



## Estrutura e Características que compõem o cenário Webjornalístico<sup>1</sup>

Hernán José GUTIÉRREZ<sup>2</sup>

Liliana RODRIGUES<sup>3</sup>

Faculdade Boas Novas – FBN, Manaus - AM

### RESUMO

O webjornalismo é um ramo da comunicação em massa, o qual tem uma forma rápida de propagar informações. O webjornal possui uma série de características específicas como linguagem, instantaneidade, multimídia, interatividade e outros, o que acaba abrindo a possibilidade do leitor participar ativamente do assunto. O jornalismo para a web está em processo de constituição e apesar de sua curta trajetória vem apresentando transformações significativas, como por exemplo: o avanço tecnológico da informação e a facilidade da prática do jornalismo on-line

**Palavras-Chave:** webjornalismo; características webjornalísticas; linguagem webjornalística.

### 1. INTRODUÇÃO

Com o avanço da internet surgiu um novo meio de comunicação jornalística, denominado webjornal. Este sistema de comunicação adota técnicas já criadas e usadas pelos meios existentes que são transmitidos de forma simultânea pela rede, tendo como resultado a melhor e mais rápida compreensão dos fatos informativos que publica.

Tendo como ponto de partida a evolução deste meio que ainda está em descoberta, é necessário abordar as questões que vem sendo implementadas para assim poder contribuir de forma ativa no processo que definirá o modelo webjornalístico. Sabendo que o webjornal possui suas peculiaridades, incluindo o modo de como a mensagem deve ser apresentada para dar bom entendimento ao leitor e assim haver interatividade entre emissor e receptor, o webjornal possui algumas técnicas já utilizadas no jornalismo antigo que migraram para o novo jornalismo. Partindo deste princípio quais estruturas e características que compõem o webjornalismo?

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ001 – Jornalismo do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 01 a 03 de maio de 2013

<sup>2</sup> Aluno Acadêmico do 6º. Período do Curso Jornalismo da FBN. E-mail: hernan.editor@gmail.com

<sup>3</sup> Mestrado em Ciências da Comunicação. MBA em Comunicação Empresarial e MKT pela Universidade do Norte – UniNorte. Pós Graduada em planejamento Estratégico Empresarial pela Universidade Federal do Amazonas. Bacharel em Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade do Norte – UniNorte. Professora de Comunicação Social da Faculdade Boas Novas e Executiva de Contas da Oana Publicidade.

O objetivo geral da pesquisa é analisar a estrutura que molda o webjornal e algumas particularidades que servem de alicerce, revelando processos tecnológicos que fazem possível a interação e a instantaneidade da rede jornalística na internet. Estruturando-se os seguintes objetivos específicos: Analisar o processo de criação do webjornalismo; Mostrar a rapidez com que as informações chegam ao usuário; Expor a interatividade e suas características; analisar a forma de como os meios de comunicação se unificaram através do formato hipermídia; Divulgar as dificuldades que o webjornal enfrenta com sua credibilidade; Exemplificar o estilo de formatação e apresentação do conteúdo.

Para complementação da pesquisa sob a ótica do público usuário, o artigo apresenta uma breve avaliação com uma pesquisa direcionada aos internautas que frequentam sites webjornalísticos. Foi utilizado o método de pesquisa dedutivo, no qual se avalia, pontua, mas não faz interferências, mostrando a opinião dos internautas por meio de uma abordagem qualitativa destinado a webjornais de âmbito local e nacional. O método de desenvolvimento é de natureza observacional, pois a partir do conhecimento empírico procura-se ter uma noção completa sobre o que é webjornalismo.

Com base nos tópicos anteriores é possível formar uma noção sobre o que é webjornalismo, suas principais características e técnicas de funcionamento que revelam o potencial de um meio que vem sendo explorado com maior frequência nos últimos anos.

## **1. JORNALISMO NA REDE**

Internet é um meio de comunicação que foi criado em meados do século XX com o propósito de facilitar o método de comunicação interna entre militares, da chamada Agência de Pesquisas e Projetos Avançados (ARPANET). Toda essa tecnologia não pode ser contida em apenas um pequeno grupo, foi então que pesquisadores e universitários começaram a usar a rede para passar por meio de e-mails arquivos extensos. Novas redes começaram a ser criadas, como a *Because It's Time Network* (BITNET) e a *Computer Science Network* (CSNET), que passou a oferecer internet para diversas universidades e centros de pesquisa em todo o Estados Unidos.

