

## Estratégias de leitura na Internet: o comportamento de um grupo de leitores de *sites* jornalísticos

Carlos Eduardo Franciscato<sup>1</sup>

Gabriela Melo<sup>2</sup>

### Resumo:

As estratégias de leitura para quem acessa um site com conteúdo jornalístico são complexas e envolvem hábitos, interesses e movimentos dos leitores. Investigamos o ato de leitura de um público específico, os professores da Universidade Federal de Sergipe, por este constituir um grupo social que possui um perfil sócio-cultural com recursos, habilidades e competências para a leitura de notícias *online*.

**Palavras-chave:** jornalismo, jornalismo *online*, leitura, Internet

### 1. Introdução

O comportamento do leitor de notícias disponibilizadas *online* em tempo real é um objeto de estudo que tem recebido pouca dedicação dos pesquisadores em jornalismo *online*. Isto é consequência do fato de as estratégias de leitura para quem acessa um site com conteúdo jornalístico serem complexas e exigirem métodos e técnicas de pesquisa múltiplos que, mesmo assim, não conseguem delinear com razoável precisão um perfil dos hábitos, interesses, envolvimento e movimentos dos leitores.

Esta dificuldade ocorre, por um lado, porque há aspectos gerais referentes às relações entre leitor/usuário, produtor e o suporte (computador e a rede telemática), tais como a diversidade de conteúdos ofertados, formas de interação, linguagens e edição, problemas abrangidos por disciplinas diversas, como a ergonomia e sua preocupação em estudar a adaptação do trabalho às características fisiológicas e psicológicas do ser humano, particularmente no uso de computadores como ferramenta de produção (Abergo, 2005). Por outro lado, o leitor vem tendo acesso, cada vez mais, a conteúdos jornalísticos condicionados por uma aceleração na velocidade de produção e disponibilização de informações a intervalos de tempo cada vez menores.

A compreensão da atividade jornalística contemporânea e de seus aspectos temporais exige que consideremos sua inserção dentro de um processo social amplo de estruturação das redes informacionais e sua capacidade de alterar relações espaciais e temporais tradicionais. Torna-se tecnológica e socialmente possível falar-se em 'tempo real', um fenômeno com suas formas e tensões próprias. O jornalismo, por seu imperativo de produzir um relato sobre o tempo presente, é afetado por novos fluxos de informação, hábitos de leitura e interação social, tendo que redefinir seus modos de atuar socialmente, em um processo dinâmico de uma mútua constituição de referências temporais.

---

<sup>1</sup> Professor da Universidade Federal de Sergipe, Mestre e Doutor em Comunicação e Culturas Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Jornalista. E-mail: [carlosfr@infonet.com.br](mailto:carlosfr@infonet.com.br).

<sup>2</sup> Aluna do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe. Desenvolve pesquisa no Programa de Iniciação Científica (PIBIC/CNPq/UFS), denominada "Usos e Hábitos dos Leitores de Jornalismo *Online*: Experiências Temporais na Interação com Jornais em 'tempo real'". E-mail: [gabrielamelo83@yahoo.com.br](mailto:gabrielamelo83@yahoo.com.br).

Procuramos partir da constatação do crescimento da modalidade de produção de jornalismo em tempo real em *sites* jornalísticos para investigar que grau de receptividade e interesse este tipo de produto jornalístico gera em um público específico. Optamos por delimitar um público com um elevado grau de formação intelectual, familiaridade com as novas tecnologias da informação, condições mínimas de acesso à Internet e com bom padrão econômico de renda salarial, fator este que lhe deixa potencialmente mais próximo de consumir e utilizar as novas ferramentas tecnológicas.

Identificamos nos professores da Universidade Federal de Sergipe um grupo com este perfil específico. Sabemos que os resultados obtidos nesta pesquisa não servem para generalização com vistas a criar um modelo de comportamento em geral do leitor de notícias de atualização contínua. Mas nosso objetivo é estudar um público dotado de competências mínimas para interagir com este tipo de produto e investigar se as notícias de atualização contínua estão se tornando uma modalidade atrativa de jornalismo que justifique seu crescimento como oferta informativa, bem como identificar formas de leitura deste produto, articuladas ou não a outras potencialidades sócio-tecnológicas da Internet.

