior será a usabilidade. Bastien e Scapin (cit in Santos, 2006) consideram que “a usabilidade está directamente ligada ao diálogo na interface e é a capacidade do aplicativo em permitir que o usuário alcance suas metas de interacção”. Para uma boa percepção da usabilidade, Jakob Nielsen (cit in Santos 2006), especialista em usabilidade na

⁷ <http://www.priberam.pt>

Internet, aponta três aspectos fundamentais: fácil aprendizagem do *website*; utilização eficiente; e apresentação do mínimo de erros, já que estes podem reduzir o nível de motivação do utilizador. De modo a haver uma maior ligação entre a ferramenta e o utilizador, Nielsen (cit in Viera 2009) aponta alguns elementos que devem ser tidos em conta: “simplicidade, clareza na arquitectura, velocidade no acesso e coerência”. Por outro lado, o autor afirma que parâmetros como a irrelevância, informações escassas e fraca organização dos elementos são de evitar. Com o objectivo de potenciar ao máximo esta característica da Internet, Nielsen (1997) aponta algumas regras da escrita *online*:

- destacar as palavras-chave (através de *links* ou cores);
- utilizar subtítulos;
- sempre que necessário, utilizar listas;
- uma ideia por parágrafo;
- coerência.

Neste sentido, foram escolhidas para este trabalho três características que podem ser consideradas intrínsecas à usabilidade, sendo que as três podem condicionar-se entre si: legibilidade (texto estruturado e organizado, com subtítulos e dividido por parágrafos); visibilidade (facilidade em encontrar o *website* na rede, caso contrário perde-se a motivação do utilizador); e a navegabilidade (facilidade de interacção com o *website*). Neste último caso, importa referir que vai ser analisado o cumprimento da chamada “regra dos três cliques”. Bill Skeet foi o especialista que primeiramente mencionou esta regra, defendendo que “nenhuma informação que o usuário queira obter deve estar a mais de três cliques (do mouse) de distância do ponto em que ele se encontra no *site*” (cit in Nicola, 2003). Nielsen (2006) é defensor desta regra e admite que a mesma faz parte das guias do seu conceito de usabilidade. O autor salienta que o importante é que a navegação seja rápida e eficaz e que mesmo que exista um clique a mais, é necessário que o utilizador não desperdice tempo a pensar. Zeldman (2001) é igualmente apologista da “regra dos três cliques”. O especialista afirma que “se o utilizador não encontra o que procura em três cliques, o mais provável é que mude de *site*”. Citando Nielsen e Tahir, Vilella (2003) não deixa dúvidas quanto à importância que a usabilidade pode ter quando se trata da análise de um *website*: “evidentemente, nem sempre os usuários entram num *site* a partir da *homepage* (...) uma das primeiras acções que esses usuários tomarão após chegar a um novo *site* é ir para a *homepage*. Implementar *links* directos é muito útil, mas não oferece aos usuários a visão geral de um *site* que podem obter numa *homepage* – se a estrutura da mesma seguir directrizes rigorosas de usabilidade”.

CAPÍTULO 4

- O FUTURO DO CIBERJORNALISMO REGIONAL PORTUGUÊS -

O constante desenvolvimento das novas tecnologias acaba por ter impacto nas mais variadas áreas da sociedade, na qual o jornalismo não é excepção. Hoje em dia, é já uma função do jornalista estar a par dos conhecimentos tecnológicos, informando-se sobre o impacto que os mesmos poderão ter na sua profissão. É a Internet que tem actualmente o poder de conseguir convergir as potencialidades dos média tradicionais num só espaço, criando novos paradigmas e desafios. Cada vez mais, caminha-se na direcção de um jornalismo de proximidade, que permita uma maior interacção entre o jornalista e o utilizador. É neste sentido, que o jornalismo regional português deve trabalhar, aproveitando a sua capacidade de chegar mais perto do indivíduo.

Na entrevista cedida para esta dissertação⁸, Canavilhas não descarta a hipótese do ciberjornalismo regional tornar-se no jornalismo do futuro: “se pensarmos que o jornalismo caminha no sentido da personalização da informação, o ciberjornalismo regional pode ser considerado um ponto intermédio nesse percurso”. Mas para tal, o especialista alega que será necessário que os ciberjornais regionais saibam tirar partido das potencialidades da rede e que tenham a capacidade de acrescentar “algo” à informação disponível: “a simples disponibilização da informação de baixa resolução semântica é algo que os *robots* também podem fazer, pelo que a diferença verifica-se no enriquecimento dessa mesma informação”. Esta é uma ideia partilhada por López (2008) ao explicar que “se a tendência dos últimos anos se mantiver, podemos assegurar que o futuro do jornalismo de proximidade dependerá, em boa medida, da utilidade da informação, da sua profundidade e do seu rigor, assim como da capacidade para contar o que se passa com a perspectiva plural e de um marco de independência dos principais actores” (López, 2008:37). Assim, Canavilhas (2006), salienta o papel fundamental do Ensino Superior como veículo para o desenvolvimento de uma linguagem jornalística para a *web*, o que permitirá, por um lado, “promover a investigação no sentido de se encontrar uma linguagem para este novo meio”, e, por outro, o “desenvolvimento de modelos económicos que permitam viabilizar a informação na *web*”. Segundo o especialista, as empresas deixariam, deste modo, de ver o ciberjornalismo como uma segunda linha do jornalismo.

Mais reticente quanto ao futuro do ciberjornalismo, está Barbosa (2001), que afirma não ser fácil prever qual será o papel da Internet no jornalismo. “ Os estudiosos dividem-se e apresentam

⁸ Ver apêndice 2.

diferentes perspectivas do que está para vir. Por um lado, defende-se que o jornalismo *online* terá práticas e características semelhantes às actuais, apenas utilizará um meio diferente para a difusão da mensagem, um meio que tem a vantagem de conjugar texto, imagem e som numa só estrutura e que está ao alcance de todos, em qualquer lugar do mundo, à distância de um clique. Em oposição, estão os estudiosos que vêem na Internet o fim do jornalismo” (Barbosa 2001). A autora perspectiva que será fundamental explorar novas ferramentas e actividades interactivas e que cabe aos jornalistas adaptarem-se às novas tecnologias. “Os arquivos dos jornais e os serviços de documentação também serão factores decisivos na evolução deste tipo de jornalismo, uma vez que serão utilizados para complementar as notícias e reportagens e estarão ao alcance de um clique para quem quiser ler pela primeira vez ou reler” (ibid.). Tendo em conta que actualmente existem ciberjornais que não deixam o utilizador aceder à informação, a menos que este a pague, Luís Santos é um dos especialistas que discorda com esta acção dos ciberjornais: “penso que, nesta fase, o fecho do acesso é uma estratégia errada (...) a empresa jornalística portuguesa deveria apostar em força na sua presença - aberta - na *net*, porque talvez seja essa a sua única hipótese de sobrevivência a médio prazo” (Santos, cit in Zamith, 2008:97). A opinião é igualmente partilhada por Bastos (2005), quando este diz se trata de uma “jogada arriscada” reservar o acesso aos ciberjornais a clientes pagantes, face a toda a concorrência que pode ser hoje encontrada na *web*.

Há igualmente que repensar o papel do jornalista quando se fala no futuro do ciberjornalismo. Viera (2009) menciona o fim da ideia do *gatekeeper*, já que existe neste novo meio a possibilidade do utilizador escolher o que deseja receber. Citando Viera, o autor afirma que “corre-se o perigo de se enveredar por um jornalismo referendário, no sentido de tornar público o *gatekeeper* da informação. Isso conduzirá ao populismo informativo, e logo a uma ditadura da maioria no que respeita ao *agenda-setting*”. Ainda assim, Joaquim Viera (cit in Viera, 2009), admite que o “crescente fluxo de informação contraria a tese do declínio dos jornalistas, na medida em que são estes profissionais os responsáveis pela filtragem e aproveitamento da informação”. Pode-se, assim, determinar que, se o jornalista permanece activo no cenário futuro dos ciberjornais, o seu papel irá, concerteza, sofrer alterações fruto do previsto e contínuo desenvolvimento tecnológico. Face a esta visão, Barbosa (2001) explica qual poderá ser o papel do ciberjornalista: “se é certo que os jornalistas sempre influenciaram, de alguma forma, os seus leitores, é possível que agora os leitores influenciem os jornalistas, dando-lhe a conhecer novas perspectivas sobre determinados assuntos, fornecendo-lhes informações, sugerindo temas de notícias e reportagens. As fontes dos jornalistas tornam-se, assim, diversificadas. O trabalho dos jornalistas não sofrerá alterações substanciais mas estará mais perto do público”.

CAPÍTULO 5 - CIBERJORNAIS REGIONAIS EM ESTUDO

5.1 - Metodologia

Para este trabalho de investigação procurou-se analisar a forma e o conteúdo da edição *online* dos quinze jornais mais lidos do distrito do Porto, complementando com entrevistas a especialistas em ciberjornalismo. A escolha do distrito do Porto surgiu por ser o segundo distrito do país com uma audiência média de jornais regionais mais baixa, seguida do distrito de Lisboa⁹. Assim sendo, seria de esperar que esta falta de audiência dos jornais regionais fosse colmatada pelas edições *online*. Como referência, foi utilizado como ponto de partida o mesmo método de pesquisa de Zamith (2008), na obra *Ciberjornalismo: as potencialidades da Internet nos sites noticiosos portugueses*, em que o autor se inspira na tabela de Tanjev Schultz (1999), construída para analisar as opções de interacção presentes em 100 edições *online* de jornais norte-americanos. Sendo esta pesquisa baseada em jornais regionais, foi necessário adaptar alguns itens ao âmbito desta análise. Tal como Zamith sugere, a tabela que o próprio construiu pode ser “testada por qualquer pessoa e mesmo reutilizada, quer em estudos iguais, quer em estudos semelhantes ou complementares” (Zamith, 2008:35). Disponibilizado pela Marketst o Relatório de 2009 do distrito do Porto sobre a audiência média dos jornais regionais¹⁰, da lista dos 17 jornais (o que inclui jornais semanais, quinzenais e bimensais) com maior audiência no distrito do Porto foram escolhidos os 15 jornais com maior audiência, dos quais 11 são semanários e 4 quinzenários. Dos 15 jornais, apenas 9 apresentam edição *online*, pelo que esta pesquisa cingiu-se a essa mesma amostra.

Surpreendentemente, verifica-se que os dois jornais regionais com maior audiência do distrito do Porto, *Jornal de Vila do Conde* e *Gazeta de Paços de Ferreira*, respectivamente, não dispõem de uma edição *online*¹¹. Enquanto o primeiro nem de um endereço *web* dispõe, o segundo apresentou o seu *website* no estado “em manutenção” durante todo o período de análise deste trabalho. Tentando compreender as razões desta situação, foi feita uma pequena entrevista a um

⁹ Esta informação pode ser comprovada segundo o Relatório de 2009 - Bareme Imprensa Regional - disponibilizado pela Marktest. Ver apêndice 3.

¹⁰ Ibid.

¹¹ Ver anexo 1.

jornalista de cada jornal¹². No *Jornal de Vila do Conde*, a razão apontada para a inexistência de um *website* foi a falta de recursos económicos. “Somos pobrezinhos”, foi a expressão utilizada pelo jornalista. Sem planos futuros para a construção de um *website*, o jornalista acrescentou ainda que “o que importa é que a Marktest diz que somos os melhores”. Quanto ao jornal *Gazeta de Paços de Ferreira*, o segundo com maior audiência, o problema baseia-se nos “meios humanos”. Quando questionado se o jornal tem alguém cuja função seja garantir a manutenção do *website*, o jornalista respondeu que “teoricamente existem pessoas, mas há mais coisas para fazer e esse trabalho (da manutenção do *website*) atrasa-se”. O jornalista concluiu a conversa telefónica, admitindo que apesar de tudo, trata-se de um jornal que “funciona mais com o papel”.

