

Interactividade: A grande promessa do Jornalismo Online

Elisabete Barbosa
Universidade do Minho

Índice

1	Introdução	1
2	O Jornalismo Online	2
3	As Vantagens da Versão Online	4
4	A Interactividade: a Grande Promessa do Jornalismo Online	5
5	A Análise de Jornais	6
5.1	“Expresso”	7
5.2	“Público”	7
5.3	“El País”	8
5.4	“Washington Post”	8
6	Conclusão	9
7	Bibliografia	10

1 Introdução

No “Jornal da Noite” da SIC (estação de televisão portuguesa privada), no dia em que foi apresentado o site da estação (Siconline), o director do Siconline aparecia em directo, junto a um computador, para explicar as potencialidades do novo meio. “As notícias estão sempre actualizadas na Internet, e qualquer pessoa pode ver e participar”. Através da Internet, dizia ainda o director, é possível a qualquer pessoa enviar comentários ou até mesmo notícias. “Quem sabe, amanhã,

no jornal, faremos referência ao que nos enviar”, terminava o director da Siconline, José Alberto Carvalho.

Não é fácil, por enquanto, prever qual será o papel da Internet no futuro do jornalismo, ou mesmo qual será a evolução do jornalismo online¹. Os estudiosos dividem-se e apresentam 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. Não sendo necessário um mediador que seleccione e apresente as notícias, uma vez que todos podem aceder às mesmas fontes de informação que os jornalistas, estes deixarão de ter um papel relevante na sociedade e seremos, ao mesmo

¹ Neste trabalho utiliza-se a expressão jornalismo online para caracterizar os trabalhos jornalísticos disponibilizados na Internet, em sites de órgãos de comunicação social, sejam exclusivamente online ou versões de outros formatos.

tempo, produtores e consumidores de conteúdos.

O futuro do jornalismo, apesar de ser difícil de prever, deverá estar num espaço intermédio entre as duas versões apresentadas anteriormente. A Internet não representará o fim do jornalismo e dos jornalistas, mas vai, certamente, modificar muitas das práticas actuais nas redacções (mesmo nas de meios de comunicação online). A deontologia e o profissionalismo dos jornalistas continuarão a ser os mesmos; a forma como se investiga e constrói uma notícia terá semelhanças com o que se realiza hoje; a apresentação será diferente e os profissionais do sector terão que se adaptar às novas tecnologias.

Actualmente uma das grandes vantagens do jornalismo online (ou pelo menos assim é apresentada) é a possibilidade de existir interactividade entre quem escreve e quem lê as notícias. A Internet é um meio de comunicação que permite a troca rápida, por vezes imediata, de mensagens entre pessoas que estão nos mais distantes lugares do mundo. O correio electrónico também é uma ferramenta que facilita o contacto. O novo meio veio potenciar o contacto entre os jornais e jornalistas e os seus públicos.

O objectivo do presente trabalho é analisar como é estabelecida a interactividade entre os jornalistas e os seus leitores, e como alguns jornais impressos, que possuem versões online, procuram explorar essa interactividade. Não será objecto deste estudo saber os motivos e satisfações de cada um dos lados, antes observar os sites de quatro jornais – “Expresso”, “Público”, “El País” e “Washington Post” - e verificar as ferramentas que cada um disponibiliza no site e que permitirão aos leitores estabelecer, então, re-

lações interactivas com os jornalistas e editores dos jornais.

2 O Jornalismo Online

A Internet veio revolucionar o jornalismo e a forma como trabalham os jornalistas. A afirmação é muitas vezes repetida, mas ainda não estão devidamente analisadas e explicadas todas as influências e mudanças introduzidas pelo novo meio. “Pela primeira vez, num só meio, juntam-se o texto, o som e a imagem”, defendeu, numa conferência em Braga, Ignacio Ramonet. Em relação aos meios utilizados anteriormente esta será, certamente, uma vantagem dado que nem a imprensa, a rádio ou a televisão o poderiam fazer.