## 2. Características sócio-culturais dos leitores de notícias *online*

Estudos sobre o uso da Internet circulam em torno de uma conhecida preocupação na área em saber como pesquisar adequadamente o usuário ou a audiência, o participante ou consumidor da Internet (Hartmann, 2004). Tais trabalhos estimulam perguntas centrais para compreender o papel da Internet na sociedade, como as formuladas por Patwardhan (2004): o que as pessoas fazem *online*? Em que grau estão utilizando os recursos da Internet para alcançar muitos dos seus objetivos? Qual a natureza de sua participação na experiência *online*?

Os esforços em compreender este leitor têm seguido por caminhos variados, implicando em diferentes quadros teóricos e metodológicos. Interessa-nos salientar alguns aspectos destas pesquisas que podem nos auxiliar para a investigação proposta, como a análise dos processos de leitura por meio de habilidades, competências e recursos do indivíduo na interação com o computador ou o realce a características que são comuns a certos grupos sociais, definindo uma tipologia de utilização.

O uso individual vem sendo mensurado por mecanismos que envolvem adoção de *softwares* para registro e descrição dos movimentos e atitudes do usuário de computador, como o projeto *Eyetrack* do Stanford Poynter Institute (2000). Técnicas de pesquisa como as aplicadas por Nielsen (1997) capturaram modos de leitura de páginas web, percebendo uma habilidade de “*scanner*” (rastreador) de páginas, o que indicaria ao produtor possibilidades para o formato do texto e da edição *online*.

Rocha (2003) utilizou esta técnica para gravar a navegação na Internet de alunos do curso de jornalismo por meio da gravação, com o programa *CamStudio*, dos movimentos executados na tela do computador. Isto não permitiu a captação dos movimentos dos olhos do leitor, o que, mesmo com a estratégia de solicitar ao navegador apontar o mouse na região da tela em que estivesse lendo, limitou a eficácia da pesquisa, pois tal solicitação introduziu uma mudança de hábito de leitura dos usuários, além de não ser plenamente seguida.

Outra estratégia de pesquisa tem sido investigar leitores por meio de grupos de usuários ou da elaboração de tipologias de uso. Destas, podemos citar a tipologia de Norris (*apud* Patwardhan, 2004), ao classificar os usuários da Internet em quatro grupos: consumidores (uso direcionado à compra ou propósitos financeiros); pesquisadores (utilização

de email, programas de busca ou investigações diversas); opinadores (expressam suas opiniões ou pontos-de-vista em grupos ou salas de conversação) ou usuários que procuram jogos *online* ou outros tipos de entretenimento.

Por conta desta variedade de usos que Moherdauí (2004) adota o termo “leitor-usuário” para investigar o leitor de notícias *online*, pois, além do ato de leitura propriamente dito, a Internet possibilita relações entre o usuário e: a) a máquina; b) uma publicação e seus recursos de navegação; c) outras pessoas através da máquina (Lemos, 1997). Estes laços disponíveis durante o ato de leitura de notícias *online* marcam um dos diferenciais em relação à leitura de jornais impressos.

Ao estabelecer tipologias de usuários, os pesquisadores procuram ressaltar características específicas nos grupos que possam ser um traço diferencial de comportamento de navegação. Um grupo de usuários de Internet que tem ganho prioridade nas pesquisas são os jovens, pois, segundo Hartmann (2004), os novos estudos sobre jovens têm confirmado o argumento geral de que as novas gerações vêm usando a Internet com naturalidade, a toda hora, local e forma.

Estudos de grupos têm, como metodologia predominante, a aplicação de questionários e entrevistas semi-dirigidas ou em profundidade. Hartmann (2004) indica a aplicação de técnicas combinadas para pesquisa de usuários da Internet: questionários; entrevistas com grupos amplos ou pequenos em situação efetiva de uso; observação e descrição de comportamentos dos usuários, entre outros.