Foi então que ocorreu o grande avanço da internet, chegando a todos os lares e beneficiando cada cidadão com essa rede chamada de Fundação Nacional de Ciência (NSF). Assim, essa tecnologia acabou trazendo grandes informações para a população por meio do jornalismo digital.

Segundo Pena (2005), Jornalismo digital é definido de maneira superficial como a arte de oferecer mensagens jornalísticas na web, tratadas de forma hipertextual e de maneira interativa.

Esta nova mídia é um grande referencial do jornalismo contemporâneo, com capacidade de levar informações de todos os tipos a custo zero, se comparado com as outras mídias. No entanto, não é mais do que uma transposição do velho jornalismo que tem migrado rapidamente para um novo método de comunicar, o qual é feito de maneira digitalizada e sintetizada. É o que pode se chamar de webjornalismo.

O webjornalismo tem plena capacidade de explorar os recursos que a internet oferece fornecendo um produto novo a partir dos meios atuais como televisão, rádio e impresso. Com o surgimento desta nova mídia, chegam novos recursos que possibilitam a propagação rápida de notícias, somando a isto a interação com o leitor por meio da instantaneidade. Segundo pesquisa realizada os internautas ainda não se sentem totalmente à vontade com este novo meio de informação, deixando em evidência que continuam preferindo as outras mídias eletrônicas e impressas.

### 1.1 INSTANTANEIDADE

Junto aos meios de comunicação foi estabelecida uma ordem de instantaneidade que era liderada pelo rádio seguido da televisão e depois o jornal impresso. Com a chegada do webjornalismo houve uma quebra de paradigmas, que resultou na integração dos três principais meios de comunicar que são: a escrita, a falada e a visual, criando assim uma nova mídia eletrônica com o poder de informar de maneira rápida e eficiente.

Segundo Pinho (2003) a rapidez e abrangência da rede mundial devem transformá-la no principal veículo de tráfego de informações, com mensagens, sons, cores e movimentos que de forma instantânea é possível visualizá-las em qualquer parte do mundo. Assim que se transforma neste particular meio de comunicação, absorve as técnicas já utilizadas para exercer o jornalismo de um jeito reservado dando um tratamento na informação e tornando-a apta para sair do físico e entrar no virtual.

A peculiaridade oferecida pela internet ao novo sistema de comunicação o torna único, pois altera o tradicional esquema de publicação em primeira mão que era veiculado em uma mídia antes de seus concorrentes, assim chamado de furo de reportagem.

“Quando é o jornal impresso diário que dá um furo, ele o manterá sobre os outros jornais durante o dia todo; uma revista semanal, terá um período de tempo de uma semana, e assim por diante. Já na mídia on-line isso não ocorre. Quando um site dá uma notícia em primeira mão, em poucos minutos, os outros já se apropriam da informação sem, em alguns casos, dar o crédito” (MARANGONI, 2002, P.57)

Com a grande rapidez da internet é possível avaliar a dimensão de proliferação das informações que chegam ao mundo *cyber*, e de forma imediata tornam-se tema principal do sistema de comunicação.

É por causa disso que o usuário vê a instantaneidade como um possível problema, pois alguns sites se encarregam de propagar informação superficial, ignorando a estrutura base da notícia, que é o elemento que mais contribui para a credibilidade.

## 1.2 INTERATIVIDADE

É possível notar que o termo interatividade é cada vez mais utilizado nas diferentes escalas da sociedade e tem se tornado mais importante. “É uma palavra da moda, circulando tanto no meio acadêmico quanto nas situações da vida cotidiana” (MIELNICZUK, 2001, p. 173). Esta característica do webjornalismo pode ser utilizada de distintas formas nos meios de comunicação tornando-se uma medida eficaz para estabelecer uma comunicação direta com receptor que virá a ser parte ativa do conteúdo do meio. Desta forma a comunicação estará sujeita a uma intervenção popular que segundo Stockinger multiplicará as interpretações “de tal forma que se distanciam do significado original e criam áreas de sentido com seus significados próprios” (STOCKINGER, 2001, p.116).

No webjornalismo não é diferente, muito pelo contrário. O processo de interação é maior, já que a internet oferece ao internauta um acesso direto, não só com o editor do jornal, como também lhe permite fazer comentários públicos que serão lidos por mais internautas frequentadores do web *site*, deixando de ser um simples receptor passivo e se tornando parte ativa do processo de informação, podendo divulgar seus pensamentos e opiniões a respeito das notícias postadas no jornal.