A tabela escolhida para analisar as nove edições *online* dos jornais regionais de maior audiência, baseia-se em oito áreas principais, cada uma com as suas respectivas alíneas. Assim, com uma pontuação de 0 a 100, permite-se concluir a percentagem do aproveitamento das potencialidades da Internet por cada jornal. Das potencialidades sugeridas por Zamith (2008) apenas foi substituída a potencialidade “Ubiquidade”, por “Usabilidade”. Sendo este estudo baseado em ciberjornais regionais portugueses e tendo em conta o panorama actual do ciberjornalismo português - analisado no capítulo 1 deste trabalho - seria bastante previsível que os parâmetros da ubiquidade não fossem de todo respeitados pelo ciberjornalismo regional. A existência de conteúdos em mais do que uma língua, bem como a presença de relógios em diferentes fusos horários, não são potencialidades imprescindíveis de um ciberjornal de âmbito regional (durante a análise dos ciberjornais verificou-se que, de facto, nenhum deles apresentava particularidades desta potencialidade). Esta decisão foi aprovada pelo especialista em ciberjornalismo, Hélder Bastos, que diz: “não me parece que se possa exigir aos jornais regionais apresentarem conteúdos em mais do que uma língua. Isso não é viável”¹³. Mesmo assim, Canavilhas sugere que, no caso dos ciberjornais regionais, deve sempre fazer-se uma referência a esta potencialidade: “a ubiquidade acontece com a simples presença na *web*; a imprensa regional é muito lida pelos emigrantes portugueses, mas também pelos portugueses que migram para o litoral e seguem os acontecimentos na sua região através da imprensa regional”¹⁴.

A cada uma das oito potencialidades foi, então, distribuída uma determinada percentagem consoante a importância de cada uma delas no âmbito do ciberjornalismo. Assim, a interactividade

¹² Entrevistas realizadas via telefone, dia 17 de Maio de 2010.

¹³ Hélder Bastos, via e-mail dia 5 de Abril de 2010.

¹⁴ Ver apêndice 2.

tem um máximo de 25 pontos; a hipertextualidade 20; a multimedialidade, instantaneidade, personalização e memória 12 pontos cada; a usabilidade 4; e criatividade 3¹⁵. Tal como acontece no estudo de Zamith (2008), os pontos contíguos que poderão surgir na mesma área não são cumulativos, e também não foi considerada na análise os espaços de publicidade, autopromoção e entretenimento. Resta justificar a igualdade de pontuação entre a ubiquidade (no estudo de Zamith) e a usabilidade (usada neste estudo). Se a ubiquidade visa demonstrar a “consciencialização do responsável pelo ciberjornal de que os conteúdos deste podem ser acedidos em qualquer parte do planeta, por pessoas das mais variadas culturas” (Zamith, 2008:48), a usabilidade aqui substituída pretende demonstrar se o ciberjornal retira da Internet potencialidades que se relacionam com elementos como a navegabilidade, legibilidade e visibilidade, que facilitam igualmente a acessibilidade do *website* por pessoas de qualquer parte do mundo. Assim, começou-se por medir as potencialidades da Internet nos vários *sites* noticiosos através da observação directa dos mesmos, preenchendo na grelha de análise¹⁶ o nível de aproveitamento de cada potencialidade.

5.2 - Tabela de mediação das potencialidades da Internet

A explicitação da tabela baseia-se nas mesmas definições dadas por Zamith (2008), com pontuais alterações, consoante a devida adaptação aos meios digitais regionais¹⁷.

5.2.1 - Interactividade

- E-mail/ formulário de contacto genérico - presença de um endereço de e-mail ou formulário de contacto genérico com a direcção ou redacção do ciberjornal.
- E-mail/ formulário de contacto de alguns jornalistas - presença de pelo menos dois endereços de e-mail ou formulário de contacto com directores, editores ou outros jornalistas do ciberjornal.

¹⁵ Ver anexo 2.

¹⁶ Ver apêndice 4.

¹⁷ Ver anexo 3.

- E-mail/ formulário de contacto de todos os jornalistas - presença de endereços de e-mail ou formulário de contacto com todos os jornalistas do ciberjornal.
- E-mail de alguns dos autores dos artigos - presença, junto a pelo menos dois dos seis artigos destacados na página principal (*homepage*), dos endereços de e-mail dos respectivos autores.
- E-mail de todos dos autores dos artigos - presença, junto aos seis artigos mais destacados na página principal (*homepage*), dos endereços de e-mail dos respectivos autores.
- E-mail de fontes originais - presença de pelo menos um endereço de e-mail de uma fonte original de um artigo publicado.
- Fórum de discussão sem participação de jornalistas - presença de pelo menos um fórum de discussão aberto à participação de visitantes, mas sem a participação de jornalistas do ciberjornal.
- Fórum de discussão com participação de jornalistas - presença de pelo menos um fórum de discussão aberto à participação de visitantes, com a participação de pelo menos um jornalista do ciberjornal.
- Sala de comunicação instantânea (*chat*) sem participação de jornalistas - presença de pelo menos uma caixa ou página de comunicação instantânea, mas sem a participação de jornalistas do ciberjornal.
- Sala de comunicação instantânea (*chat*) com participação de jornalistas - presença de pelo menos uma caixa ou página de comunicação instantânea, com a participação de pelo menos um jornalista do ciberjornal.
- Inquérito isolado - presença de inquérito separado de qualquer outro elemento do ciberjornal.
- Inquérito associado a outro elemento - presença de inquérito associado a outro elemento do ciberjornal (artigo ou conteúdo multimédia, por exemplo).

- Publicação *online* de cartas ao director - presença de pelo menos uma carta de visitantes dirigida ao director/ editor do ciberjornal.
- Publicação de outros conteúdos dos visitantes - presença de pelo menos um outro conteúdo (que não carta ao director/ editor) enviado por visitantes. Inclui espaços próprios para o utilizador, como livro de visitas ou secção do leitor, onde pode deixar as suas opiniões.
- Publicação retardada de comentários aos artigos - possibilidade de comentar artigos, mas com visualização do comentário retardada.
- Publicação instantânea de comentários aos artigos - possibilidade de comentar artigos, com visualização instantânea do comentário.
- Votação nos artigos - possibilidade de votar nos artigos, mas sem reflexo no espaço ou tempo de exposição/ visualização no ciberjornal.
- Votação nos artigos com reflexo na sua visibilidade - possibilidade de votar nos artigos, com reflexo no espaço ou tempo de exposição/ visualização desse artigo no ciberjornal (lista de mais votados, por exemplo).
- Blogue ou *wiki* aberto à participação dos visitantes - presença de ferramenta ou formato de publicação que permita a publicação de conteúdo pelo próprio visitante, de forma activa e não reactiva. Este item não abrange a mera possibilidade de comentar artigos colocados pelo ciberjornal num blogue.
- Conteúdo jornalístico multimédia interactivo - presença de conteúdo jornalístico multimédia que permita ao visitante/ utilizador interagir, fazendo com que, em cada momento, esse conteúdo possa ser diferente de utilizador para utilizador em resultado da intervenção destes (por exemplo, a reportagem multimédia).

5.2.2 - Hipertextualidade

- Hiperligação genérica relacionada - *link* para o sítio de informação genérica relacionado com o assunto tratado.
- Hiperligação extratextual a artigo relacionado simultâneo - *link* fora do texto (em coluna “Notícias Relacionadas”, por exemplo) para artigo (também em texto) relacionado produzido na mesma altura.
- Hiperligação intratextual a artigo relacionado simultâneo - *link* dentro do texto (em coluna “Notícias Relacionadas”, por exemplo) para artigo (também em texto) relacionado produzido na mesma altura.
- Hiperligação extratextual a artigo relacionado em arquivo - *link* fora do texto para artigo (texto, áudio ou vídeo) relacionado em arquivo. Não são considerados artigos, ainda que referenciados como “Notícias Relacionadas”, que não tenham relação directa com o assunto tratado, nomeadamente aqueles cuja única relação é a pertença à mesma secção em que está organizado o ciberjornal.
- Hiperligação intratextual a artigo relacionado em arquivo - *link* dentro do texto para artigo relacionado em arquivo... (idem, campo anterior).
- Hiperligação extratextual a fonte documental original - *link* fora do texto para fonte documental original utilizada na produção do artigo.
- Hiperligação intratextual a fonte documental original - *link* dentro do texto para fonte documental original utilizada na produção do artigo.
- Hiperligação extratextual a cronologia do assunto tratado - *link* fora do texto para resumo/ relato cronológico do assunto tratado no artigo.
- Hiperligação intratextual a cronologia do assunto tratado - *link* dentro do texto para resumo/ relato cronológico do assunto tratado no artigo.

- Hiperligação extratextual a áudio relacionado - *link* fora do texto para áudio relacionado com o artigo. Inclui-se aqui a situação inversa: *link* junto a áudio para artigo relacionado.
- Hiperligação intratextual a áudio relacionado - *link* dentro do texto para áudio relacionado com o artigo. Inclui-se aqui a situação inversa: *link* embutido em áudio para artigo relacionado.
- Hiperligação extratextual a vídeo relacionado - *link* fora do texto para vídeo relacionado com o artigo. Inclui-se aqui a situação inversa: *link* junto a vídeo para artigo relacionado.
- Hiperligação intratextual a vídeo relacionado - *link* dentro do texto para vídeo relacionado com o artigo. Inclui-se aqui a situação inversa: *link* embutido em vídeo para artigo relacionado.
- Hiperligação extratextual a infografia relacionada - *link* fora do texto para infografia relacionada com o artigo. Inclui-se aqui a situação inversa: *link* junto a infografia para artigo relacionado.
- Hiperligação intratextual a infografia relacionada - *link* dentro do texto para infografia relacionado com o artigo. Inclui-se aqui a situação inversa: *link* embutido em infografia para artigo relacionado.
- Hiperligação extratextual a galeria de imagens ou diaporama relacionados - *link* fora do texto para galeria de imagens ou diaporama relacionados com o artigo. Inclui-se aqui a situação inversa: *link* junto a galeria de imagens ou diaporama para artigo relacionado.
- Hiperligação intratextual a galeria de imagens ou diaporama relacionados - *link* dentro do texto para galeria de imagens ou diaporama relacionados com o artigo. Inclui-se aqui a situação inversa: *link* embutido em galeria de imagens ou diaporama para artigo relacionado.

5.2.3 - Multimedialidade

- Fotografia ou desenho - presença de pelo menos uma fotografia ou desenho.
- Diaporama - presença de pelo menos um diaporama. Não são consideradas galerias fotográficas ou diapositivos de selecção individual.

- Infografia estática - Presença de pelo menos uma infografia fixa/ estática. Inclui meteorologia que não seja mero *link* para página externa.
- Infografia dinâmica - presença de pelo menos uma infografia dinâmica. Inclui meteorologia que não seja mero *link* para página externa.
- Áudio - possibilidade de ouvir pelo menos um registo sonoro ou som em directo.
- Vídeo sem som - possibilidade de ver pelo menos um registo vídeo ou imagens em movimento em directo, mas sem som.
- Vídeo com som - possibilidade de ver pelo menos um registo vídeo ou imagens em movimento em directo, com som.

5.2.4 - Instantaneidade

- Conteúdo em actualização permanente - presença de conteúdo em actualização permanente (emissão de rádio, cotações da bolsa, vídeo de trânsito...).
- Actualização de artigo explicitada - referência que o artigo foi actualizado.
- Data e hora dos artigos - referência à data e hora de redacção ou publicação de cada artigo.
- Artigo novo 4 horas depois - pelo menos um artigo novo no primeiro ecrã¹⁸ do ciberjornal quatro horas depois da primeira observação. Neste estudo, a primeira observação foi feita a todo o universo às 09:00 de um dia útil (06/05/2010, Quinta-feira). Logo, é na segunda observação (às 13:00) que se analisou a presença de novos artigos.
- Artigo novo 8 horas depois - pelo menos um artigo novo no primeiro ecrã do ciberjornal quatro horas depois da segunda observação.

¹⁸ A expressão “Primeiro ecrã” é aqui utilizada como sinónimo de *homepage*.

- Artigo novo 12 horas depois - pelo menos um artigo novo no primeiro ecrã do ciberjornal quatro horas depois da terceira observação.
- Artigo novo 16 horas depois - pelo menos um artigo novo no primeiro ecrã do ciberjornal quatro horas depois da primeira observação.