Mesmo os jovens compõem um grupo amplo, com diferenças de perfil sócio-cultural. Por isso, um subgrupo comum e prático tem sido os jovens universitários, pela familiaridade com as novas tecnologias, maior desenvolvimento intelectual e acessibilidade ao pesquisador. Dependendo das técnicas de pesquisa adotadas, a investigação pode se realizar com a aplicação de questionários para uma amostra ampla, como a pesquisa de Althaus e Tewksbury (2000) com 520 estudantes universitários de uma universidade pública. Os pesquisadores reconheceram que o uso principal da Internet direciona-se para entretenimento e, na leitura de notícias, constataram que as notícias *online* suplementam (e não substituem) as notícias veiculadas por jornais impressos e Internet. Em contrapartida, a pesquisa de Rocha (2003) com 25 alunos do curso de jornalismo beneficiou-se da redução da amostra para adotar técnicas combinadas de pesquisa, como as entrevistas semi-estruturadas e a observação da navegação em *sites* jornalísticos.

Além da adoção da faixa etária como elemento indicador de um perfil de usuários da Internet, outras opções têm sido feitas para identificar a importância de fatores sócio-culturais na navegação. Patwardhan (2004) optou por introduzir o fator geográfico e comparou as formas de uso da Internet nos Estados Unidos e Índia, dois países com diferenças na amplitude do uso pelas duas populações, aspecto associado a diferenças econômicas, tecnológicas e sócio-culturais. Constituindo uma amostra não-probabilística das duas populações, o autor percebeu, além dessas diferenças, semelhanças nas formas de uso da Internet, particularmente no alto índice de satisfação obtida com a busca de informação e com a interação comunicacional.

Becker (2004) utilizou o fator sócio-econômico como diferencial para investigar uma forma específica de uso da Internet. Sua pesquisa foi direcionada para a população de baixa renda usuária de postos de acesso público e gratuito à Internet nas cidades de Curitiba e São Paulo. Foram aplicadas 92 entrevistas em profundidade. A pesquisadora identificou que, mesmo quando o acesso é possível (os postos são públicos e gratuitos), o nível intelectual dos usuários (registrado pelo grau de escolaridade) é um fator fundamental no uso efetivo, já que 85% dos entrevistados de Curitiba e 77% de São Paulo declararam possuir ensino médio incompleto ou grau maior. O principal tipo de conteúdo acessado foi informação, identificado

pela autora como “*busca de informação como resposta concreta às demandas do dia-a-dia*”, ou seja, informação-serviço básica sobre processos, documentos e serviços públicos e privados (seguro-desemprego, aposentadoria, programas sociais etc). A autora também constatou um reconhecimento da característica de atualização contínua (Palacios, 2002) como diferencial do suporte, por disponibilizar as informações (notícias e serviços) de “última hora”, segundo depoimentos dos entrevistados.

### 3. Hábitos de leitura de notícias *online* por professores universitários

#### 3.1 Perfil do público entrevistado

Os diversos tipos de usuários exemplificados nas pesquisas acima indicaram caminhos e questões pertinentes para investigarmos um subgrupo com características particulares e relevantes de navegação *online*. Consideramos o perfil sócio-cultural dos professores universitários pertinente para esta pesquisa porque, além da ausência de pesquisas com este subgrupo, percebemos que têm traços que potencializam o uso da Internet: elevado grau de formação intelectual, familiaridade com as novas tecnologias da informação, condições mínimas de acesso à Internet e padrão elevado de renda salarial. Supomos, então, que este subgrupo esteja mais preparado para desenvolver as habilidades requeridas de um leitor de notícias *online*, particularmente no uso das potencialidades que o jornalismo *online* oferece, conforme Palacios (2002): multimídia, interatividade, hipertextualidade, personalidade de conteúdo, memória e atualização contínua.

Durante os meses de março a junho de 2005, foram entrevistados 73 professores da Universidade Federal de Sergipe (UFS), selecionados segundo uma amostra de 10% do quadro de docentes (731 professores, incluindo efetivos, substitutos e visitantes), distribuídos proporcionalmente por departamentos e centros de ensino da instituição. A técnica de pesquisa utilizada foi a aplicação de questionários semi-estruturados, com algumas perguntas abertas. Do total de 73 questionários, dois foram apenas parcialmente respondidos e, portanto, não aproveitados na tabulação.