Pode ainda apontar-se um outro proveito que pode ser retirado da Internet e que nenhum meio de comunicação tradicional² lograra ainda atingir: o alcance planetário. É sabido que, em muito países, a Internet ainda é um bem de luxo, com acesso limitado a poucos indivíduos, mas teoricamente é possível, com facilidade, a troca de informação entre duas ou mais pessoas, localizadas nos mais longínquos lugares, desde que tenham acesso a um computador com modem e uma linha telefónica. Tudo isto em tempo real.

A Internet “quebra as fronteiras clássicas entre os estados e as cidades, pode afirmar-se que é o novo espaço cultural em que cabem a produção, o trabalho, o comércio, a política, a ciência, as comunicações e a informação.” (Edo, 2000) Acarretando enormes mudanças para a sociedade e modifi-

² Entende-se por comunicação social ou jornalismo tradicional o trabalho jornalístico realizado para ser difundido num ou mais suportes que não a Internet (rádio, televisão e imprensa).

cando a forma como se comunica, trouxe também irreversíveis alterações para o jornalismo. “Ainda que com proporções incomparavelmente maiores e com um horizonte mais alargado se pensarmos no futuro” a Internet é “um fenómeno semelhante ao que se produziu com a chegada da imprensa, do telefone, do cinema, da rádio ou da televisão.” (Edo, 2000)

O novo meio não virá alterar, de forma radical, o jornalismo praticado até agora. Contudo, também não é recomendável utilizar na Internet e no jornalismo online todos os métodos e práticas do jornalismo tradicional. É certo, para já, que a Internet alterou o funcionamento das redacções. Os jornalistas utilizam o novo meio para a pesquisa de informação, complementar ou não, com que vão construir a notícia. “O número de jornalistas que utilizam a Internet para a pesquisa de informação tem aumentado de forma acentuada.” (Bastos, 2000, p.73) A constatação de que os jornalistas usam a rede para a procura de dados é complementada pelo facto dos computadores serem, hoje em dia, ferramentas indispensáveis nas redacções. Com o aumento dos conhecimentos sobre a utilização das novas ferramentas, o acesso às informações fica facilitado. “Muitos jornais recorrem agora à pesquisa no ciberespaço para simplesmente se inteirarem do que mais foi escrito sobre o assunto a tratar, além de utilizarem rotineiramente a pesquisa online para a verificação de factos e detecção de especialistas para as estórias em progressão.” (Bastos, 2000, p.74)

Por outro lado, a Internet enquanto espaço de publicação jornalística implica também mudanças na forma como os jornalistas realizam o seu trabalho, quando este se destina a publicações online. “Os jornais es-

tão limitados à apresentação linear, informação oferecida numa determinada ordem que o utilizador não pode controlar excepto se mudar para outra notícia ou virar a página.” (Rich, 1999, p.66) O mesmo acontece com a televisão e a rádio. No entanto, o jornalismo online tem outras características. “A informação pode ser apresentada de forma não linear com links e não exige que o utilizador siga uma sequência pré-ordenada.” (Rich, 1999, p.66) O jornalista terá que escrever de forma não linear quando escreve um texto para ser publicado na Internet, principalmente quando se trata de um texto extenso. A leitura no computador é cansativa e os utilizadores não gostam de ler grandes conjuntos de texto. Por isso, as notícias mais extensas devem utilizar links ou hiperligações³. “Os jornalistas online não devem simplesmente publicar na Web artigos escritos para jornal sem os editarem, o que significa encurtar o artigo ou dividi-lo em secções.” (Kopper et al. 2000) Será o leitor a decidir as partes do texto que quer ler sem ter que seguir a ordem linear. Esta prática pressupõe uma nova forma de escrever e deve os jornalistas a investigarem a melhor forma de estruturação de textos online para permitirem ao utilizador uma boa e profícua leitura.

São estas duas grande alterações – a utilização da Internet para investigação e a escrita não linear – que vão, em conjunto com a possibilidade de se juntar som e vídeo ao texto, alterar a forma como o jornalismo é

³ Links ou hiperligações são usados em textos para ligar, mediante um click, a outro documento ou parte de documento que inclui parcelas de texto relacionadas. Os links estão normalmente em cor diferente da do texto e sublinhados. Também são usados para mudar de uma página do site para outra diferente, ou passar de uma parte da mesma página para outra.

produzido quando se fala em publicações online. Consequentemente, os jornalistas terão que aprender a utilizar novas ferramentas para poderem construir as notícias⁴.