“Na comunicação, o diálogo interpessoal é uma forma de interação. Uma situação em que duas pessoas ou mais se colocam em contato direto ou através de alguma mediação para participar de uma ação comum, onde todos os sujeitos envolvidos possuem o poder de agir. Para cada ação proposta corresponderá uma reação distinta, modificando o contexto do grupo.” (MIELNICZUK, 2001, p. 173)

Assim, a interação chega também para reforçar o espírito crítico do leitor que entrará no processo evolutivo da comunicação visando a exposição das idéias em um meio público, que tem como principal fonte de informação o próprio receptor.

O interesse pela interatividade não é recente, pois, em meados do século XX, quando o que estava em auge era o rádio já se comentavam os métodos de interação. Segundo Brecht (1984) a rádio deveria ser transformada, deixar de ser um meio de distribuição de informações e se tornar um aparelho de comunicação. Isto a transformaria no mais fabuloso meio de comunicação que não se limitaria a transmitir, mas também teria a função de receber. Desta forma a relação entre a emissora e o receptor seria muito mais ativa, pois este não só escutaria o rádio como também o poderia fazer falar.

É assim que este modelo de interatividade vem se desenvolvendo até nos dias atuais. Mas na internet vem assumindo características diferenciadas por seu método mais efetivo e aberto de interação, permitindo ao usuário se tornar um propagador de informações.

### 1.2.1 Comentários

Uma das ferramentas que estabelece a interatividade entre o leitor e o webjornal refere-se aos comentários que são uma janela de conceitos e opiniões com relação aos temas publicados. Desta forma o usuário pode agir de maneira participativa e ter voz ativa com relação ao seu ponto de vista, comunicando assim aos outros usuários da rede virtual, sua percepção diante da informação transmitida.

Por isso este recurso é tão usado por milhões de internautas em todo o mundo, que a utilizam como uma ferramenta de escape para suas idéias e críticas sobre determinado assunto. Deste modo fortalecem sua visão crítica dos fatos e deixam de lado a cultura de receptores passivos de informações.

### 1.2.2 RSS ou Feed

Criado no início de 1999 Really Simple Syndication (RSS) ou feeds foi um sistema desenvolvido inicialmente pela equipe da *Netscape* a qual desistiu do projeto por achar que essa ferramenta não tinha grande utilidade, foi quando a equipe da *UserLand* retomou as atividades de desenvolvimento e começou a usá-la em seus blogs, como um mecanismo de teste visando o aperfeiçoamento da mesma. Com o sucesso da ferramenta o grupo *Netscape* voltou as suas investigações procurando o aprimoramento do RSS para lançar com êxito o aplicativo. Surgiram depois novos grupos interessados em desenvolver a tecnologia, dando diversos nomes para a mesma ferramenta como *Resource Description Framework* (RDF) e ATOM.

Presente em diversas páginas da internet este sistema tem como principal objetivo informar atualizações recentes feitas nos sites. Para obter as atualizações é necessário cadastrar este recurso em páginas que o ofereçam. Na tabela 1 (Suporte do Windows) é ilustrado passo a passo como efetuar o cadastro de um *feed*:



Passos	Descrição
1°	Abrir a página desejada e verificar se ela possui o recurso, que é ilustrado pelo ícone 
2°	Clicar no ícone  para visualizar os <i>feeds</i>
3°	Ative o <i>feed</i> que desejar, e você será deslocado para esta página
4°	Clique em assinar <i>feed</i>
5°	Renomeie e selecione o endereço de destino
6°	Clique em assinar <i>feed</i>

Tabela 1: Passos para cadastro do *feed* RSS

Desta forma é concluído com êxito o processo de cadastro do RSS no *site*. É possível cadastrar-se em diversos *sites*, basta repetir o processo e assim formar uma seleção de informações que chegarão até você de forma instantânea sem precisar abrir as páginas onde as mesmas são publicadas.

A eficiência deste aplicativo tem sido testada e aprovada pelos webjornais, que frequentemente se aderem a este novo estilo de propagação da informação digital, conseguindo assim ampliar sua divulgação e chegar ao usuário com maior facilidade.

## 2. MULTIMIDIALIDADE

Com o propósito de agregar uma diversidade ao conteúdo *web* surgiu a multimídia como um mecanismo de integração dos diversos formatos de apresentação de informações, assim consegue-se atender de forma mais precisa o usuário que além de encontrar uma informação textual, tem a possibilidade de receber este conteúdo complementado por áudio, vídeo, fotografias e animações que exploram os diferentes sentidos da percepção humana.