5.2.5 - Memória

- Arquivo parcial simples - possibilidade de consultar parte do arquivo jornalístico do ciberjornal apenas por um critério de pesquisa (data ou secção, por exemplo).
- Arquivo parcial organizado por datas e categorias - possibilidade de consultar parte do arquivo jornalístico do ciberjornal, acedendo a espaço próprio organizado por datas e categorias.
- Arquivo global simples - possibilidade de consultar todo o arquivo jornalístico do ciberjornal (desde a sua data de estreia na internet) apenas por um critério de pesquisa.
- Arquivo global organizado por datas e categorias - possibilidade de consultar todo o arquivo jornalístico do ciberjornal acedendo a espaço próprio organizado por datas e categorias.
- Caixa de pesquisa interna simples - possibilidade de pesquisar pelo menos os últimos sete dias do arquivo jornalístico do ciberjornal através da introdução de palavra, frase ou número em caixa ou formulário de pesquisa.
- Caixa de pesquisa interna por 2 critérios - possibilidade de pesquisar pelo menos os últimos sete dias do arquivo jornalístico do ciberjornal através da introdução de dois critérios de pesquisa associados (palavra, data, secção e autor, por exemplo) em caixa de formulário ou de pesquisa.
- Caixa de pesquisa interna por 3 ou mais critérios - possibilidade de pesquisar pelo menos os últimos sete dias do arquivo jornalístico do ciberjornal através da introdução de três ou mais

crITÉrios de pesquisa associados (palavra, data, secção e autor, por exemplo) em caixa de formulário ou de pesquisa.

- Etiquetas (*tags*) temáticas associadas a cada artigo - presença de etiquetas temáticas (*tags*) associadas a cada artigo, que extravasem a mera distribuição dos artigos pelas categorias/ secção do ciberjornal. Ao “cliquear” nessa tag, o utilizador terá acesso a todos os artigos a que foi atribuída a mesma palavra ou expressão.

5.2.6 - Personalização

- Envio de noticiário geral por e-mail - possibilidade dada ao utilizador (através de subscrição de *newsletter* ou de serviço de alertas, por exemplo) de receber no seu endereço de correio electrónico novos conteúdos jornalísticos gerais difundidos pelo ciberjornal.
- Envio de noticiário seleccionado para e-mail - possibilidade dada ao utilizador (através de subscrição de *newsletter* ou de serviço de alertas, por exemplo) de receber no seu endereço de correio electrónico novos conteúdos jornalísticos gerais por si seleccionados de entre várias opções oferecidas pelo ciberjornal.
- Envio de noticiário para um dispositivo móvel.
- Envio de noticiário para 2 ou mais dispositivos móveis.
- Envio instantâneo de noticiário geral para computador.
- Envio instantâneo de noticiário seleccionado para computador.
- RSS geral - disponibilização de código (*feed*) em linguagem de simplificação RSS ou similar que permita aceder a actualizações gerais do ciberjornal em texto ou áudio através de um leitor de *feeds*, sem necessidade de visitar o ciberjornal.

- RSS temático - disponibilização de código (*feed*) em linguagem de simplificação RSS ou similar que permita aceder a actualizações específicas (por categoria temática, por exemplo) do ciberjornal em texto ou áudio através de um leitor de *feeds*, sem necessidade de visitar o ciberjornal.
- Configuração simples do primeiro ecrã do ciberjornal - possibilidade dada ao utilizador de configurar a seu gosto menos de metade do primeiro ecrã do ciberjornal (alterando os critérios de visualização dos conteúdos das diferentes secções temáticas, por exemplo).
- Configuração profunda do primeiro ecrã do ciberjornal - possibilidade dada ao utilizador de configurar a seu gosto metade ou mais do primeiro ecrã do ciberjornal.

5.2.7 - Usabilidade

- Legibilidade - todas as notícias analisadas apresentam um texto estruturado e organizado, separado com vários parágrafos de forma a facilitar a leitura, utilizando igualmente títulos e subtítulos.
- Navegabilidade - a “regra dos três cliques”, em que cada notícia tem de estar acessível em menos de três cliques, é obedecida.
- Visibilidade - facilidade de encontrar o *website* do ciberjornal na Internet, escrevendo o nome do ciberjornal num motor de busca ou escrevendo jornais regionais.

5.2.8 - Criatividade

- Outro tipo de aproveitamento das potencialidades da Internet - presença de outro tipo de aproveitamento de potencialidades ciberjornalísticas da Internet não contemplado nas restantes áreas (por exemplo: estado do tempo, farmácias de serviço, cotação da bolsa, calendário de eventos, informações úteis, etc.).

- Outros dois tipos de aproveitamento das potencialidades da Internet - presença de dois outros tipos de aproveitamento de potencialidades ciberjornalísticas da Internet não contemplado nas restantes áreas.
- Três ou mais tipos de aproveitamento das potencialidades da Internet - presença de três ou mais outros tipos de aproveitamento de potencialidades ciberjornalísticas da Internet não contemplado nas restantes áreas.

5.3 - Critérios de aplicação da tabela

A aplicação da tabela foi feita entre os dias 21 de Abril e 7 de Maio de 2010. Exceptuando a potencialidade “Instantaneidade”, todas as restantes características foram observadas apenas uma vez em cada jornal. Quanto à instantaneidade, foi analisada a 6 de Maio em cinco momentos diferentes (09:00, 13:00, 17:00, 21:00 e 01:00). No dia 7 de Maio verificou-se o número de artigos novos que foram publicados em cada ciberjornal ao longo de 24 horas.

Nos casos da hipertextualidade, multimedialidade e instantaneidade foram analisadas as dez notícias com maior destaque da *homepage* de cada ciberjornal (o que inclui, por vezes, apenas o título em destaque de uma determinada notícia, com ligação para a notícia integral), exceptuando o *Progresso de Paredes* e *A Voz da Póvoa*, que apenas apresentaram 5 e 9 notícias na *homepage*, respectivamente. Entenda-se que neste caso “destaque” significa as notícias às quais é dada mais importância, quer através do espaço que ocupa na página principal, pela presença de imagem, quer pela dupla presença do seu título na mesma página (em moldura e na secção “últimas”, por exemplo). No caso da multimedialidade, foi explorada a sua existência para além da página principal, já que nem sempre as suas características apareciam em primeiro plano, mas sim em secções complementares. Ao contrário do estudo de Zamith (2008), tal como já foi referenciado, a potencialidade ubiquidade foi substituída pois, como consta atrás, não se trata de uma característica imprescindível quando se fala em ciberjornais regionais. Assim, usou-se a usabilidade com o mesmo número de pontos que Zamith utiliza na ubiquidade, com uma maior pontuação atribuída à legibilidade face à navegabilidade e visibilidade (estas duas com pontuação igual), devido à sua extrema importância no que se refere à captação de atenção e facilidade de leitura dos conteúdos. Kilian (cit in Viera, 2009), destaca no caso da legibilidade a importância de “prender o utilizador”,

através de elementos como títulos simples e informativos, texto repartido por parágrafos e uso de títulos e subtítulos.

O computador utilizado nesta pesquisa foi sempre o mesmo, com a instalação de todos os programas necessários à recepção dos conteúdos dos ciberjornais. Não foi efectuado qualquer registo nos ciberjornais, para que os resultados desta pesquisa espelhem a realidade que é encontrada por qualquer pessoas que decida visitar ocasionalmente o ciberjornal ou que, por meio de pesquisa de notícias, aceda eventualmente ao ciberjornal. Em alguns ciberjornais, como o *Matosinhos Hoje* e *O Gaiense*, está explícito aos utilizadores que se procederem ao registo, beneficiarão de determinadas características, como a configuração profunda do primeiro ecrã, por exemplo. Nestes casos, como existe preocupação em informar o utilizador das vantagens do registo, foram contabilizados os respectivos pontos, representados na tabela com um asterisco. É ainda de referenciar que nenhum dos ciberjornais analisados obriga o utilizador a ter de pagar para ter acesso a informações.

CAPÍTULO 6 - RESULTADOS

6.1 - Resultados Globais

O resultado que mais imediatamente se destaca é de que os ciberjornais regionais fazem pouco aproveitamento das potencialidades que a Internet oferece. Sendo o aproveitamento médio dos ciberjornais regionais de 30,6% (com registo) e de 29,3% (sem registo)¹⁹, significa que estes ciberjornais não tiram partido dos serviços disponibilizados na Internet (ver tabela 1). Traçando uma comparação ao estudo de Zamith (2008), conclui-se igualmente que os ciberjornais regionais não ficam aquém dos de informação geral de âmbito nacional. Mesmo com pontuais alterações à tabela de análise entre os dois estudos, verifica-se que nos dois casos não existe qualquer ciberjornal que atinja os 50% de aproveitamento das potencialidades da Internet. Enquanto neste estudo o ciberjornal regional que maior aproveitamento retira das potencialidades da Internet é o *Terras do vale do Sousa*, com 48%, no de Zamith é o ciberjornal *Público* o que tem maior pontuação, com 43%, incluindo o acesso pago. Por outro lado, enquanto no estudo de Zamith o pior ciberjornal é o *Metro*, com 3% de aproveitamento, neste trabalho é o *Progresso de Paredes* o ciberjornal regional que menos aproveita o potencial da Internet, com uma percentagem de 8 valores.

Apesar de serem as duas características menos valorizadas em termos de pontuação na tabela de mediação das potencialidades da Internet, o que é certo é que, surpreendentemente, a usabilidade e a criatividade são bem aproveitadas pelos ciberjornais regionais, já que registam uma percentagem de 80 e 70 valores, respectivamente (ver tabela 2). Isto significa que os ciberjornais regionais do distrito do Porto apresentam o mínimo de conhecimento, no caso da usabilidade, de que a distribuição de notícias e outros conteúdos no espaço *online* deve dotar de simplicidade, clareza arquitectónica e coerência, contribuindo para a motivação do utilizador, e sabem igualmente explorar e integrar conteúdos extra ao ciberjornal, no caso da criatividade, o que demonstra uma preocupação crescente na conquista e fidelização do público.

¹⁹ Dado que a diferença entre os resultados com e sem registo é mínima, a análise que se segue apenas terá em conta os resultados com registo. Como já foi indicado anteriormente, consideraram-se válidas algumas características de determinadas potencialidades, que apenas estariam disponíveis em caso de registo (acesso livre), devido ao facto do ciberjornal ter o cuidado de mencionar as vantagens que esse mesmo registo poderia trazer.

Tabela 1 - Percentagem de aproveitamento das pontencialidades da Internet por parte dos ciberjornais regionais do distrito do Porto, com e sem a possibilidade de registo:

Ciberjornal	Percentagem sem registo	Percentagem com registo
A Verdade	34	34
Fórum do Vale do Sousa	36	36
Terras do Vale do Sousa	48	48
O progresso de Paredes	8	8
Póvoa Semanário	35	36
A Voz da Póvoa	29	29
Matosinhos Hoje	32	38
Imediato	24	25
O Gaiense	18	22
Média	29,3	30,6

Tabela 2 - Percentagem de aproveitamento das potencialidades dos ciberjornais regionais do distrito do Porto:

Potencialidade	Percentagem
Interactividade	27,2
Hipertextualidade	10,5
Multimedialidade	38,8
Instantaneidade	19,2
Memória	45,8
Personalização	30,8
Usabilidade	80
Criatividade	70

Dentro das restantes potencialidades, ditas mais importantes pelos especialistas mencionados anteriormente neste trabalho, a memória apresenta o valor mais elevado, com 45,8% de aproveitamento (ver tabela 3). Segue-se a multimedialidade com 38,8%, embora seja de referir que genericamente os elementos de multimedialidade encontram-se dispersos e não em articulação com notícias. Ainda sensivelmente dentro da média de aproveitamento está a personalização, com 30,8% e a interactividade, com 27,2%, o que confirma que os ciberjornais regionais ainda não estão suficientemente próximos do utilizador para que este possa sentir que faz parte do novo processo de construção noticiosa. Com piores resultados estão a instantaneidade (19,2%) e a hipertextualidade (10,5%). Sendo duas características inegavelmente imprescindíveis no ciberjornalismo, os ciberjornais regionais do distrito do Porto ainda não tiram partido das suas potencialidades. É certo que tratando-se do âmbito regional, onde nunca existe tanto trânsito informativo como nos nacionais, não se pode esperar o mesmo ritmo de actualização noticiosa, no caso da instantaneidade. Canavilhas, em entrevista para este trabalho²⁰, afirma que o ritmo de actualizações não é fundamental no ciberjornalismo regional, acrescentando que “o próprio facto de não existirem muitos diários regionais é revelador do reduzido interesse desta característica”. Também Luís Santos²¹ concorda que neste caso a torrente de informação não seja tão relevante para a comunidade, salientando que nos ciberjornais regionais deveriam aproximar-se do ritmo de actualização de um blogue pessoal, onde a média é de um *post* por dia: “esta actualização - imaginemos diária ou duas vezes ao dia - serviria também para aumentar a fidelidade da comunidade, que assim se poderia habituar a um determinado ritmo de visitas”. Contudo, ainda existem ciberjornais regionais que apenas actualizam a sua página *web* no dia em que sai para o mercado a versão papel, verificando-se muitas vezes a mera transposição dos conteúdos. Também no caso da hipertextualidade, é de lamentar que os ciberjornais regionais ainda não tirem partido desta característica tantas vezes considerada como a grande mais-valia do ciberespaço. Nota-se, assim, que para além da falta conexão entre elementos textuais e extra-textuais, verifica-se que a oportunidade de poder contextualizar e aprofundar o conhecimento do utilizador nas diferentes matérias é completamente desperdiçada.