3 As Vantagens da Versão Online

Inicialmente, alguns dos grandes jornais começaram por apresentar online cópias das edições impressas, assim disponíveis para um maior número de pessoas e num espaço geográfico mais alargado. As rádios e televisões seguiram o mesmo percurso, disponibilizando na Internet versões escritas das notícias e informações difundidas nas suas emissões. Depois, surgiram os espaços exclusivamente online. Primeiro os jornais (em Portugal os mais conhecidos são o Diário Digital e o Portugal Diário, este último inserido no portal IOL que aglomera sites de outros meios de comunicação social como televisão, jornais, rádios e revistas) depois as rádios e as televisões.

Numa segunda fase, os órgãos de comunicação social tradicionais optaram por incluir nos seus sites, além do conteúdo já produzido, outros serviços disponíveis apenas na versão online. Alguns jornais impressos fornecem não só texto e fotografias, mas também vídeos e sons que complementam as notícias. O facto das edições anteriores estarem disponíveis e ligadas a motores de pesquisa é também uma mais valia dos órgãos de comunicação online. Não é necessário percorrer as diferentes páginas de todas as

edições, basta digitar uma palavra chave para ter acesso à informação desejada.

Uma das mais propaladas vantagens da Internet é a interactividade permitida pelo novo meio e que, dizem alguns estudiosos, poderá ser o grande trunfo do jornalismo online. Muitos órgãos de comunicação social disponíveis na rede facilitam diversas ferramentas que estimulam a interactividade entre os leitores e os jornalistas e mesmo entre diferentes leitores. É o caso dos fóruns e dos chats⁵ onde se pretende que os utilizadores divulguem a opinião que têm sobre diferentes assuntos, na maior parte dos casos, temas da actualidade. Muitos jornais realizam também diversas sondagens de opinião para auscultarem o que os seus leitores pensam sobre diversos temas. Neste caso, os resultados obtidos servem apenas como indicação, uma vez que aspectos importantes neste tipo de consulta não são tidos em conta, como é o caso da escolha da amostra e ainda a possibilidade de uma mesma pessoa ou grupo votarem repetidamente para influenciarem o resultado final.

O correio electrónico também é uma ferramenta utilizada pelos órgãos de comunicação social presentes na rede. Neste caso, distinguem-se dois tipos de utilização: o acesso aos jornalistas e o envio de notícias para os leitores. Esta última começa a ser comum nos grandes órgãos de comunicação social. Aos utilizadores é dada a possibilidade de escolherem entre um conjunto de temas possíveis aqueles que mais lhe interessam e recebem, comodamente, na sua caixa de cor-

⁴ Os jornalistas online deverão saber utilizar ferramentas informáticas como editores de imagem e som e, ao mesmo tempo, saber navegar na Internet de forma a obter os dados mais relevantes para a edição das notícias. A utilização do computador já é, parecidos, acessível a grande parte dos profissionais.

⁵ Discussões online realizadas através de mensagens escritas trocadas entre dois ou mais participantes, em tempo real, ou seja os participantes vão lendo as mensagens logo que estas são escritas e podem responder imediatamente.

reio electrónica, os títulos e, por vezes, um pequeno resumo das notícias dos dia. Associado a cada notícia está um link que dirige o leitor para a página do jornal (ou rádio, televisão, revista, etc.) onde terá acesso à notícia completa, se estiver interessado. A desvantagem deste serviço é o facto dos seus utilizadores apenas acederem a parte do conteúdo informativo. Tem a facilidade de ser mais rápido e cómodo. Ainda sobre o correio electrónico, e como já foi referido anteriormente, trata-se de uma boa ferramenta de comunicação entre o leitor e o jornalista, relacionamento que é, de resto, o mais mencionado exemplo das vantagens da interactividade. Em muitos sites, a notícia assinada é acompanhada pelo endereço de correio electrónico do seu autor para que os leitores possam corresponder-se com o jornalista. Noutros casos, a ficha técnica do jornal é composta pelo nome dos seus trabalhadores (sejam jornalistas ou não) e, novamente, pelo endereço de correio electrónico de cada um. É ainda indispensável mencionar a personalização dos sites noticiosos. À semelhança do que é feito com o correio electrónico o leitor pode escolher de entre os assuntos possíveis aqueles que lhe merecem mais interesse e, após o registo, sempre que acedem a uma página de abertura personalizada, isto é, apenas com notícias sobre os temas escolhidos previamente.