“A novidade introduzida pela informática está justamente na possibilidade que ela abre de fundir num único meio e num único suporte todos os outros meios e de invocar todos os sentidos (ou, por enquanto pelo menos, os mais desenvolvidos do homem). Mas ela o faz de uma forma integrada, de modo que textos escritos e oralizados, imagens fixas e em movimento, sons musicais ou ruídos, gestos, toque e toda sorte de respostas corporais se combinam para contribuir uma modalidade discursiva única e holística. A informática nos impõe, portanto, o desafio de aprender a construir o pensamento e expressá-lo socialmente através de um conjunto integrado de meios, através de um discurso áudio-tátil-verbo-moto-visual, sem hierarquias e sem hegemonias de um código sobre os demais (MACHADO, 1997)

O fenômeno da internet por sua particularidade tem se tornado único e imbatível por sua versatilidade no método de divulgação do conteúdo e a grande interação que

permite ao seu público. Difícil seria comparar a internet de igual para igual com outro meio de comunicação, pois a característica que esta nova mídia traz refere-se a todos os meios comunicativos agregados em um só.

### 3. HIPERTEXTUALIDADE

Embora o tema do hipertexto tenha se tornado mais popular no século XXI, sua origem se remonta a 1945, quando Vannevar Bush, diretor do Departamento de Pesquisa e Desenvolvimento Científico descreveu um aparelho que trabalhava com caráter associativo como o cérebro, o que quer dizer que “utilizando um dado o aparelho daria a possibilidade de visualizar outro dado associado ao primeiro” (CESCA, 2005, p. 22).

Quando se fala em hipertexto também se deve falar de hipermídia, já que a hipertextualidade é uma modalidade digital de formatação do conteúdo, que vem sendo empregado graças ao novo sistema de comunicação que a internet oferece.

Em palavras mais específicas pode-se afirmar que o hipertexto é um sistema digital de apresentação do conteúdo escrito que é representado como uma “cadeia não linear de informações referente a uma palavra que se clica como ponto de partida” (Minidicionário LUFT, 2000, p.368).

Este ponto de partida transporta o leitor a outra janela que contém informações relacionadas ao tema da palavra selecionada. Como forma de ampliação deste conceito George Landow coloca o hipertexto como “um texto composto de blocos de texto” afirmando que hipermídia são textos com arquivos de multimídia.

“O conceito de hipermídia simplesmente estende a noção do texto incluindo informação visual, som, animação e outras formas de dados. Desde que um hipertexto liga uma passagem de discurso verbal para imagens, mapas, diagramas e som tão facilmente quanto outra passagem verbal, ele amplia a noção de texto além do somente verbal.” (LANDOW, 1997, p.3, tradução nossa)

Mas a hipermídia tem sua característica própria. A confusão entre os dois sistemas se encontra na similitude em que são manobrados e executados. A hipermídia pode ser entendida como um processo de agregação de recursos e multimídias numa dinâmica hipertextual. Conseguindo assim programar um mesmo sistema de interligação entre os conteúdos oferecidos por um webjornal ou qualquer tipo de portal web. Para BUGAY and ULBRICHT (2000) a heterogeneidade do texto forma a hipermídia.

“A apresentação computadorizada da informação em forma de hipertexto, combinada com a multimídia (uso através do computador de textos gráficos, sons, imagens, animação, simulação, processamento de programas e vídeo), forma a Hipermídia, poderosa ferramenta na transmissão de conhecimento.”

(BUGAY, 2000, p. 43)

Com este sistema, o beneficiado direto é o usuário que consegue ter acesso a uma maior quantidade de informação, seja textual ou gráfica, a respeito do tema que lhe interessa. “Funcionalmente, um hipertexto é um tipo de programa para a organização de conhecimentos ou dados, aquisição de informações e comunicação”. (LEVY, 1993, p. 32). O que permite ao leitor, de acordo a sua capacidade ou entendimento, adequar-se à situação que mais lhe favorece. Esta liberdade de estabelecer seu próprio ritmo torna a hipertextualidade a bandeira interativa do webjornalismo, que Cesca afirma como um poder outorgado ao leitor que lhe permite interagir com o texto, pois acaba com a rigidez estabelecida pelo jornal e começa a participação por meio da customização da ordem das informações, já que “No meio do texto o hipertexto possibilita que o leitor pare a leitura em determinada palavra, usada como o link para outro texto.” (CESCA, 2005, p. 22). Esta é a essência da hipertextualidade, oferecer ao usuário versatilidade com a apresentação da informação.