²⁰ Ver apêndice 2

²¹ Ver apêndice 1

Tabela 3 - Percentagem de aproveitamento médio das principais potencialidade analisada nos ciberjornais regionais do distrito do Porto:

Potencialidade	Percentagem de aproveitamento
Interactividade	27,2
Hipertextualidade	10,5
Multimedialidade	38,8
Instantaneidade	19,2
Memória	45,8
Personalização	30,8
Média	28,7

6.2 - Análise do Resultado das Potencialidades

De modo a ter uma visão mais realista daquilo que se passa no ciberjornalismo regional do distrito do Porto, procedeu-se a uma comparação com os resultados dos ciberjornais nacionais de Zamith (2008), no que diz respeito ao nível de aproveitamento das seis mais importantes potencialidades da Internet, tendo em conta que os parâmetros de cada uma destas potencialidades não sofreram alterações nos dois estudos (ver tabela 4). Surpreendentemente, os ciberjornais regionais deste estudo obtiveram melhor percentagem média do que os ciberjornais nacionais, apesar de ambos apresentarem valores de aproveitamento bastante baixos para o nível que é possível conquistar hoje em dia na Internet. Apenas nas potencialidades hipertextualidade e instantaneidade é que os ciberjornais nacionais superam os regionais, com destaque para a última que apresenta 51,5% de aproveitamento. Na interactividade, multimedialidade, memória e personalização, os regionais apresentam valores consideravelmente superiores aos nacionais. Mais uma vez, a hipertextualidade é a potencialidade menos aproveitada no resultado de ambos os estudos, com uma percentagem que não chega aos 11%. Trata-se, sem dúvida, de uma das grandes lacunas do ciberjornalismo em Portugal.

Tabela 4 - Percentagem de aproveitamento das potencialidades da Internet dos ciberjornais nacionais (aplicação simples da tabela - Zamith, 2008) e dos ciberjornais regionais do distrito do Porto:

Potencialidade	Ciberjornais nacionais	Ciberjornais regionais
Interactividade	17,5	27,2
Hipertextualidade	10,7	10,5
Multimedialidade	26,5	38,8
Instantaneidade	51,5	19,2
Memória	37,5	45,8
Personalização	19,7	30,8
Média	27,2	28,7

Segue-se uma breve análise do resultado de cada uma das potencialidades integradas na tabela de mediação. Para que se possa ter uma noção mais profunda das potencialidades que os ciberjornais regionais do distrito do Porto mais aproveitam, construíram-se duas tabelas que permitem saber quais os jornais que melhor e pior aproveitam cada uma das potencialidades (ver tabelas 5 e 6).

Tabela 5 - Ciberjornais que melhor aproveitam cada uma das potencialidades da tabela de mediação e respectiva percentagem de aproveitamento:

Potencialidade	Ciberjornal	%
Interactividade	Matosinhos Hoje	48
Hipertextualidade	Terras do Vale do Sousa e Póvoa Semanário	25
Multimedialidade	Póvoa Semanário e Fórum do Vale do Sousa	58,3
Instantaneidade	A Verdade; Póvoa Semanário	41,6

Potencialidade	Ciberjornal	%
Memória	Terras do Vale do Sousa	100
Personalização	Terras do Vale do Sousa	66,6

Tabela 6 - Ciberjornais que menos aproveitam cada uma das potencialidades da tabela de mediação e respectiva percentagem de aproveitamento:

Potencialidade	Ciberjornal	%
Interactividade	Progresso de Paredes	8
Hipertextualidade	Progresso de Paredes; Imediato; O Gaiense	0
Multimedialidade	A Voz da Póvoa	8
Instantaneidade	A Voz da Póvoa; Matosinhos Hoje	0
Memória	O Progresso de Paredes	0
Personalização	O Progresso de Paredes; O Gaiense	0

6.2.1 - Interactividade

Dentro da interactividade, a característica mais aproveitada pelos ciberjornais regionais é a presença de “e-mail/ formulário de contacto genérico” em todos os ciberjornais, seguida da “publicação retardada dos comentários aos artigos”, aproveitada por todos excepto pelo *Progresso de Paredes*. Salienta-se que todos os comentários que podem ser feitos são retardados, isto é, estão sujeitos a aprovação. Alguns dos ciberjornais regionais explicam que é necessário moderar os comentários de modo a evitar mensagens automáticas, insultos ou linguagem imprópria. Destaca-se ainda a presença de inquéritos em todos os ciberjornais, excepto o *Imediato*. Desses, quatro ciberjornais apresentam inquéritos isolados; dois têm inquéritos associados a outro elemento; e apenas um (*Matosinhos Hoje*) apresenta os dois tipo de inquérito. Pela negativa, exalta-se a ausência tanto de salas de comunicação instantânea, como de blogues ou *wikis* abertos à

participação dos visitantes em todos os ciberjornais analisados; não existe igualmente “e-mail de fontes originais”, sendo que a grande maioria nem sequer refere as fontes; e apenas dois ciberjornais, *Póvoa Semanário* e *O Gaiense*, apresentam o “e-mail/ contacto formulário de todos os jornalistas”. Nenhum dos ciberjornais publica cartas dirigidas ao director.

Analisando as tabelas 5 e 6, de um modo geral o ciberjornal que melhor aproveita a interactividade é o *Matosinhos Hoje* (48%), e o que aproveita menos é o *Progresso de Paredes* (8%).

6.2.2 - Hipertextualidade

Como já foi referenciado, a hipertextualidade é a potencialidade menos aproveitada tanto nos ciberjornais de âmbito nacional, como nos ciberjornais regionais do distrito do Porto. Nesta análise, verifica-se que apenas o *Póvoa Semanário* apresenta *links* para *sites* de informação genérica; ainda que sejam hiperligações extratextuais, o *Terras do Vale do Sousa* e o *Matosinhos Hoje* são os únicos que remetem o texto para notícias relacionadas, em arquivo. Também estes dois ciberjornais, juntamente com o *Póvoa Semanário* e *A voz da Póvoa*, apresentam hiperligações a notícias relacionadas produzidas na mesma altura. Dos nove jornais apenas quatro têm hiperligações (extratextuais) a vídeos relacionados e somente três apresentam links para galeria de imagens ou diaporamas relacionados. Não existem de todo hiperligações a fontes originais, cronologia do assunto, áudio e infografia. Mesmo sendo uma potencialidade que regista 10,5% de aproveitamento, os ciberjornais que ainda assim conseguem absorver algo são o *Terras do Vale do Sousa* e o *Póvoa Semanário*. O *Progresso de Paredes*, o *Imediato*, e *O Gaiense* não tiram aproveitamento algum desta potencialidade (ver tabelas 5 e 6).

6.2.3 - Multimedialidade

Com uma percentagem de quase 39 valores, esta é uma das potencialidades mais aproveitadas pelos ciberjornais regionais em estudo. Começa-se por verificar, como já era expectável, que todos os ciberjornais apresentam fotografias. Contudo, apenas dois têm diaporama (*Fórum do vale do Sousa* e *Póvoa Semanário*), o que dá mais dinâmica e atractividade aos *websites*. Sete ciberjornais apresentam infografias (estáticas e dinâmicas), embora a maior parte não esteja directamente relacionada com notícias, mas sim com elementos como a meteorologia ou destaques

para edições especiais do jornal versão papel. Consta-se ainda que nenhum ciberjornal apresenta registos sonoros e apenas 5 têm vídeo (sonoro). O *Póvoa Semanário* e o *Fórum do Vale do Sousa* são os ciberjornais que mais proveito retiram desta potencialidade, com uma percentagem de sensivelmente 58 valores. Já *A Voz da Póvoa* é o pior, com apenas 8% de aproveitamento (ver tabelas 5 e 6)

6.2.4 - Instantaneidade

De modo a obter uma noção mais realista do ritmo de actualizações dos ciberjornais regionais do distrito do Porto, procedeu-se à construção de uma tabela isolada, onde consta o número de actualizações feita por cada um. Assim, analisando a tabela 7, verifica-se que *A Voz da Póvoa*, o *Matosinhos Hoje* e o *O Gaiense*, não apresentaram qualquer artigo novo ao longo do dia de observação - 6 de Maio de 2010 - nem nas 24 horas seguintes (observação esta que foi feita a título de curiosidade, pelo que não integra a tabela de mediação das potencialidades da Internet). Esta situação pode ser reveladora do facto de muitos ciberjornais regionais portugueses ainda se limitarem à transposição da versão impressa do jornal para a Internet, mantendo, por isso, a periodicidade consoante o meio tradicional. Por sua vez, o ciberjornal que mais actualizações²² registou foi o *Fórum do Vale do Sousa*, com 10 artigos novos 8 horas após a primeira observação. O título mais regular em termos de actualizações é o *Póvoa Semanário*, que actualizou o seu *website* em dois momentos do primeiro dia, continuando com actualizações no dia seguinte. Ainda dentro da instantaneidade verifica-se que apenas *A Verdade* tem conteúdo em actualização permanente; nenhum apresenta actualização de artigo explicitada; e nem todos os ciberjornais têm na notícia a data e hora de publicação. *A Verdade* e o *Póvoa Semanário* são os títulos que mais aproveitam a instantaneidade, com 41,6%. No lado oposto, *A Voz da Póvoa* e o *Matosinhos Hoje* não tiram partido desta potencialidade (ver tabelas 5 e 6).

Tabela 7 - Número de artigos novos disponibilizados pelos ciberjornais regionais ao longo do dia após a primeira observação, 09h00, e nas 24h do dia seguinte.

²² Neste caso, a palavra “actualizações” abriga quer os artigos/ notícias actualizadas, quer a existência de novos artigos/ notícias.

	Número de artigos novos após 1ª observação				
Ciberjornal	4 horas depois	8 horas depois	12 horas depois	16 horas depois	Dia seguinte
A Verdade	1				4
Fórum do Vale do Sousa		10			
Terras do Vale do Sousa		3			5
O progresso de Paredes	1				1
Póvoa Semanário		2		1	2
A Voz da Póvoa	-	-	-	-	-
Matosinhos Hoje	-	-	-	-	-
Imediato		1			2
O Gaiense	-	-	-	-	-

6.2.5 - Memória

De facto, à excepção do *Progresso de Paredes*, todos os ciberjornais apresentam arquivo ou caixa de pesquisa interna, sendo que seis ciberjornais apresentam ambas as características. Contudo, a memória falha no que toca à apresentação de *tags* nos artigos, já que apenas o *Terras de Vale do Sousa* apresenta esta característica, que pode realmente ser útil à exploração das notícias por parte do utilizador. É, de facto, este último ciberjornal aquele que mais aproveitamento faz da potencialidade, com um valor de 100%. Já o *Progresso de Paredes* é o pior, com 0% de aproveitamento (ver tabelas 5 e 6).