4 A Interactividade: a Grande Promessa do Jornalismo Online

“A máxima nós escrevemos, vocês lêem pertence ao passado.” (Canavilhas, 2001) A Internet veio possibilitar afirmações semelhan-

tes uma vez que, ao contrário do que sucedia anteriormente, o acesso do público aos jornalistas parece ser cada vez mais facilitado. “A possibilidade de interacção directa com o produtor de notícias ou opinião é um trunfo forte a explorar pelo webjornalismo⁶.” (Canavilhas, 2001) A interactividade entre jornalistas e leitores, possível com a tecnologia disponível, parece ser, simultaneamente, uma das grandes vantagens e um dos grande perigos do jornalismo online. Enquanto alguns autores (e mesmo alguns jornalistas) vêm nesta característica a possibilidade de perceber o que pensa o público, denota-se, quer da parte de alguns jornais, quer de alguns jornalistas um certo receio pelo futuro.

“Interactividade é uma das características mais proeminentes que distingue os media online dos media tradicionais. A tecnologia da Internet permite uma verdadeira comunicação bi-direccional, utilizando o correio electrónico e os fóruns de discussão como meios de interligação na comunicação de massas ou na comunicação interpessoal em pequena escala.”(Kopper et al, 2000) Na verdade, a Internet permite não só a comunicação, em tempo real, entre um jornalista e um leitor como entre grupos de jornalistas e leitores.

Hoje em dia, “a maioria dos jornalistas e editores não podem contentar-se em publicar as notícias. Em vez disso, o processo está a torna-se cada vez mais um diálogo en-

⁶ Assim define João Canavilhas o que outros autores chamam de jornalismo online ou digital. No entanto, este autor considera que o webjornalismo não é a mera transposição de notícias de outros meios para a Internet mas antes a utilização de “todas as potencialidades que a Internet oferece, oferecendo um produto completamente novo: a webnotícia” (Canavilhas, 2000)

tre a imprensa e o público” (Pavlik, 2000) A participação do público na construção da notícia, seja através da sugestão de temas de reportagem, ou de informações sobre determinado assunto que o público faz chegar aos jornalistas, é cada vez mais fácil e também mais frequente. Frequentemente, no jornalismo online, logo que a notícia é publicada, o leitor pode apresentar os seus comentários seja sobre o assunto alvo de notícia, ou o próprio trabalho dos jornalistas. “A notícia deve ser encarada como o princípio de algo e não um fim em si própria.” (Canavilhas, 2000)

A interactividade, enquanto possibilidade de intercomunicação entre o jornalista e o seu leitor, é muitas vezes fomentada pela direcção dos órgãos de comunicação social. Em muitos destes casos, “membros do público participaram em várias discussões online com repórteres e editores para debater e discutir a cobertura de importantes eventos.” (Pavlik, 2000) No entanto, a interactividade requer “uma sequência de mensagens, isto é, uma cadeia de mensagens relacionadas.” (Schultz, 1999) É necessário distinguir entre a reacção do público a determinadas notícias e a interactividade, onde se pressupõe que haja um contacto mais alargado entre o jornalista e os seus leitores e entre o público e os profissionais da comunicação social. “Nem toda a comunicação mediada pela Internet é interactiva.” (Schultz, 1999) Ou seja, a simples divulgação dos endereços de correio electrónico dos jornalistas pode não conduzir à interactividade, porque esta depende do estabelecimento de um contacto entre os dois lados: os jornalistas e os leitores.