#### **4. TEXTO DA WEB**

A informação jornalística redigida para um webjornal possui regras que garantem a concisão da apresentação dos dados utilizando as técnicas de jornalismo escrito. Começando com a pirâmide invertida que consiste em fazer o primeiro parágrafo com um resumo da história ou com os fatos principais. Desta forma é esperado que os redatores web realizem textos de maneira sintetizada para evitar a saturação de conteúdo, dado que no processo de leitura o usuário web revisa o conteúdo geral da matéria procurando frases que façam parte do seu interesse. Segundo Pinho (2003) a leitura do material virtual é classificada em quatro tipos: superficial, por varrimento, intensiva e extensiva.

Leitura superficial: é aquela em que os leitores movem rapidamente seus olhos sobre a tela do computador para verificar se o conteúdo é relevante de acordo com os seus interesses.

Leitura por varrimento: o usuário focaliza de forma rápida as partes específicas da matéria que são de seu interesse.

Leitura intensiva: acontece quando o tema exposto é sumamente relevante para o leitor que lê uma pequena quantidade de conteúdo para obter uma informação mais aprofundada.

Leitura extensiva: é uma maneira minuciosa de ler textos extensos, mas por causa da fadiga visual que causa a tela do computador este sistema é o menos utilizado na redação webjornalística.



Segundo Nielsen, em um estudo para verificar os padrões de leitura dos internautas destaca que raramente as pessoas lêem palavra por palavra nas páginas web.

“Em vez disso, os usuários corriam os olhos nas páginas, selecionando palavras isoladas e sentenças [...] John Morkes e eu descobrimos que 79% dos participantes do teste sempre percorriam rapidamente com o olhar as novas páginas do site em que entravam; apenas 16% leram palavra por palavra” (NIELSEN, 2002, Disponível em: [www.useit.com/alertbox/9710a.html](http://www.useit.com/alertbox/9710a.html), tradução nossa)

Pode-se concluir que a melhor técnica de redação webjornalística é a implementação de textos curtos, com um conteúdo resumido unicamente aos fatos principais que rodeiam as notícias. Na tabela 2 (WHITE, 2005), pode-se ver algumas considerações que devem ser evitadas:

Erros	
Excesso de informação	Textos de difícil compreensão não devem possuir informações demais em uma única sentença
Orações relativas	Produzem excesso de informação
Palavras longas ou Em excesso	Procure dar a informação utilizando o menor tempo possível
Clichês	Apoio excessivo do uso da linha de informação usada por outros meios de comunicação
Frases ambíguas	Apurar corretamente detalhes que são colocados na ordem errada, mudando o sentido da frase

Tabela 2: Erros que devem ser evitados em textos jornalísticos

#### 4.1 LINGUAGEM

A linguagem a ser usada em um webjornal é distinta de todas as outras mídias, pois a informação a ser passada precisa ser clara e breve, para evitar o cansaço visual do leitor. Uma das maneiras de prender a atenção do leitor é usando um design interativo, que ajudara a atrair a atenção, melhorando a disposição na leitura.

“A chave para maximizar a usabilidade é empregar um design interativo e que dê mostras de evolução. Os passos de avaliação permitem aos designers e desenvolvedores do sistema incorporar o feedback dos usuários até o produto atingir níveis cada vez mais aceitáveis de usabilidade. E o responsável por promover e até por debater sobre usabilidade nas redações é o jornalista digital.” (FERRARI, 2003 p.62)

Mas não adianta só ter um belo layout e uma ótima diagramação, a linguagem é de extrema importância. Normalmente as pessoas que lêem jornal web são aquelas que querem simplesmente saber as notícias: o que aconteceu, porque aconteceu, quem o fez; informações claras e concretas, a notícia em sua essência e sem muitos rodeios.

“Internet exige que o material mostrado da tela do monitor suscite no leitor a confiança de que ele encontrara no site a informação procurada. O redator do texto precisa antecipar o motivo pelo qual o usuário está visitando aquele site e certificar-se de que o que ele vê tem um contexto estabelecido” (PINHO, 2003, p.50)

Para Boldós é possível fazer referência ao jornalismo impresso, radiofônico e televisivo para identificar a linguagem específica, pois na internet a informação através do hipertexto utiliza as três linguagens, “Isto supõe a utilização simultânea de todos os suportes que já conhecemos – texto, sons, fotos, vídeos e gráficos, fixos ou em movimento para produzir uma linguagem pluralizada, unificadora e multimidiática” (BOLDÓS, 2002, tradução nossa). É preciso que a escritura dos meios digitais dê lugar a um novo modo de estruturar a informação para ajustá-la ao formato web, que levará ao usuário as notícias com uma linguagem mais espontânea e breve.