#### 3.2 Comportamentos de leitura dos professores

A pesquisa foi subdividida em três itens: perfil dos entrevistados, uso da Internet e leitura de notícias na Internet. Apresentaremos principalmente os dados referentes às formas de acesso e utilização da Internet e os modos de leitura de jornalismo *online*, particularmente notícias em tempo real.

##### a) Uso da Internet

Praticamente metade (48%) dos docentes da UFS tem um uso freqüente da Internet (9 horas ou mais por semana), em dias e horários da semana indistintos, conforme tabelas abaixo. Apenas 4% declararam não usar a Internet.

	Nº	%
<b>FREQÜÊNCIA DE USO</b>		
não utiliza a Internet	3	4%
até 3h semanais	15	21%
de 4 a 8h semanais	19	27%
de 9 a 15h semanais	15	21%

mais de 15 h semanais	19	27%
-----------------------	----	-----

	N°	%
<b>DIAS DE MAIOR UTILIZAÇÃO</b>		
de Segundas a sextas-feiras	29	42%
nos fins de semana	12	18%
uso indistinto	27	40%

	N°	%
<b>HORÁRIOS DE MAIOR UTILIZAÇÃO</b>		
Manhã	11	16%
Tarde	5	7%
noite (das 18 as 24h)	21	31%
Madrugada	2	3%
uso indistinto	29	43%

Os locais de acesso mais freqüente apontados pelos docentes foram a residência (51%) e universidade (37%). A questão admitia mais de uma resposta. Todos os que escolheram a opção ‘outros’ citaram locais de trabalho fora da UFS, como consultórios médicos, escritórios de advocacia, repartições públicas e empresas.

<b>LOCAIS DE ACESSO MAIS FREQUENTE</b>	N° (múltiplas respostas)	%
Universidade	34	37%
Residência	47	51%
Locais de convivência	3	3%
Casa de amigos ou parentes	0	-
Outros	8	9%

Ao serem questionados sobre o tipo de conexão no local de acesso mais freqüente, 72% dos docentes afirmaram utilizar a conexão banda larga (o fato de 37% acessarem a Internet na UFS e outros locais de trabalho explica este dado). A parcela que respondeu que utiliza Internet discada afirmou que o local de acesso mais freqüente era sua residência.

	N°	%
<b>TIPO DE CONEXÃO NO LOCAL DE ACESSO MAIS FREQUENTE</b>		
discada	19	28%
banda larga	49	72%

A maioria dos professores da UFS não utiliza a maioria dos recursos que a Internet oferece. A multimídia, por exemplo, definida por Palacios (2002) como “*convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico*”, não é aproveitada por grande parte dos que participaram da pesquisa. Apenas 16% acessam ao menos uma vez por semana vídeos e entrevistas em áudio na Internet. Músicas e salas de conversação são ainda menos utilizadas pelos docentes: apenas 13% ouvem músicas na Internet ao menos uma vez por semana e 3% entram em salas de conversação.

Estes resultados têm relação tanto com a idade média do público (sabe-se que públicos mais jovens utilizam mais os recursos citados) quanto pela pequena importância dada ao entretenimento virtual, o que pode ser visto na tabela que mostra a finalidade de uso da Internet. Como a conexão banda larga está disponível à maioria dos docentes, há uma maior acessibilidade tecnológica a conteúdos multimídia, embora saibamos da limites ainda hoje existentes neste tipo de tráfego.

ACESSA AO MENOS IX POR SEMANA	N°		%	
	Sim	Não	Sim	Não
Vídeos	11	57	16%	84%
Entrevistas áudio	11	57	16%	84%
Músicas	9	59	13%	87%
salas conversação	3	65	4%	96%

Com relação à finalidade de uso da Internet, observou-se que a opção *e-mail* foi classificada por 48 docentes dos 71 docentes como a mais importante. *Pesquisa acadêmica* é o segundo uso mais importante para 37 professores e 45 situaram *notícias* como o terceiro conteúdo mais importante. *Entretenimento* e *compras on-line* apareceram como pouco ou nada importantes.