Um largo número de sites jornalísticos disponibilizam ferramentas que podem fomentar a interactividade. Não será uma prá-

tica intrínseca ao funcionamento das redacções (salvo nas que foram feitas apenas para trabalharem em versões online), mas já começa a estabelecer-se como rotina em alguns casos. No futuro, os media poderão criar outras formas de interactividade. “Por exemplo, os jornais podem publicar na sua versão impressa excertos de fóruns de discussão, organizar debates entre os seus trabalhadores e leitores e promover a publicação de notícias resultantes da cooperação entre leitores e jornalistas.”(Schultz, 1999)

A interactividade não será, certamente, a única diferença entre o jornalismo tradicional e o jornalismo online. No entanto, é vista como uma ferramenta fundamental na criação de novos públicos, nomeadamente entre as camadas mais jovens, onde os leitores já não são apenas espectadores, mas também participantes no processo de formação de notícias, o que poderá reforçar a capacidade de intervenção de alguns cidadãos. É um cenário optimista, que não chegará a todos os lugares do planeta com a mesma brevidade, mas que poderá ser uma realidade em muitos países e comunidades. Ao mesmo tempo, o contacto com os jornalistas contribuirá para a fidelização do público, o objectivo máximo de qualquer empresa de comunicação social.

5 A Análise de Jornais

O objectivo deste trabalho não é analisar se a interactividade está presente no relacionamento entre leitores e jornalistas de sites de órgãos de comunicação social. O que se pretende é examinar as ferramentas disponíveis e como são apresentadas ao leitor. A escolha dos sites a estudar não é totalmente aleatória, mas não obedece a regras rígidas. Uma regra para a escolha é que o site pertença a

um jornal impresso. Foram escolhidos quatro jornais, dois portugueses – Expresso e Público; um Espanhol– El País; e um dos Estados Unidos da América – Washington Post.

Na análise serão tidas em conta a apresentação de endereços de correio electrónico (junto da notícia ou na ficha técnica), a promoção de fóruns de discussão quer estejam relacionados com uma notícia específica ou com temas da actualidade, a possibilidade de personalizar o site e receber as notícias por correio electrónico. Será ainda considerada a promoção dessas ferramentas interactivas e uma breve introdução sobre o site.

5.1 “Expresso”

O site do jornal “Expresso” não apresenta apenas a versão impressa, disponível nas bancas ao Sábado. Apesar de ser um semanário, o jornal vai actualizando as notícias ao longo da semana. Depois de um período em que era dada relevância à actualização, o site está actualmente mais vocacionado para a opinião, apresentando um número alargado de cronistas e aberto à participação dos leitores.

No final de cada notícia é dada ao leitor a possibilidade de a comentar. Muitas vezes, dependendo do assunto noticiado, o interesse despertado junto do público é elevado e os comentários transformam-se num fórum, dado que se estabelece um relacionamento entre diferentes participantes. Para enviar comentário o procedimento é simples. Basta escolher um nome e inserir o comentário. Em alguns casos, o mesmo leitor participa em fóruns diferentes e é possível, analisando os diferentes comentários ao longo de dias, encontrar leitores que participam habitualmente nas discussões.

Existe ainda uma secção para comentários gerais onde são publicados textos que não estão relacionados com notícias específicas. O jornal disponibiliza, além das crónicas dos jornalistas, textos de políticos e figuras conhecidas que, depois, podem também ser comentados pelos leitores. No que concerne ao correio electrónico, os endereços dos jornalistas não são divulgados, apenas existem os endereços de correio electrónico gerais. Muitos dos artigos nem são assinados. Não é também possível personalizar a primeira página do site nem receber os títulos por correio electrónico.

5.2 “Público”

O site do “Público” tem as características de um portal, uma vez que reúne diversas utilidades além da edição impressa do jornal e da actualização diária de conteúdos. Disponibiliza alguns dossiers com o tratamento alargado de diversos temas, além de informações sobre cinema, meteorologia, televisão, espectáculos, entre outras utilidades.