#### **4.2. CREDIBILIDADE DA INFORMAÇÃO**

Uma das grandes dificuldades que o webjornalismo tem encontrado refere-se à falta de credibilidade por parte dos usuários, que desconfiam das informações encontradas na web, pondo em evidência assim um problema muito sério que está ligado com a irresponsabilidade de alguns *sites*, na maioria das vezes não pertencentes ao meio jornalístico e sim aqueles que se encarregam de propagar informações sem comprovação. A credibilidade é o nível de confiança que um receptor deposita no seu interlocutor.

“Pense na credibilidade como algo formado por dois componentes. O primeiro é um núcleo sólido que não muda de um dia para o outro ou mesmo de um ano para o outro. O segundo é o revestimento exterior variável e sujeito à instabilidade dos ventos da opinião pública conforme mudam as notícias.” (MEYER, 2004, p.81)

Com o início da nova mídia o webjornalismo começou junto uma nova era de interação dos usuários. Alguns deles inescrupulosos, que com uma base de mentiras conseguem desvirtuar de grande forma os meios webjornalísticos que trabalham com seriedade. No Brasil um dos webjornais mais frequentado pelos internautas é o G1, da emissora Globo. O número elevado de acessos se dá pela credibilidade que o usuário tem nesse meio, que é afirmada pela rede Globo, que integra a emissora de tv, rádio, jornal escrito e webjornal. Daí pode-se afirmar que o nível de credibilidade está sustentado com a interação

entre o jornal e sua comunidade, pois a trajetória da rede globo tem sido construída ao longo de muitos anos de trabalho.

Com relação à confiança nas fontes de informação webjornalística o internauta local afirma que algumas fontes não transmitem confiança, pois o receptor passa a ser emissor da informação, deixando os dados menos confiáveis.

## 5. FORMATAÇÃO

Na primeira página de um *site* webjornalístico destacam-se os principais fatos e acontecimentos e oferecem hiperlinks para a ampliação dessas notícias e as diferentes seções informativas como: cultura, política, esporte, entretenimento e as demais que complementem o jornal. Segundo Pinho (2003) os principais estilos de formatação da página inicial são: títulos simples, títulos com resumo em uma frase e títulos com resumo de um parágrafo. Os títulos simples são a forma mais fácil de apresentar a notícia, é feita apenas com um ante título e o título da matéria.

Os títulos com resumo de uma frase se apresentam com o destaque da notícia apoiada em uma frase curta que faz uma introdução a história. Este sistema procura oferecer uma primeira informação ao leitor para dar a certeza de que está navegando por meio dos links desejados e se dirigindo exatamente aonde quer ir.

Os títulos com resumo de um parágrafo são mais elaborados do que a versão em uma frase. Segundo Wallace (2002) o propósito deste não é simplesmente atrair, mas deve formar uma percepção sobre a informação. Sempre tendo em vista que a idéia deve ser passada de forma curta para criar impacto nas pessoas que tem menos interesse no assunto.

Alguns internautas abordados sobre o tema afirmaram que não dão muita relevância a aparência da interface, apenas buscam a informação que é de seu interesse, mas o que se sabe é que a apresentação é de suma importância para atrair o maior número de frequentadores que visitarão o site por detalhes que muitas das vezes passam imperceptivelmente aos seus olhos.

### 5.1 APRESENTAÇÃO DO CONTEÚDO

A proximidade e o alinhamento são fundamentos essenciais para que o conteúdo seja passado de forma clara. Quando o conteúdo está de maneira dessincronizada dá idéia de bagunça e complica a cabeça do leitor. Sendo possível afirmar que “Quando eu vejo uma parte de um objeto, ocorrerá uma tendência a restauração do equilíbrio da forma, garantindo o entendimento do que estou percebendo.” (BOCK, 1995, p.54). Por isso faz com que o cérebro associe as informações como uma cadeia de assuntos próximos e ligados entre si.