FINALIDADE DE USO DA INTERNET	ORDEM DE IMPORTÂNCIA						
	“1” para o mais importante e “5” para o menos importante “n” significa não usa						
e-mail	1 – 48	2 – 15	3 – 04	4 – 00	5 – 00	- - 01	
Notícias	1 – 04	2 – 14	3 – 45	4 – 02	5 – 00	- - 03	
Pesquisa acadêmica	1 – 16	2 – 37	3 – 10	4 – 03	5 – 00	- - 02	
Entretenimento	1 – 00	2 – 00	3 – 05	4 – 22	5 – 11	- - 30	
Compras on-line	1 – 00	2 – 00	3 – 00	4 – 14	5 – 21	- - 33	

### b) Leitura de notícias online

Dentre os professores pesquisados, 76% lêem com frequência notícias na Internet. Considera-se freqüente tanto a leitura diária (realizada por 42% dos professores), quanto a leitura em alguns dias da semana (que 34% dos docentes disseram realizar). Apenas 4 dentre os 68 docentes que afirmaram usar a Internet disseram que não lêem notícias on-line.

COM QUE FREQUÊNCIA LÊ NOTÍCIAS NA INTERNET?	N°	%
Diariamente	29	42%
Alguns dias da semana	23	34%
Somente nos fins de semana	6	9%
Raramente	6	9%
Nunca	4	6%

Dos 64 professores que afirmaram ler notícias *online*, 28% lêem notícias na Internet mais de uma vez ao dia, e os demais em um acesso diário.

QUANTAS VEZES LÊ NOTÍCIAS NOS DIAS EM QUE ACESSA A INTERNET?	N°	%
uma vez	46	72%
duas ou três vezes	8	12%
várias vezes	10	16%

Perguntados sobre o que valorizavam em uma notícia *online*, 90% dos professores responderam que valorizam muito a atualização constante das notícias. O grau de importância dado a esse item, entretanto, pode não ser um sinal da leitura de notícias de atualização contínua, caracterizadas por uma rapidez no processo de produção e disponibilização a ponto

de oferecer múltiplos relatos de eventos em desdobramento ou quase imediatamente após sua ocorrência. O termo “atualização constante” foi entendido de forma genérica pelos docentes. Quando respondiam ao questionário, muitos comentaram que “Qualquer notícia tem que estar atualizada” ou “De que adianta ler notícia velha?”.

Além disso, 86% responderam que valorizavam muito a presença de *links* que permitam navegar facilmente para assuntos correlatos. Assim, pode-se afirmar que a hipertextualidade, que possibilita a interconexão de textos através de *links* (Palacios, 2003), é uma característica bastante apreciada pelos participantes da pesquisa. Em outro item, 50% afirmaram valorizar muito que os textos das notícias sejam curtos e não cansem a leitura.

O baixo interesse pela multimídia na navegação na Internet pode ser confirmado na leitura das notícias *online*. Dos entrevistados, 38% disseram não valorizar que as notícias tenham conteúdos em áudio e vídeo, enquanto 50% disseram valorizar pouco este recurso. Justificaram que esse tipo de conteúdo não os incomodava, mas também não era uma qualidade que os levava a ler uma determinada notícia.

Dois itens adicionais da tabela abaixo podem ser associados às características do perfil do sócio-cultural do grupo pesquisado: 77% valorizaram muito o fato de a notícia ter mais profundidade ou detalhes sobre os fatos e 55% afirmaram valorizar muito um texto denso, com vários pontos de vista. Tais interesses podem ser considerados típicos de grupos com mais elevada capacidade intelectual, o que significa um desenvolvimento de uma capacidade analítica sobre conteúdos.