Relacionado com a interactividade o site organiza uma iniciativa intitulada “Ecosfera” onde, no âmbito do projecto “Limpar o mundo, Limpar Portugal”, os leitores podem participar enviando textos sobre actividades realizadas, divulgar iniciativas, apresentar sugestões, etc.

Estão online diversos fóruns, mas o acesso a estes não é muito facilitado, ou seja, não será simples para um utilizador comum chegar à página onde estes estão publicados, porque não existe nenhum link directo. Alguns destes fóruns são moderados⁷. O soft-

⁷ Existe um responsável por seleccionar, entre todas as mensagens recebidas as que serão publicadas ou não. Em alguns casos o moderador serve apenas

ware utilizado pelos fóruns é, no entanto, simples.

Os endereços de correio electrónico dos jornalistas e editores é disponibilizado na ficha técnica do jornal, separando os jornalistas do “Público.pt” (a edição exclusivamente online) dos do “Público” (versão impressa). No entanto, no serviço “Última Hora”, feito pela redacção do “Público.pt” os jornalistas não assinam os textos.

O “Público” realiza também inquéritos de opinião no seu site, versando temas da actualidade.

5.3 “El País”

O “El País” promove também um serviço de última hora, além da edição impressa. Complementa a informação diária com diversos dossiers sobre temas da actualidade apresentando desenvolvidamente o assunto. Na secção “Participacion” estão os chats, fóruns e entrevistas digitais, que o jornal promove com personalidades diversas, e sondagens. As entrevistas digitais são marcadas antecipadamente, divulgadas e, no site do jornal, encontra-se informação diversa sobre o entrevistado. Os leitores interessados em participar acedem ao site na hora marcada e, com a ajuda de um moderador que selecciona as questões (para evitar repetições e controlar o tempo), podem colocar perguntas ao entrevistado, que responde no imediato. O moderador evita também a apresentação de perguntas ou comentários insultuosos. As entrevistas já realizadas ficam disponíveis online para futuras consultas.

para orientar a discussão, mas noutros tem um papel regulador, ou seja, impede que sejam introduzidos na discussão temas ou comentários que podem insultar os outros participantes e leitores.

Os temas para os fóruns são escolhidos de entre os assuntos da actualidade, sejam nacionais ou internacionais. Também neste caso o “El País” escolheu utilizar moderadores. Para aceder aos fóruns o leitor deve partir da secção “Participación”.

No site do jornal encontra-se uma secção intitulada “Cartas” onde os leitores podem escrever e publicar textos sobre determinados assuntos, escolhidos pelo jornal como temas de debate. Os leitores devem preencher um formulário para enviarem as cartas, incluindo nome e contacto, condição necessária para que os textos sejam publicados. Os chats disponibilizados não obedecem a temas da actualidade.

No final de cada notícia o leitor é convidado a analisar o interesse que esta lhe despertou e são disponibilizadas estatísticas sobre a mesma (nome do autor, número de visitas, de impressões e de recomendações). Há ainda a facilidade dos leitores receberem os títulos dos jornais por correio electrónico ou no telemóvel. Além disso, no site do “El País” estão acessíveis serviços como busca de informação e informações sobre lazer, cultura, etc.

As notícias são assinadas, mas não são divulgados os endereços de correio electrónico dos jornalistas, isto é, apenas é possível enviar mensagens para as caixas de correio das secções (política, internacional, etc.) e para cartas ao director e provedor dos leitores, porque são os endereços disponíveis.

5.4 “Washington Post”

Os americanos foram os primeiros a utilizar a Internet de forma mais generalizada e têm sido pioneiros em grande parte das inovações apresentadas. No jornalismo também se de-

nota algum avanço, mas os restantes países, nomeadamente os Europeus, têm alcançado um patamar de evolução semelhante.

O “Washington Post” reúne todas as ferramentas de interactividade utilizadas actualmente. Além disso, ainda apresenta outras utilidades não muito comuns nos jornais online. São exemplo os vídeos, gráficos, fotografias em flash⁸ (junta num único espaço várias fotografias e que vão aparecendo alternadamente) complementando assim as notícias. No caso de trabalhos de reportagem mais alargados, o jornal junta na mesma página links para arquivos de imagens, sons e textos produzidos pelos jornalistas durante a reportagem, não incluídos na notícia; informações sobre os intervenientes; notícias relacionadas.