“Isto costuma dar um enorme trabalho e desconforto ao leitor, que fica tentando procurar os elementos em comum. Esse esforço todo faz com que ele não goste ou desista do layout, mesmo que não saiba explicar o porquê. Já um layout que tenha seus elementos alinhados permite que se possa ver os espaços em branco e agrupá-los, isolá-los ou continuá-los. E o leitor passa a ter para identificar na tela dois ou três grupos, e não mais uma porção de elementos isolados” (RADFAHRER, 1999, p.44)

O risco de ter grandes quantidades de elementos dispersos e sem relação é grande, isso faz com que o leitor se perca em sua própria leitura ou até mesmo dê outra conotação ao que lê.

Por muitas vezes os leitores navegam pelas páginas e ficam desorientados, uma grande ajuda para eles é a colocação de títulos na página inicial do webjornal para comunicar o acontecimento de cada matéria, o que dá ao usuário a possibilidade de entender de forma rápida e escolher o tema que lerá seguindo seu interesse pessoal, desta forma será ligado ao local onde se encontra o determinado assunto que procura. “Estudos de compreensão da leitura indicam que você deve usar alguma coisa para sinalizar a transição de um tópico para o próximo” (PRICE, 2002, p.119, tradução nossa). A melhor maneira para se fazer a transposição de assunto é fazer uma linha visual que propiciara ao usuário facilidade ao ler o conteúdo.

## 6. LAYOUT

A estrutura de um jornal é de suma importância, cada cor, tamanho de letra, fonte e espaço utilizado, tem uma informação diferente a ser passada, sabendo-se que todos esses fatores devem estar em sintonia, o que fará com que o leitor se interesse pela leitura e fique mais a vontade. Cada cor tem a sua particularidade, na tabela 3 (PINHO, 2003, p.157) podem- se ver as sensações psicológicas que cada uma provoca:

Cores	Sensações
Vermelho	Dinamismo, força, baixeza, energia, revolta, movimento, barbarismo, coragem, furor, esplendor, intensidade, paixão, vulgaridade, poderio, vigor, calor, violência, excitação, ira.
Laranja	Força, luminosidade, dureza, euforia, energia, alegria, advertência, tentação.
Amarelo	Iluminação, conforto, alerta, gozo, ciúme, orgulho, esperança.
Verde	Adolescência, bem-estar, paz, saúde, ideal, abundância, tranquilidade, segurança, natureza, equilíbrio, esperança, serenidade, suavidade, crença.
Azul	Espaço, viagem, verdade, sentido, paz, advertência, precaução, serenidade, meditação.

Roxo	Fantasia, mistério, profundidade, eletricidade, dignidade, justiça, egoísmo, grandeza, misticismo, espiritualidade, delicadeza, calma.
Marrom	Pesar, melancolia
Púrpura	Estima, valor, dignidade

Tabela 3: Sensações psicológicas das cores

“A combinação de cores deve ser cuidadosa. Elas não apenas precisam combinar entre si dentro de um espaço, como devem também criar um estado de espírito ou visual” (PINHO, 2003, p.157). Todas as cores devem estar em perfeita harmonia para não causar um desconforto visual, trazendo um melhor aproveitamento do conteúdo lido. É importante destacar as seguintes subjeções:

Não carregar a página com muitas cores, pois isso a torna mais lenta; Tomar cuidado com os contrastes;

Dar preferência as cores de padrão RGB, pois são mais vivas e luminosas;

O tipo de letra a ser usado é de extrema importância para o bom entendimento, pois cada tamanho e estilo de letra que dizer algo, assim como o espaço que é deixado entre elas. O estilo de letra a ser adotada deve ser feito de maneira responsável, pois a variação de fonte pode causar certo desconforto ao leitor e causar confusão em sua cabeça, não é aconselhável usar letras com a extensão *.gif* pois, um dos principais objetivos do webjornalismo é a instantaneidade e o uso desses padrões acaba causando uma certa demora na hora que a página está sendo carregada, na tabela 4 (PINHO, 2003, p.177) é possível ver as fontes mais comuns utilizadas na Web.

Fontes com serifa	Fontes sem serifa
Century Schoolbook ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz	Arial ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Courier New ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz	Comic Sans MS ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Georgia ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz	Tahoma ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Times New Roman ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz	Verdana ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Tabela 4: Fontes mais comuns na Web

Outro fator muito importante que está ligado à fonte é o uso do negrito, a partir do momento que uma palavra é deixada em negrito é dada ênfase a informação. Segundo Pinho (2003) a palavra que está negritada funciona como uma afirmação da notícia que está sendo passada, fazendo com que ela seja lida de maneira mais lenta, porém deve ser usado com bastante cuidado, porque uma palavra ou frase negritada perde seu valor retórico.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao discutir sobre webjornalismo foram entregues de forma geral os conceitos relacionados a esta nova mídia, analisando a estrutura visual, linguística e interativa que o compõem, divulgando assim, o processo que o webjornal atravessa para chegar ao leitor de uma forma diferente, que integra todos os recursos dos meios de comunicação como: Tv, Rádio e jornal.