O QUE VALORIZA EM UMA NOTÍCIA ON-LINE?	N°			%		
	Valorizo muito	Valorizo Pouco	Não valorizo	Valorizo muito	Valorizo Pouco	Não valorizo
Atualização constante das notícias	58	3	3	90%	5%	5%
Presença de <i>links</i> que levem a assuntos afins	55	6	3	86%	9%	5%
Texto curto e não cansativo	32	23	9	50%	36%	14%
Conteúdos em áudio e vídeo	8	32	24	12%	50%	38%
Profundidade e detalhes sobre o fato	49	13	2	77%	20%	3%
Texto denso, com vários pontos de vista	35	27	2	55%	42%	3%

Outra característica potencializada pelo meio Internet, a interatividade, tornou-se uma ferramenta de uso deste grupo de leitores. Apesar de grande parte dos docentes (78%) ter revelado nunca ter feito contato com os jornalistas autores das notícias, algo normal no comportamento dos leitores de jornais, 22% (14 professores) afirmaram já ter utilizado este recurso. Destes 14 professores, 13 fizeram contato com os jornalistas através e e-mail e 1 por meio de carta ou telefone. Isso quer dizer que quase todos aproveitaram um recurso da própria Internet – o *e-mail* – para se comunicar com os autores das notícias on-line.

JÁ FEZ CONTATO COM OS AUTORES DAS NOTÍCIAS?	N°	%
Sim	14	22%
Não	50	78%
DE QUE FORMA?	N° (múltiplas respostas)	
Por e-mail	13	
Em sala de conversação	0	
Em blog	0	

Por telefone ou carta	1
<b>COM QUE FINALIDADE?</b>	Nº (múltiplas respostas)
Opinar sobre o conteúdo	9
Opinar sobre a abordagem	5
Sugerir novos temas ou enfoques	3
Solicitar reparo de erros	2

Em suma, podemos constatar que os professores universitários estão habituados com a forma de leitura de notícias na Internet: 37% acharam-na um ato confortável e 39% produtivo em uma questão de múltipla escolha.

<b>ACHA QUE LER NOTÍCIAS NA INTERNET É:</b>	<b>Nº (múltiplas respostas)</b>	<b>%</b>
um ato cansativo	10	12%
um ato demorado	10	12%
um ato confortável	31	37%
um ato produtivo	33	39%

### c) Leitura de notícias em ‘tempo real’

Um item específico do estudo foi investigar se a forma de produção e oferta de notícias de atualização contínua despertava o interesse de leitura do grupo específico. Para facilitar a apresentação, ao entrevistado, a que nos referíamos quando falávamos de ‘notícias em tempo real’, apresentamos uma definição simplificada no questionário aplicado:

“Agora, vamos lhe perguntar sobre um tipo específico de jornalismo praticado na Internet, que é o jornalismo em tempo real. Pela Internet, é possível ficar acessando atualizações de um noticiário sobre um fato importante, grave ou interessante várias vezes ao dia e, em cada acesso, há novas informações sobre esse fato. Este modo de informar denominamos de jornalismo em tempo real”

Perguntados sobre qual meio de comunicação buscavam primeiro para se informar sobre um fato grave e urgente, 61% dos professores escolheram a opção Internet e 31% responderam *televisão*. Isso pode ser explicado pela diferença na periodicidade dos veículos de informação. O jornal impresso é diário, a televisão tem horários reservados para o jornalismo (no início da manhã, no horário do almoço e no início da noite e eventuais boletins especiais e curtos dentro da programação normal) e o rádio sergipano possui uma cobertura jornalística (predominantemente local) apenas nos horários da manhã. As revistas não entraram como opção porque sua periodicidade é, no mínimo, semanal.

<b>QUAL MEIO DE COMUNIC. BUSCA PRIMEIRO PARA SABER SOBRE UM FATO GRAVE E URGENTE?</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
Televisão	20	31%
Jornal impresso	1	2%
Rádio	4	6%
Internet	39	61%

A respeito do tipo de acesso realizado ao se buscar na Internet notícias sobre fatos importantes, 44% responderam que liam a notícia em diferentes sites para identificar dados, enfoques e abordagens mais precisas, enquanto 33% afirmaram que acessavam os diferentes *links* oferecidos pela notícia para ter acesso a mais informações.