Quanto à interactividade, o site do jornal americano permite a personalização da primeira página, promove fóruns sobre as notícias do dia, aos quais se pode aceder através da notícia, onde existe um link a pedir a opinião do leitor, ou através da página dos fóruns, escolhendo entre os vários temas disponíveis o que mais interessa. Os fóruns são moderados.

Diariamente é possível participar em chats online com diversas personalidades. À semelhança do “El País”, estas conversas (o jornal não utiliza a palavra chats porque, dizem os responsáveis, tem uma conotação negativa para algumas pessoas, preferindo a expressão “Live Online”) são moderadas e os leitores podem trocar ideias em tempo real com os seus interlocutores. Os endereços de correio electrónico dos jornalistas e editores

⁸ Linguagem de programação informática muito utilizada na criação de páginas para a Internet, porque permite a introdução de animações gráficas, além de outras potencialidades ao nível do design.

do site estão disponibilizado numa página chamada “Staff”. Os nomes dos jornalistas aparecem por ordem alfabética, seguidos de uma explicação com as tarefas desempenhadas por cada um e a secção do jornal em que trabalha.

6 Conclusão

A interactividade parece ser uma das características do jornalismo online que poderá acarretar vantagens para o leitor e para os jornalistas. Apesar de ainda estar numa fase inicial, e pouco aproveitada por alguns dos jornais online, este tipo de utilidades fomenta o contacto entre os dois mundos, até aqui separados. Se é certo que os jornalistas sempre influenciaram, de alguma forma, os seus leitores, é possível que agora os leitores influenciem os jornalistas, dando-lhes 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. Ao mesmo tempo os cidadãos interessados (nem todos vão participar activamente) terão novos meios de participação cívica, e podem fazer-se ouvir mais facilmente. Neste momento, poucos são os jornais que exploram a totalidade dos recursos disponíveis para fomentar a interactividade. Muitos, no entanto, estão conscientes de que devem realizar esforços nesse sentido, o que, no entanto, representa, muitas vezes, um investimento a nível de pessoal para gerir fóruns, ou um acréscimo no trabalho dos jornalistas que terão de ler e analisar as mensagens de correio electrónico que recebem.

No futuro, com a evolução natural do jornalismo online, deverá ser necessário implementar todas as possibilidades existentes agora e fomentar novas ferramentas e actividades interactivas.

Ao mesmo tempo, a interactividade não será a única característica do jornalismo online a sofrer uma evolução. A convergência de texto, som e imagem vai continuar a fazer-se sentir. Os jornalistas terão que se adaptar a 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.

7 Bibliografia

- BASTOS, Helder, (2000) *Jornalismo Electrónico – Internet e Reconfiguração de Práticas nas Redacções*, Minerva, Coimbra.
- CANAVILHAS, João Messias (2001), "Webjornalismo: Considerações Gerais sobre Jornalismo na Web", *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*, <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhas-joao-webjornal.html>
- EDO, Concha, (2000) "Las Ediciones Digitales de la Prensa: los Columnistas e la Interactividad con los Lectores" *Sala de Prensa*, vol. 2, nº 25, Novembro, <<http://www.saladeprensa.org/art165.htm>>.
- KOPPER, Gerd G, et al. (2000) "Online Journalism – a Report on Current and Continuing Research and Major Questions in the International Discussion" *Journalism Studies*, vol. 1, nº 3, pp. 499-512.
- PAVLIK, John, (2000) "The Impact of Technology on Journalism" *Journalism Studies*, vol. 1, nº 2, pp. 229-237.
- RICH, Carole, (1999) *Creating Online Media: a Guide to Research, Writing and Designing on the Internet*, McGraw-Hill College, Boston.
- SCHULTZ, Tanjev, (1999) "Interactive Options in Online Journalism: A Content analysis of 100 U.S. Newspapers", *Journal of Computer Mediated Communication*, vol. 5, nº 1 <<http://www.ascusc.org/jcmc/vol5/issue1/schultz.html>>.