6.2.6 - Personalização

Com uma média de 30,8% de aproveitamento pelos ciberjornais regionais, a personalização é ainda assim pouco explorada neste meio. Seis ciberjornais permitem o envio do noticiário (geral ou seleccionado) para o e-mail e apenas *A Verdade* e o *Imediato* oferecem a possibilidade de envio do noticiário para o telemóvel. O envio instantâneo de noticiário para o computador apenas é

permitido em três ciberjornais e apenas noticiário geral (e não seleccionado). Os RSS são bem aproveitados pela maioria dos ciberjornais, mas quanto à configuração (profunda) do primeiro ecrã apenas é possível em três ciberjornais: *Terras de Vale do Sousa*, *Fórum Vale do Sousa* e *Matosinhos Hoje*. O ciberjornal que mais partido tira desta característica é o *Terras de Vale do Sousa*, com 66,6%. O *Progresso de Paredes* e *O Gaiense* têm 0% de aproveitamento (ver tabelas 5 e 6).

6.2.7 - Usabilidade e criatividade

Não obstante tratar-se das duas potencialidades com menos valor na tabela de mediação, o que é certo é que ambas são bem aproveitadas pelos ciberjornais regionais, com uma percentagem de 80, no caso da usabilidade, e 70, no caso da criatividade. Começando pela legibilidade, comprova-se que apenas quatro ciberjornais apresentam as notícias devidamente estruturadas, com títulos e subtítulos e divisão do texto em parágrafos; a “regra dos três cliques” parece igualmente estar bem implementada nos ciberjornais regionais, já que todos eles a cumprem, facilitando, assim, a navegabilidade dos utilizadores pelo *website*; igualmente aproveitada a 100% pelos ciberjornais está a visibilidade dos mesmos, isto é, o utilizador que pretenda descobrir o *site* de qualquer um destes ciberjornais, encontra-lo-á muito facilmente, quer através do próprio nome do ciberjornal, quer através da pesquisa em motores de busca. Quanto à criatividade, é também bastante usufruída pelos ciberjornais em análise. À excepção do *Fórum do Vale do Sousa* e d’ *O Gaiense* - que aproveitam somente outros dois tipos de potencialidades da Internet - todos os restantes títulos têm três ou mais potencialidades exploradas. Utilidades como secção de *downloads*, ligação a redes sociais, secção cidadão-repórter, calendário de eventos, cotação da bolsa, facilidades para utilizadores com necessidades especiais, ou até mesmo farmácias de serviço, são especificidades aproveitadas por muitos dos ciberjornais regionais analisados.

6.3 - Análise detalhada dos ciberjornais - Pós e Contras

6.3.1 - A Verdade

A favor:

- Apresenta o e-mail ou formulário de contacto de alguns dos jornalistas, enquanto 4 ciberjornais não apresentam nenhum contacto;
- Existe um livro de visitas para que os utilizadores deixem as suas opiniões ou comentários;
- Embora esta seja uma característica que nem deveria ser considerada uma vantagem, mas sim uma garantia dos meios de comunicação digitais, este é um dos 5 ciberjornais que apresenta pelo menos um vídeo sonoro, extra-textual;
- É o único ciberjornal que apresenta conteúdos em actualização permanente, nomeadamente a cotação da bolsa e o estado meteorológico actual;
- Todos os artigos apresentam data e hora;
- Possibilidade de envio de noticiário para telemóvel;
- Apresenta de forma regular novos conteúdos, já que publicou uma notícia nova dentro das 4 horas após a primeira observação, mais 4 novos artigos publicados no dia seguinte;
- Cumpre os três critérios da usabilidade;
- Tem mais de 3 outros aproveitamentos das potencialidades da internet: farmácias de serviço do dia; calendário de eventos da região; botões de partilha de notícias em espaços como o Facebook ou Twitter, Blogger, Orkut, etc; estado do tempo; cotação da bolsa, e galeria de imagens.

Contra:

- Terceiro pior ciberjornal a nível da Interactividade: não tem fóruns de discussão ou salas de comunicação instantânea; nenhum artigo dispõe do e-mail do seu autor ou da fonte original; impossibilidade de votar nos artigos; não produz reportagens multimédia;
- Hipertextualidade com apenas 2 valores em 20: apenas apresenta um vídeo extra-textual;
- Apenas uma infografia estática (relacionada com o estado do tempo); apenas um vídeo sonoro;
- Artigos sem etiquetas/ *tags*;
- Fraca personalização: impossibilidade de configuração do primeiro ecrã; impossibilidade de enviar noticiário para o computador;

6.3.2 - Fórum Vale do Sousa

A favor:

- Inquérito associado à temática da secção “opinião”;
- É o único ciberjornal onde existe pelo menos uma hiperligação intratextual a diaporama. Neste caso, do diaporama apresentado no primeiro ecrã, há possibilidade de aceder ao texto das notícias destacadas;
- Infografia estática na representação meteorológica;
- Todos os artigos têm data e hora;
- Apresentou 10 novos artigos na terceira observação, embora não tenha havido mais artigos novos ou actualizados no resto do dia e no dia seguinte;
- Caixa de pesquisa interna completa;
- Juntamente com o ciberjornal *Matosinhos Hoje*, é o jornal com melhor personalização, com um total de 7 em 12 valores: é o único que permite uma profunda configuração do primeiro ecrã (o *Matosinhos Hoje*, também o permite, mas apenas sob a condição de ser utilizador registado): existem várias opções, tais como apresentação de notícias com ou sem imagem; hierarquizar as notícias do primeiro ecrã; selecção das regiões sobre as quais deseja visualizar notícias e respectivo número de artigos; escolha de secções, etc.

Contra:

- Não existem contactos de jornalistas nem salas ou fóruns de conversação;
- Não é possível votar nos artigos;
- Fraca hipertextualidade, com apenas 4 em 20 valores;
- Juntamente com o *Póvoa Semanário* é o melhor ciberjornal a nível da multimedialidade: apresenta fotografia, desenho, diaporama, infografia estática e vídeo sonoro;
- Fraca Instantaneidade: apenas 3 em 12 valores;
- Artigos sem etiquetas ou *tags*;
- A nível da Legibilidade, nota-se que nem todos os textos estão separados por parágrafos e muitos não apresentam subtítulos ou *leads*.
- Apenas apresenta outras duas potencialidades da Internet: estado do tempo e possibilidade de partilha de artigos noutros espaços, como o Twitter ou Facebook.

6.3.3 - Terras do Vale do Sousa

A favor:

- É o ciberjornal que maior pontuação obteve - 48 valores
- É um dos três ciberjornais que tem um fórum de discussão, embora sem a participação de jornalistas;
- Tem a secção “Correio dos Leitores”, onde os utilizadores deixam as suas opiniões e comentários;
- É o único ciberjornal cujos inquéritos permitem respostas livres;
- Juntamente com *A Voz da Póvoa*, é o único ciberjornal que permite votação nos artigos com reflexo na sua visibilidade;
- Tem pontuação máxima na potencialidade “Memória”: arquivo global completo, com possibilidade de consultar todas as edições do jornal impresso desde o ano de 2007; para além da pesquisa simples, conta com três caixas de pesquisa interna para a secção “Jornal”, “Agenda” e “Fórum”, cada uma com possibilidade de pesquisa por mais de três critérios; todos os artigos apresentam *tags*;
- Possibilidade de configurar profundamente o primeiro ecrã, de acordo com os gostos do utilizador;
- Cumpre todos os critérios de usabilidade;
- Faz aproveitamento de mais de três outras potencialidades da Internet: meteorologia; informação sobre farmácias próximas; *website* preparado para pessoas com necessidades especiais; *homepage* apresenta destaque dos artigos mais lidos, mais votados e mais comentados.

Contra:

- À semelhança de todos os outros ciberjornais, apresenta-se muito fraco na potencialidade da hipertextualidade;
- Nenhum artigo apresenta a hora de publicação dos mesmos;
- Apenas apresentou três novos artigos na terceira observação do dia (a última actualização datava 3 dias anteriores à análise efectuada);

6.3.4 - O Progresso de Paredes

A favor:

- Nos dois dias de observação de actualização de notícias, apresentou um artigo novo em cada dia.

Contra:

- É, de longe, o ciberjornal com pior resultado: 8 valores em 100;
- Obteve pontuação zero em 4 potencialidades: hipertextualidade; memória; personalização e criatividade, o que significa, entre outras realidades, que não existem vídeos ou áudio, não existe arquivo ou RSS; não existe aproveitamento de outras potencialidades; não há possibilidade de pesquisa;
- Pontuação mais baixa em “Interactividade”: 2 valores;
- Textos compridos, sem parágrafos.

6.3.5 - Póvoa Semanário

A favor:

- Apenas este ciberjornal e *O Gaiense* apresentam o e-mail de todos os jornalistas e de todos os autores dos artigos;
- Tem a secção “Cidadão-repórter” e “O meu espaço”, onde os utilizadores podem facilmente expor as suas ideias, comentários, dotes jornalísticos e até mesmo estabelecer contacto com outros utilizadores;
- Embora não se tenham verificado hiperligações para fontes originais nas notícias da *homepage*, existe a secção “Mundo digital”, onde várias notícias apresentam hiperligações para fontes originais;
- É o único ciberjornal com uma secção própria para vídeos, onde constam várias reportagens feitas pelo próprio ciberjornal;
- Existem diaporamas em várias notícias;
- Apresentou duas novas notícias na segunda observação e outra na quinta observação, o que significa que durante todo o dia, existe sempre alguém que actualiza o ciberjornal. No dia seguinte, o *site* foi actualizado com mais duas notícias novas;
- Cumpre todos os critérios das potencialidades da usabilidade e da criatividade.

Contra:

- É um dos três ciberjornais que não apresenta RSS;
- Não tem arquivo;
- O envio instantâneo do noticiário geral para o computador, apenas é possível se o utilizador proceder à assinatura *online*;
- Fraca pontuação nas potencialidades da hipertextualidade e da memória, dentro desta última apenas cumpre com a presença de uma caixa de pesquisa simples.

6.3.6 - A Voz da Póvoa

A favor:

- É o segundo melhor ciberjornal na potencialidade da interactividade, com 10 valores em 25;
- É o segundo melhor em memória: boa caixa de pesquisa e bom arquivo;
- Cumpre todos os critérios das potencialidades da usabilidade e da criatividade, neste último apresenta para além da meteorologia, farmácias e agenda cultural, acessibilidade ao *website* para utilizadores com necessidades especiais.

Contra:

- Hipertextualidade, multimedialidade, instantaneidade e personalização com valores muito fracos, quase nulos;
- Não existem vídeos ou áudio;
- Notícias muito pouco desenvolvidas.

6.3.7 - Matosinhos Hoje

A favor:

- Tendo em conta a possibilidade de registo dos utilizadores, é o ciberjornal com maior pontuação (39 em 100); retiradas as vantagens de registo, é o terceiro melhor ciberjornal, seguido do *Forúm de Vale do Sousa* e do *Póvoa Semanário*, respectivamente;
- É o ciberjornal com melhor pontuação a nível da interactividade, com 12 valores em 25;
- Para quem for utilizador registado, pode saber o tempo médio de leitura dos artigos;
- Diz explicitamente que o utilizador tem vantagens em fazer o registo.

Contra

- Nem todas as notícias estão completas; tratam-se apenas de excertos de notícias da edição impressa do jornal;
- Não existem vídeos;
- Instantaneidade nula: não apresentou qualquer notícia nova ao longo do período de pesquisa;
- Nem todos os textos estão separados por parágrafos, mas sim em blocos compridos, o que dificulta a leitura.

6.3.8 - Imediato

A favor:

- Na secção “*downloads*” é possível descarregar a revista do jornal ou destacáveis de eventos especiais;
- Livro de visitas;
- Todas as secções disponíveis em RSS.

Contra:

- Não tem pontuação em hipertextualidade;
- Não tem arquivo;
- Maior parte dos textos não estão devidamente organizados: texto corrido sem parágrafos e não justificado.

6.3.9 - O Gaiense

A favor:

- É um dos dois jornais que apresentam e-mail ou formulário de contacto de todos os jornalistas;
- É um dos dois jornais que apresentam e-mail de todos os autores das notícias;
- Dos poucos ciberjornais que apresentam infografia dinâmica, neste caso com destaque para a edição dos Sábados;

Contra:

- Hipertextualidade e personalização sem pontuação;
- Notícias pouco desenvolvidas, sem *lead*, com tipos de letra diferentes.