Conhecendo de melhor forma a estrutura do webjornalismo visou-se incitar o interesse sobre esse novo método de comunicar que vem ganhando adeptos graças as suas características únicas que atraem o leitor a não ser um receptor passivo, mas participar ativamente expondo seu ponto de vista.

## 8. REFERÊNCIAS

BOCK, Ana M. Bahia; FURTADO, Odair; TEIXEIRA, Maria de Lourdes T.. *Psicologias: Um introdução ao estudo de psicologia*, 8.ed. Ed., São Paulo: Saraiva, 1995.

BRECHT, B. *El compromiso em Literatura y arte*, Barcelona: Península, 1984. BUGAY, Edson; ULBRICHT, Vânia Ribas. *Hipermídia*, Florianópolis: Bookstore, 2000.

CESCA, Heliberton. *Uso do hipertexto - No webjornalismo: O caso da gazeta do povo online*, Curitiba, 2005.

FERRARI, Pollyana. *Jornalismo Digital*, 3.ed., São Paulo – SP: Contexto, 2003.

KUCINSKI, Bernardo. *Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética*, São Paulo: UNESP, 2005.

LAGE, Nilson. *Estrutura da Notícia*, 5.ed., Ática, 2004.

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

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. *Modelos de Jornalismo Digital*, Salvador: Calandra, 2003.

MARANGONI, Reinaldo; PEREIRA, Luciano Iuri & Silva; RODRIGUES, Rafael. *Webjornalismo: uma reportagem sobre a prática do jornalismo online*, Indaiatuba: Rumograf, 2002.

MEYER, Philip. *Os jornais podem desaparecer? Como salvar o jornalismo na era da informação*, São Paulo: Contexto, 2007.

MIELNICZUK, Luciana. *Considerações sobre interatividade no contexto das novas mídias*, 2.ed., Porto Alegre – RS: Sulina, 2001.

*Minidicionário LUFT*, 20.ed., São Paulo – SP: Ática, 2000.

PENA, Felipe. *Teoria do Jornalismo*, 2ªEd., São Paulo, SP, Editora Contexto, 2008.

PIERRE, Lévy. *A Genealogia do Virtual: Comunicação, Cultura e Tecnologias do Imaginário*, Porto Alegre – RS: Sulina, 2004.

PINHO, José Benedito. *Jornalismo na Internet: Planejamento e produção da informação on-line*, São Paulo, Summus Editorial, 2003.

PRICE, Jonathan; PRICE, Lisa. *Hot text: web writing that works*, Indianopolis: New Riders, 2002.

RADFAHRER, Luli. *Design/web/design*, São Paulo: Market Press, 1999.

STOCKINGER, Gottfried. *A interação em ciberambientes e sistemas sociais*, 2.ed., Porto Alegre – RS: Sulina, 2001.

WHITE, Ted. *Jornalismo eletrônico: Redação, reportagem e produção*, 4ª edição São Paulo: Roca Ltda, 2008.

#### **Internet:**

BOLDÓS, Concha Edo. *El Language Periodístico en la red: Del texto AL hipertexto y Del multimedia AL hypermedia*, 2002, Disponível em: <[http://www.ucm.es/info/period/Period\\_I-EMP/Portad\\_0.htm](http://www.ucm.es/info/period/Period_I-EMP/Portad_0.htm)> Acessado em: 19/08/10.

NIELSEN, Jacob. *How users read on the web*, 2002, <<http://www.useit.com/alertbox/9710a.html>>, Acessado em: 19/08/10.

ROCHA, José Antonio. *Jornalismo on-line*, Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Jornalismo\\_online](http://pt.wikipedia.org/wiki/Jornalismo_online)> Acessado em 19/08/10.

WALLACE, Nathan. *web writing for many interest levels*, 2002, Disponível em: <[www.e-gineer.com/articles/web-writing-for-many-interest-levels.phtml](http://www.e-gineer.com/articles/web-writing-for-many-interest-levels.phtml)>, Acessado em: 19/08/10.