CAPÍTULO 7 - CONCLUSÃO

A conclusão mais imediata a que se chega após a análise dos ciberjornais regionais do distrito do Porto é a de que estes aproveitam muito pouco as potencialidades que a Internet oferece. A tabela de mediação utilizada no âmbito desta tese, comprova esta mesma ideia, dado que o aproveitamento médio das potencialidades da Internet situa-se nos 30,6%. Analisadas detalhadamente cada uma das potencialidades da tabela, verificou-se, surpreendentemente, que a mais débil é a hipertextualidade. Considerado por muitos como o expoente máximo da Internet, o hipertexto é uma das mais-valias do ciberjornalismo. Já dizia Ward que “o hipertexto é o coração da escrita *online*”, já que permite ao utilizador traçar o seu próprio caminho na *web*. Assim, sendo, lamenta-se o facto desta potencialidade apenas ter 10,5% de aproveitamento nos ciberjornais regionais estudados. A instantaneidade é outra das fraquezas destes ciberjornais, com 19,2% de aproveitamento. De facto, os ciberjornais regionais não apresentam grande ritmo de actualização noticiosa e muitos ainda dependem da saída para o mercado da versão impressa para poderem proceder à actualização do *website*. É igualmente de salientar que alguns ciberjornais limitam-se a transcrever parte das notícias, remetendo o utilizador para a compra do jornal impresso. Sendo a interactividade considerada a característica diferenciadora entre os meios tradicionais e os novos média (ver capítulo 3), é relevante referir que no caso deste estudo a interactividade, com 27,2% de aproveitamento, peca por não potenciar a relação com o utilizador. Não existem salas de conversação ou blogues, já para não falar numa das características base da interactividade, isto é, a presença do contacto e-mail (ou formulário de contacto) de todos os jornalistas, o que só se regista em apenas um dos nove ciberjornais analisados. Igualmente mal aproveitada está a personalização, com 30,8% de aproveitamento. Está visto que os utilizadores pouco podem personalizar a forma como recebem os conteúdos. O mesmo acontece com a presença de elementos multimédia nos ciberjornais regionais. Apesar de já existir algum cuidado na integração de elementos como o vídeo, imagens ou diaporamas, o que é certo é que ainda existe muito a fazer. Em pleno ano de 2010, mais de 15 anos após as primeiras experiências jornalísticas na *web*, os ciberjornais regionais ainda não apresentam sinais de uma reportagem multimédia, uma verdadeira potencialidade, onde podem convergir as mais variadas características dos “velhos” e dos novos média.

Quanto às evoluções que esta área do ciberjornalismo regista, destaca-se o facto de nenhum dos ciberjornais exigir que o utilizador pague a informação, incluindo os quatro ciberjornais que detêm um arquivo global organizado por datas e categorias. É ainda de registar o bom emprego que

os ciberjornais regionais fazem da usabilidade, explorando e beneficiando da boa organização dos seus textos e da navegabilidade dos seus *websites*. Comparativamente aos ciberjornais de âmbito nacional do estudo de Zamith (2008), estima-se que quatro anos após a pesquisa do autor - que teve início em Novembro de 2006 - a potencialidade da criatividade tenha evoluído. Mais de metade dos ciberjornais regionais apresentam três ou mais tipos de aproveitamento das potencialidades da Internet. Já no estudo de Zamith, mesmo com um universo mais amplo, nenhum dos ciberjornais nacionais apresentaram sequer dois outros tipos de aproveitamento, havendo uma diferença percentual entre os dois estudos de sensivelmente 70 valores.

Apesar de já começarem a surgir algumas luzes verdes no ciberjornalismo regional português, o que é certo é que ainda existe um longo percurso a percorrer. Questionado sobre o que realmente falta ao ciberjornalismo regional, Luís Santos (Universidade do Minho)²³ nomeia três necessidades fundamentais: de ser mais e melhor jornalismo; de ter melhores jornalistas, editores e proprietários; e de centrar a sua actividade mais nas comunidades a que se dedica. Já Canavilhas²⁴, sublinha a falta de investimento e de “algum rasgo”, já que o facto da tecnologia *web* ser gratuita pode permitir a construção de conteúdos de “grande qualidade”. O investigador lamenta ainda a falta de investimento em recursos humanos, que muitas vezes é esquecida. Embora em Portugal o aproveitamento da Internet como meio de comunicação social esteja ainda bastante atrasado relativamente a países como os Estados Unidos da América ou o Reino Unido, não significa que num futuro próximo o panorama actual possa mudar e que os média tradicionais sintam uma maior necessidade de apostar na divulgação dos seus conteúdos através da Internet, investindo, assim, em recursos que contribuam para o seu sucesso. No caso do ciberjornalismo regional, aplica-se a mesma ideia, mas com a consciência de que esta é uma área que tem potencial para vincar ainda mais o seu lugar na *web*, dada a proximidade e o interesse que consegue provocar no utilizador. Se este último na actualidade já procura os ciberjornais regionais para obter informações do que lhe é próximo, poder-se-á imaginar o grau de satisfação de um utilizador que usufrua das imensas potencialidades que um ciberjornal regional é capaz de oferecer se estiver devidamente formado e integrado na rede.

É, por tudo isto, importante acompanhar a evolução quer dos ciberjornais regionais, quer dos nacionais e analisar a forma como estes se vão integrando no mundo da *web*. Existem inúmeras possibilidades de potenciais estudos que possam complementar esta pesquisa. Seria interessante integrar a tabela de mediação nos ciberjornais regionais sem edição impressa; saber de que forma é

²³ Ver apêndice 1.

²⁴ Ver apêndice 2.

que os ciberjornais portugueses podem aproveitar as suas características para conseguirem gerar recursos financeiros; ou até mesmo um estudo aprofundado que procurasse entender as verdadeiras razões que impedem os editores e proprietários de investir nesta área.

BIBLIOGRAFIA

LIVROS

BASTOS, Hélder (2000). *Jornalismo Electrónico – Internet e Reconfiguração de Práticas nas Redacções*, Coimbra: Minerva Editora

LÓPEZ, Garcia (2004). *Desafíos de la comunicación local. Guía para la práctica de la información en los ámbitos de proximidad*, Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

LÓPEZ, García (2008). *Ciberperiodismo en la proximidad*. Sevilla: Comunicación Social.

QUIVY, Raymond ; VAN CAMPENHOUDT, Luc (1995). *Manual de investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.

SANTOS, Sofia (2007). *Imprensa Regional. Temas Problemas e Estratégias da Informação Local*. Lisboa: Livros Horizonte

ZAMITH, Fernando (2008). *Ciberjornalismo: As potencialidades da Internet nos sites noticiosos portugueses*, Porto: Edições Afrontamento e Cetac.media.

SÍTIOS

AGUIAR, Marta (2008). *Jornalismo Online: Evolução e desafios*.

URL: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/9501/1/Tese%20de%20Marta%20Isabel%20Rodrigues%20Aguiar.pdf>

(consultado em 13 de Abril de 2010).

AMARAL, Inês (2005). *A interactividade na esfera do Ciberjornalismo*.

URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/amaral-ines-interactividade-esfera-ciberjornalismo.pdf>
(consultado em 22 de Maio de 2010).

BARBOSA, Elisabete (2001). *Interactividade: A grande promessa do jornalismo online*.

URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-elisabete-interactividade.pdf>

(consultado em 22 de Maio de 2010).

BARBOSA, Suzana (2001a). *A Informação de Proximidade no Jornalismo Online*. Seminário de Pesquisa da Faculdade de Comunicação Facom - UFBA.

URL: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_barbosa_informacaoproximidade.pdf

(consultado em 22 de Setembro de 2010).

BARBOSA, Suzana (2002). *Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBahia*.

URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzanaportais-mestrado.pdf>

(consultado em 25 de Junho de 2010).

BASTOS, Hélder (2005). *Ciberjornalismo e narrativa hipermédia*.

URL: http://prisma.cetac.up.pt/artigos/ciberjornalismo_e_narrativa_hipermedia.php

(consultado em 17 de Fevereiro de 2010).

CANAVILHAS, João (2001). *Webjornalismo: Considerações Gerais sobre Jornalismo na Web*.

URL: http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhas-joao-webjornal.html

(consultado em 17 de Fevereiro de 2010).

CANAVILHAS, João (2004). *A Internet como Memória*.

URL: <http://www.ca.ubi.pt/~webjornalismo/sections.php?op=viewarticle&artid=78>

(consultado em 17 de Fevereiro de 2010).

CANAVILHAS, João (2006). *Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada*.

URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joaowebjornalismo-piramide-invertida.pdf>

(consultado em 17 de Fevereiro de 2010).

CEIA, Carlos (2007). *Como Fazer uma Tese de Doutoramento ou uma Dissertação de Mestrado*.

URL: <http://www2.fcsh.unl.pt/docentes/cceia/guias1.htm>

(consultado em 22 de Maio de 2010).

FLOR, Gisele (2006). *Continuidades e Rupturas no Webjornalismo Regional*.

URL: https://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/7/78/GT3-_REGIOCOM-_03-_Continuidades_e_rupturas-_Gisele.pdf

(consultado em 22 de Maio de 2010).

GONZALES, M. Ángeles (2000). *Convivencia de la prensa escrita y la prensa on line en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia*.

URL: http://www.ucm.es/info/periodo/Periodo_I/EMP/Numero_07/7-4-Comu/7-4-01.htm

(consultado em 22 de Maio de 2010).

LE MOS, André (1997). *Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais*.

URL: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interac.html>

(consultado em 2 de Setembro de 2010).

MIELNICZUK, Luciana (2001). *Características e implicações do jornalismo na Web*.

http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf

(consultado em 3 de Setembro de 2010).

MCLUHAN, Marshall (1962) *The Gutenberg Galaxy – The Making of Typographic Man*.

URL: http://books.google.com/books?id=y4C644zHCWgC&printsec=frontcover&dq=%22Gutenberg+galaxy%22&hl=pt-PT&ei=BCiKTOiWDIaBOIr68MUK&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CDQQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false

(consultado em 22 de Maio de 2010).

NICOLA, Ricardo (2003). *Cibersociedade: quem é você no mundo on-line?*

URL: http://books.google.com/books?id=FZIRQSGqaT4C&pg=PA60&dq=bill+skeet&hl=pt-PT&ei=34OHTPv0OcK4jAf2qoWOCA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCcQ6AEwAA#v=onepage&q=bill%20skeet&f=false

(consultado em 2 de Setembro de 2010).

NIELSEN, Jakob & MORKES, John (1997). *How users read on the web*.

URL: <http://www.useit.com/alertbox/9710a.html>

(consultado em 2 de Setembro de 2010).

NIELSEN, Jakob (2006) *Priorityzing web usability*.

URL: <http://my.safaribooksonline.com/0321350316/322?bookview=search&query=three+click#X2ludGVybmFsX0ZsYXNoUmVhZGVyP3htbGlkPTAzMjEzNTAzMTYvMzIy>

(consultado em 2 de Setembro de 2010).

PALACIOS, M., (2002). *Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate*.

URL: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf

(consultado em 13 de Abril de 2010)

PERUZZO, Cicilia (2003). *Mídia local , uma mídia de proximidade. Local media: A media of proximity*.

URL: <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/comunicacaoveredas/article/viewFile/5105/4723>

(consultado em 22 de Maio de 2010)

PORTER, Joshua (2003). *Testing the Three-click Rule*.

URL: http://www.uie.com/articles/three_click_rule/

(consultado em 3 de Setembro de 2010)

RIBEIRO, Juliana (2005). *Jornalismo regional e construção da cidadania: O caso da Folha da Região de Araçatuba*.

URL: <http://www.bocc.uff.br/pag/ribeiro-juliana-jornalismo-regional-construcao-cidadania.pdf>

(consultado em 17 de Fevereiro de 2010)

SANTOS, Robson (2006). *Usabilidade de interfaces para sistemas de recuperação de informação na web*.

URL: http://www2.dbd.puc-rio.br/arquivos/155000/159700/10_159710.htm?codBib=

(consultado em 3 de Setembro de 2010)

VIEIRA, João (2009). *O Jornalismo De Proximidade na era digital: análise funcional da edição online do Jornal da Mealhada*.

URL: <https://bdigital.ufp.pt/dspace/bitstream/10284/1080/3/JOAOVIEIRA.pdf>

(consultado em 17 de Fevereiro de 2010)

VILELLA, Renata (2003). *Conteúdo, Usabilidade e Funcionalidade: três dimensões para a avaliação de portais estaduais de Governo Eletrônico na Web*.

U R L : [http://opus.grude.ufmg.br/opus/opusanexos.nsf/4d078acf4b397b3f83256e86004d9d55/3e10babb4c182c6d83256fbf00656d34/\\$FILE/mestrado%20-%20Renata%20Moutinho%20Vilella.pdf](http://opus.grude.ufmg.br/opus/opusanexos.nsf/4d078acf4b397b3f83256e86004d9d55/3e10babb4c182c6d83256fbf00656d34/$FILE/mestrado%20-%20Renata%20Moutinho%20Vilella.pdf)

(consultado em 3 de Setembro de 2010)

ZAMITH, Fernando (2007). *O subaproveitamento das potencialidades da Internet pelos ciberjornais portugueses*.

URL: http://prisma.cetac.up.pt/edicao_n4_junho_de_2007/o_subaproveitamento_das_potenc.html

(consultado em 13 de Abril de 2010)

ZANIRATTO, Bianca (2005). *A Comunicação da Informação em Sites Noticiosos Regionais*.

URL: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cp044849.pdf>

(consultado em 25 de Junho de 2010)

ZELDMAN, Jeffrey (2001). *Taking Your Talent to the Web*.

URL: http://www.zeldman.com/talent/Taking_Your_Talent_to_the_Web.pdf

(consultado em 3 de Setembro de 2010)

APÊNDICES

APÊNDICE 1

Entrevista realizada ao investigador e observador do ciberjornalismo português Luís António Santos, da Universidade do Minho, no dia 7 de Maio de 2010.

1- O que tem a dizer sobre o panorama do ciberjornalismo regional português?

O jornalismo *online* português não é uma realidade estanque – vive imerso na realidade do jornalismo em que se insere (seja nacional ou regional). Tem, além disso (e ainda), o problema acrescido de ser uma área mal estudada (por académicos, proprietários e gestores de empresas de média, responsáveis editoriais e mesmo jornalistas) e, por isso, mal compreendida nas suas limitações e nas suas vantagens comparativas. O jornalismo *online* regional tem algumas experiências interessantes (lembro que o ‘Setúbal na Rede’ é um dos mais antigos espaços de informação *online* no país) mas vive ainda muito do chamado *shovelware* (transposição de conteúdos de outros espaços) e vive também (nalguns casos) da ideia absurda de que a solução financeira passa pela limitação de acesso.

2- O que é que, na sua opinião, falta ao ciberjornalismo regional português?

O jornalismo *online* regional precisaria 1) de ser mais e melhor jornalismo, 2) de ter melhores jornalistas e, sobretudo, editores e proprietários e 3) de centrar a sua actividade mais nas comunidades às quais se dedica. E isso consegue fazer-se mais com base nalgum conhecimento específico (da área e das potencialidades da *web*) do que com muito dinheiro. O jornalismo *online* regional precisaria de saber sedimentar a fidelidade das suas audiências com acções pró-activas, com trabalho socialmente relevante e com disponibilidade para ouvir.

3- Para si, quais são as principais potencialidades da internet que os jornais regionais deveriam aproveitar?

O jornalismo *online* deve ser, antes de tudo o mais, jornalismo. E isso significa que deve aproveitar as potencialidades do meio na justa medida em que elas são necessárias. Deve, isso sim, perceber muito bem quem são os seus potenciais utilizadores e, em estreita colaboração com eles, preparar trabalho jornalístico relevante que melhor se adapte às suas necessidades (não faz, por exemplo, muito sentido ter um *feed* adaptado para dispositivos móveis se a minha audiência alvo é uma comunidade de pescadores com baixos rendimentos; aí, fariam sentido outras acções, de maior proximidade física, por exemplo).

Em suma, todas as potencialidades devem ser aproveitadas (eu salientaria, no caso deste tipo de média, talvez, as que permitem maior contacto com a audiência) sempre em função do objectivo essencial – melhor e mais relevante jornalismo.

4- Devem os jornais regionais com edição na Internet manter o mesmo ritmo de actualização que um jornal *online* como, por exemplo "O Público"?

Não creio que, a nível regional, a torrente de informação relevante para a comunidade possa ser tão caudalosa mas acho que a *web* é, em simultâneo, um excelente espaço para o jornalismo mais cuidado e com recurso a mais meios (a reportagem multimédia de qualidade é uma experiência de trabalho jornalístico, de facto, inédita) e para as chamadas '*breaking news*'. Por isso, acho que não faria sentido ter uma espaço *online* com um nível de actualização inferior, por exemplo, ao de qualquer blogue pessoal (a média grosseira de 1 *post* por dia); esta actualização – imaginemos diária, ou duas vezes ao dia – serviria também para aumentar a fidelidade da comunidade (que assim se poderia habituar a um determinado ritmo de visita).

5 - Acha que o ciberjornalismo regional pode vir a ser o jornalismo do futuro?

Acho que o jornalismo *online* não é apenas jornalismo num suporte novo; acho mesmo que muda (mudou, está a mudar e mudará) a forma como entendemos o jornalismo e, sobretudo, a forma como nos relacionamos com ele (partilha, acesso em múltiplos suportes e em tempos diferenciados, colaboração). O jornalismo (negócio) parece estar a evoluir para uma situação em que podem vir a existir menos 'grandes marcas' e muitas mais 'micro marcas'...o que pode até nem ser mau de todo

para um jornalismo *online* regional que aproveite a oportunidade para se afirmar no seu terreno de actuação específico.

6 - A análise deste estudo, baseia-se em algumas potencialidades da Internet importantes para o ciberjornalismo regional. Qual a sua opinião sobre as escolhas destas mesmas potencialidades:

-Interactividade

-Hipertextualidade

-Multimedialidade

-Instantaneidade

-Personalização

-Memória

-Ergonomia (legibilidade, navegabilidade, visibilidade, grafismo)

-Criatividade (outros aproveitamentos: estado do tempo, calendário, interacção com redes sociais, bolsa...)

São todas relevantes mas não creio que nenhuma, por si só, seja imprescindível a todos os espaços; acho que a *web* também nos veio mostrar isso – que as possibilidades são imensas e que importa, sobretudo, ter o produto certo para a audiência certa. A escolha da forma como se vai atingir isso não deveria nunca afastar-nos dessa consideração primeira e o simples facto de um espaço não ter isto ou não ter aquilo não pode fazer dele ‘menos’ do que um outro que as tenha. Só será ‘menos’ se, comprovadamente, essas ‘falhas’ forem responsáveis pela falta de intensidade na sua relação com os leitores/utilizadores.

APÊNDICE 2

Entrevista realizada ao investigador e observador do ciberjornalismo português João Messias Canavilhas, da Universidade da Beira Interior, no dia 20 de Maio de 2010.

1- O que tem a dizer sobre o panorama do ciberjornalismo regional português?

Embora não tenha uma ideia global do que se passa no ciberjornalismo regional português, os exemplos que conheço estão em linha com o expectável dada a debilidade financeira do sector: uma presença forte, mas pouco inovadora. Nos últimos tempos tem aumentado a oferta de vídeo, a possibilidade de comentar e as informações de última hora, mas a hipertextualidade e a multimedialidade por integração continuam a ser ignoradas, algo que também se verifica nos ciberjornais nacionais. De uma forma geral diria que os ciberjornais regionais portugueses são pouco mais do que versões *web* dos jornais em papel.

2- O que é que, na sua opinião, falta ao ciberjornalismo regional português?

Falta investimento mas também algum rasgo, pois a tecnologia gratuita actualmente disponível permite desenvolver conteúdos de grande qualidade. Muitas vezes investe-se tudo em equipamentos esquecendo o mais importante: os recursos humanos.

3- Para si, quais são as principais potencialidades da internet que os jornais regionais deveriam aproveitar?

Penso que neste caso a pergunta se refere aos jornais tradicionais. A ser assim, a característica mais importante é a Ubiquidade, o que acontece com a simples presença na *web*. A imprensa regional é muito lida pelos emigrantes portugueses, mas também pelos portugueses que migraram para o

litoral e seguem os acontecimentos na sua região através da imprensa regional. Esta audiência é caracterizada por um profundo e genuíno interesse por tudo o que acontece na sua região de origem, mostrando mesmo alguma disponibilidade para pagar o acesso à informação, tal como acontece com as assinaturas das versões em papel.

Garantida a presença na *web*, os ciberjornais devem aproveitar aquelas que são as características básicas do jornalismo na *web* (hipertextualidade e multimedialidade) numa perspectiva de memória, pois a contextualização dos acontecimentos é fundamental e distingue o ciberjornais dos jornais em papel.

Por fim salientar uma quarta característica muito importante neste tipo de ciberjornais: a interactividade. Perante um cenário em que os cidadãos se afastam cada vez mais da política, a criação de espaços públicos de debate (fóruns, *chats*, etc) é uma oportunidade para os ciberjornais recuperarem o seu papel fundamental na melhoria das democracias locais. Planos de actividades e orçamentos participativos são exemplos de acções iniciadas pelas autarquias que podiam ser moderadas pela imprensa regional. A enorme quantidade de blogues regionais e o debate que aí ocorre demonstra bem a necessidade de espaços de debate, algo que tradicionalmente estava atribuído aos média.

4- Devem os jornais regionais com edição na Internet manter o mesmo ritmo de actualização que um jornal *online* como, por exemplo "O Público"?

Penso que o ritmo de actualização (instantaneidade) não é uma das características fundamentais no ciberjornalismo regional. Aliás, o próprio facto de não existirem muitos diários regionais é revelador do reduzido interesse desta característica. Neste campo, os ciberjornais regionais têm a forte concorrência das rádios locais, uma realidade bem enraizada na cultura portuguesa.

5 - Acha que o ciberjornalismo regional pode vir a ser o jornalismo do futuro?

Se pensarmos que o jornalismo caminha no sentido da personalização da informação, o ciberjornalismo regional pode ser considerado um ponto intermédio nesse percurso. No entanto este

futuro depende largamente da capacidade dos ciberjornais aproveitarem as tais potencialidades de que falámos antes, pois espera-se que eles acrescentem algo à informação disponível. A simples disponibilização de informação de baixa resolução semântica é algo que os *robots* também podem fazer, pelo que a diferença verifica-se no enriquecimento dessa mesma informação.

6 - A análise deste estudo, baseia-se em algumas potencialidades da Internet importantes para o ciberjornalismo regional. Qual a sua opinião sobre as escolhas destas mesmas potencialidades:

-Interactividade

-Hipertextualidade

-Multimedialidade

-Instantaneidade

-Personalização

-Memória

-Ergonomia (legibilidade, navegabilidade, visibilidade, grafismo)

-Criatividade (outros aproveitamentos: estado do tempo, calendário, interacção com redes sociais, bolsa...)

As seis primeiras (Interactividade, Hipertextualidade, Multimedialidade, Instantaneidade, Personalização e Memória) parecem-me correctas. Penso que deve ser feita uma referência teórica à Ubiquidade e à sua importância na imprensa regional *online*. A criatividade poderá ser considerada, mas a Ergonomia parece-me claramente de um universo diferente, pois não se trata de uma potencialidade da Internet, mas sim de um conjunto de princípios aplicáveis às mais diversas actividades.

APÊNDICE 3

Relatório de 2009 - Ranking Distrito do Porto - Audiência Média dos Jornais Regionais, Bareme Imprensa Regional, Junho de 2009. Relatório cedido pela Marktest no dia 10 de Março de 2010.

Audiência Média de Jornais Regionais															
Percentagens Verticais															
	DISTRITOS														
	Aveiro	Beja	Braga	Bragança	Castelo Branco	Coimbra	Évora	Faro	Guarda	Lêiria	Lisboa	Portalegre	Porto	Santarém	Setúbal
	Vila Real	Vila Real	Vila Real	Vila Real	Vila Real	Vila Real	Vila Real	Vila Real	Vila Real	Vila Real	Vila Real	Vila Real	Vila Real	Vila Real	Vila Real
Costumam ler Jornais Regionais	64,2	52,9	63,6	44,2	71,3	68,8	61,1	48,9	63,2	69,2	31,8	64,1	36,7	64,8	52,4
Costumam ler Jornais Regionais Semanais	36,1	34,8	31,9	32,3	68,5	22,1	5,1	29,3	36,0	49,5	18,3	32,4	19,6	51,6	27,7
Jornais do Distrito do Porto	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,4	-	-
Jornal de Vila do Conde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,2	-	-
Gazeta de Paços de Ferreira	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,1	-	-
Fórum Vale do Sousa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,1	-	-
TVS - Terras do Vale do Sousa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,8	-	-
Jornal de Santo Thyrso	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,7	-	-
Povoia Semanário	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6	-	-
A Voz da Póvoa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-
Jornal da Trofa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-
Matosinhos Hoje	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-
Jornal de Gaia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-
O Galense	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-
O Jornal de Amarante	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-
Tribuna Pacense	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-
Costumam ler Jornais Regionais Quinzenais/ Bimensais	8,1	6,3	7,2	14,4	3,9	7,0	6,7	8,5	7,9	15,5	4,1	12,8	8,4	9,2	11,9
Jornais do Distrito do Porto	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,2	-	-
A Verdade	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,9	-	-
O Progresso de Paredes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,8	-	-
Novas do Vale do Sousa (1)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,7	-	-
Imediato-Jornal Regional de Paços de Ferreira	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,7	-	-
Base (000)	592	139	671	129	181	379	150	337	156	387	1820	110	1467	389	669
	213	190	331	10,8	8,6										

BASE: Indivíduos com 15 e mais anos, residentes em Portugal Continental - 8311409.

(1) - Durante o período de recolha, tinha periodicidade Semanal

APÊNDICE 4

Grelha com resultado da aplicação da tabela de mediação do aproveitamento das potencialidades da Internet.

Potencialidade	Pontuação	A Verdade	Fórum Vale do Sousa	Terras do Vale do Sousa	O Progresso de Paredes	Póvoa Semanário	A Voz da Póvoa	Matosinhos Hoje	Imediato	O Gaiense
Interactividade	25	5	5	9	2	8	10	12	4	7
E-mail/ formulário de contacto genérico	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E-mail/ formulário de contacto de alguns jornalistas	1	1						1	1	
E-mail/ formulário de contacto de todos os jornalistas	2					2				2
E-mail de alguns dos autores dos artigos	1							1		
E-mail de todos dos autores dos artigos	2					2				2
E-mail de fontes originais	1									
Fórum de discussão sem participação de jornalistas	2			2						
Fórum de discussão com participação de jornalistas	3						3	3		
Sala de comunicação instantânea (chat) sem participação de jornalistas	2									
Sala de comunicação instantânea (chat) com participação de jornalistas	3									
Inquérito isolado	1	1		1	1	1		1		1
Inquérito associado a outro elemento	3		3				3	3		
Publicação online de cartas ao director	1									
Publicação de outros conteúdos dos visitantes	1	1		1		1			1	
Publicação retardada de comentários aos artigos	1	1	1	1		1	1	1	1	1
Publicação instantânea de comentários aos artigos	2									
Votação nos artigos	1			1				1		
Votação nos artigos com reflexo na sua visibilidade	2			2			2			
Blog ou wiki aberto à participação dos visitantes	2									
Conteúdo jornalístico multimédia interactivo	2		0	0				0		
Hipertextualidade	20	2	4	5	0	5	1	2	0	0
Hiperligação genérica relacionada	1					1				
Hiperligação extratextual a artigo relacionado simultâneo	1			1		1	1	1*		
Hiperligação intratextual a artigo relacionado simultâneo	2									
Hiperligação extratextual a artigo relacionado em arquivo	1			1				1		
Hiperligação intratextual a artigo relacionado em arquivo	2									
Hiperligação extratextual a fonte documental original	2									
Hiperligação intratextual a fonte documental original	3									
Hiperligação extratextual a cronologia do assunto tratado	1									
Hiperligação intratextual a cronologia do assunto tratado	2									
Hiperligação extratextual a áudio relacionado	2									
Hiperligação intratextual a áudio relacionado	3									
Hiperligação extratextual a vídeo relacionado	2	2	2	2		2				
Hiperligação intratextual a vídeo relacionado	3									
Hiperligação extratextual a infografia relacionada	1									
Hiperligação intratextual a infografia relacionada	2									
Hiperligação extratextual a galeria de imagens ou diaporama relacionados	1			1		1				
Hiperligação intratextual a galeria de imagens ou diaporama relacionados	2		2							
Multimedialidade	12	6	7	5	2	7	1	4	6	4
Fotografia ou desenho	1	1		1	1		1	1	1	1
Diaporama	2		2			2				
Infografia estática	1	1	1		1	1			1	
Infografia dinâmica	3							3		3
Áudio	3									
Vídeo sem som	3									
Vídeo sonoro	4	4	4	4		4			4	
Instantaneidade	12	5	3	2	2	5	0	0	3	1
Conteúdo em actualização permanente	2	2								
Actualização de artigo explicitada	1									
Data e hora dos artigos	1	1	1			1			1	1
Artigo novo 4 horas depois (13h)	2	2			2	2			2	
Artigo novo 8 horas depois (17h)	2		2	2						
Artigo novo 12 horas depois (21h)	2									
Artigo novo 16 horas depois (01h)	2					2				
Memória	12	6	6	12	0	2	8	8	2	6
Arquivo parcial simples	1									
Arquivo parcial organizado por datas e categorias	2	2	2							
Arquivo global simples	3									
Arquivo global organizado por datas e categorias	4			4			4	4		4*
Caixa de pesquisa interna simples	2					2			2	2
Caixa de pesquisa interna por 2 critérios	3									
Caixa de pesquisa interna por 3 ou mais critérios	4	4	4	4	4		4	4		
Etiquetas (tags) temáticas associadas a cada artigo	4			4						
Personalização	12	3	7	8	0	*2	2	7	5	0
Envio de noticiário geral por e-mail	1	1	1			1		1*	1	
Envio de noticiário seleccionado para e-mail	2			2						
Envio de noticiário para um dispositivo móvel	1	1							1	
Envio de noticiário para 2 ou mais dispositivos móveis	2									
Envio instantâneo de noticiário geral para computador	1		1			*1			1*	
Envio instantâneo de noticiário seleccionado para computador	2									
RSS geral	1	1	1							
RSS temático	2			2			2	2	2	
Configuração simples do primeiro ecrã do ciberjornal	2									
Configuração profunda do primeiro ecrã do ciberjornal	4		4	4				4*		
Ergonomia (em vez ubiquidade)	4	4	2	4	2	4	4	2	2	2
Legibilidade	2	2		2		2	2			
Navegabilidade	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Visibilidade	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Criatividade (outros aproveitamentos)	3	3	2	3	0	3	3	3	3	2
Outro tipo de aproveitamento das potencialidades da Internet	1									
Outros 2 tipos de aproveitamento das potencialidades da Internet	2		2							2
3 ou mais tipos de aproveitamento das potencialidades da Internet	3	3		3		3	3	3	3	
TOTAL	100	34	36	48	8	36/ (35)	29	38/ (32)	25/ (24)	22/ (18)

ANEXOS

ANEXO 1

Jornais regionais com maior audiência no Distrito do Porto e respectivos endereços URL		
Jornais regionais	Audiência média*	Endereços
Jornal de Vila do Conde	1,4	Não tem
Gazeta de Paços de Ferreira	1,2	www.gazetapf.com - Em manutenção
A Verdade	1,2	www.averdade.com/
Fórum Vale do Sousa	1,1	www.jornalforum.com/
Terras do Vale do Sousa	1,1	www.jornaltvs.net/
O Progresso de Paredes	0,9	www.progressodeparedes.com.pt/
Jornal de Santo Thyrso	0,8	Não tem
Póvoa Semanário	0,8	www.povoasemanario.pt/
Novas de Vale do Sousa	0,8	Não tem
A Voz da Póvoa	0,7	www.vozdapovoas.com/
Jornal de Trofa	0,7	Não tem
Matosinhos Hoje	0,7	www.matosinhoshoje.com/
Imediato - Jornal Regional Paços de Ferreira	0,7	www.imprensaregional.com.pt/imediato/
Jornal de Gaia	0,6	Não tem
O Gaiense	0,5	www.ogaiense.pt/
*Obs.: Os valores de audiência média, baseiam-se no Relatório de 2009 - Bareme Imprensa Regional.		

ANEXO 2

Pontuação de cada potencialidade	
Potencialidades	Pontuação
Interactividade	25
Hipertextualidade	20
Multimedialidade	12
Instantaneidade	12
Memória	12
Personalização	12
Usabilidade	4
Criatividade	3
Total	100

ANEXO 3

Potencialidade	Pontuação
Interactividade	25
E-mail/ formulário de contacto genérico	1
E-mail/ formulário de contacto de alguns jornalistas	1
E-mail/ formulário de contacto de todos os jornalistas	2
E-mail de alguns dos autores dos artigos	1
E-mail de todos dos autores dos artigos	2
E-mail de fontes originais	1
Fórum de discussão sem participação de jornalistas	2
Fórum de discussão com participação de jornalistas	3
Sala de comunicação instantânea (<i>chat</i>) sem participação de jornalistas	2
Sala de comunicação instantânea (<i>chat</i>) com participação de jornalistas	3
Inquérito isolado	1
Inquérito associado a outro elemento	3
Publicação <i>online</i> de cartas ao director	1
Publicação de outros conteúdos dos visitantes	1
Publicação retardada de comentários aos artigos	1
Publicação instantânea de comentários aos artigos	2
Votação nos artigos	1
Votação nos artigos com reflexo na sua visibilidade	2
Blogue ou <i>wiki</i> aberto à participação dos visitantes	2
Conteúdo jornalístico multimédia interactivo	2
Hipertextualidade	20
Hiperligação genérica relacionada	1
Hiperligação extratextual a artigo relacionado simultâneo	1
Hiperligação intratextual a artigo relacionado simultâneo	2
Hiperligação extratextual a artigo relacionado em arquivo	1
Hiperligação intratextual a artigo relacionado em arquivo	2
Hiperligação extratextual a fonte documental original	2
Hiperligação intratextual a fonte documental original	3
Hiperligação extratextual a cronologia do assunto tratado	1
Hiperligação intratextual a cronologia do assunto tratado	2
Hiperligação extratextual a áudio relacionado	2
Hiperligação intratextual a áudio relacionado	3
Hiperligação extratextual a vídeo relacionado	2
Hiperligação intratextual a vídeo relacionado	3
Hiperligação extratextual a infografia relacionada	1
Hiperligação intratextual a infografia relacionada	2
Hiperligação extratextual a galeria de imagens ou diaporama relacionados	1
Hiperligação intratextual a galeria de imagens ou diaporama relacionados	2
Multimedialidade	12
Fotografia ou desenho	1
Diaporama	2
Infografia estática	1
Infografia dinâmica	3
Áudio	3
Vídeo sem som	3

Vídeo sonoro	4
Instantaneidade	12
Conteúdo em actualização permanente	2
Actualização de artigo explicitada	1
Data e hora dos artigos	1
Artigo novo 4 horas depois	2
Artigo novo 8 horas depois	2
Artigo novo 12 horas depois	2
Artigo novo 16 horas depois	2
Memória	12
Arquivo parcial simples	1
Arquivo parcial organizado por datas e categorias	2
Arquivo global simples	3
Arquivo global organizado por datas e categorias	4
Caixa de pesquisa interna simples	2
Caixa de pesquisa interna por 2 critérios	3
Caixa de pesquisa interna por 3 ou mais critérios	4
Etiquetas (<i>tags</i>) temáticas associadas a cada artigo	4
Personalização	12
Envio de noticiário geral por e-mail	1
Envio de noticiário seleccionado para e-mail	2
Envio de noticiário para um dispositivo móvel	1
Envio de noticiário para 2 ou mais dispositivos móveis	2
Envio instantâneo de noticiário geral para computador	1
Envio instantâneo de noticiário seleccionado para computador	2
RSS geral	1
RSS temático	2
Configuração simples do primeiro ecrã do ciberjornal	2
Configuração profunda do primeiro ecrã do ciberjornal	4
Usabilidade	4
Legibilidade	2
Navegabilidade	1
Visibilidade	1
Criatividade (outros aproveitamentos)	3
Outro tipo de aproveitamento das potencialidades da Internet	1
Outros 2 tipos de aproveitamento das potencialidades da Internet	2
3 ou mais tipos de aproveitamento das potencialidades da Internet	3
TOTAL	100