Apenas 17% disseram que acessavam a Internet várias vezes ao dia para buscar fatos novos sobre o assunto, o que confirma aquilo que já havia sido observado em outras questões, como na que perguntava quantas vezes ao dia o docente lia notícias na Internet (apenas 16%

responderam *várias vezes*, como pode ser visto na tabela abaixo): **a parcela de professores que é efetivamente leitora de notícias de atualização contínua é reduzida**. Todos os que marcaram a opção *outro tipo de acesso* justificaram sua escolha afirmando que nunca buscavam na Internet notícias sobre fatos importantes.

QUE TIPO DE ACESSO COSTUMA REALIZAR AO BUSCAR NA INTERNET UMA NOTÍCIA SOBRE UM FATO IMPORTANTE?	Nº	%
acesso os diferentes links que a notícia oferece para buscar mais informações	21	33%
acesso a Internet várias vezes ao dia buscando fatos novos sobre o assunto	11	17%
Leio a notícia em diferentes sites para identificar dados, enfoques e abordagens mais precisos	28	44%
outro tipo de acesso	4	6%

Em uma das últimas perguntas do questionário, havia 3 afirmações sobre as notícias de atualização contínua, às quais foi pedido que os docentes atribuísem um grau de concordância. As opções eram: *concordo plenamente*, *concordo parcialmente*, *discordo parcialmente*, *discordo plenamente*, *não tenho opinião*.

- Acho o formato destas notícias (divulgação imediata das novidades, texto curto, poucas informações) o mais adequado para a Internet.
- Acho que estas notícias são superficiais e incompletas e prefiro buscar informações adicionais em outros meios de comunicação.
- Acho que as notícias de atualização contínua obrigam os jornalistas a apurar os fatos com rapidez, o que pode levar a erros ou falta de informação.

Nos três itens, a opção *concordo parcialmente* foi escolhida por grande parte dos 64 professores que responderam a questão. Estas respostas indicaram que, de forma geral, os docentes admitem, com ressalvas, as características apontadas em cada afirmação. Com relação à primeira, muitos comentaram que o texto curto e com poucas informações nem sempre é o mais adequado. Disseram, por outro lado, que o texto das notícias de atualização contínua não deveria ser longo como os dos veículos impressos nem tão profundo e completo, já que o tipo de notícia, seu propósito e o meio através do qual ela é veiculada não permitem uma “maior elaboração” (palavras de um dos docentes que participaram da pesquisa).

Com relação à segunda, os professores comentaram que a maioria das notícias de atualização contínua era mesmo superficial e incompleta, mas que era possível encontrar textos que, uma vez lidos, dispensavam complementos, aprofundamentos, contextualizações etc.

O último item, como os anteriores, também obteve um grande número de concordância – plena ou parcial – e suscitou ressalvas. Os professores falaram que a necessidade de disponibilizar a notícia em tempo real aumenta a probabilidade de erros e de falta de informações nas notícias. Muitos dos que disseram concordar parcialmente afirmaram que a qualidade das notícias depende da competência e da responsabilidade do jornalista.

COMO AVALIA AS NOTÍCIAS ATUALIZADAS CONTINUAMENTE?	Concordo plenamente	Concordo parcialmente	Discordo parcialmente	Discordo plenamente	Não tenho opinião
a) - formato -	19	35	6	2	2
b) - necessidade de complementação -	15	28	11	6	4

c) - confiabilidade -	22	25	9	4	4
-----------------------	----	----	---	---	---

### Considerações finais

A combinação dos dados levantados na pesquisa sobre o hábito de leitura de notícias *online* de professores da Universidade Federal de Sergipe permitiu constatar alguns aspectos que consideramos relevantes para estudos na área:

a) O fator sócio-cultural é um indicador relevante para constituir um perfil do comportamento de leitores de notícias *online*.

b) A Internet é um suporte midiático de uso freqüente para o grupo de perfil sócio-cultural e profissional como o delimitado nesta pesquisa;

c) A residência continua sendo o local predominante de navegação, embora haja computadores conectados à Internet em locais de trabalho (Universidade e outros);

d) A Internet oferece potencialidades como a multimídia que, mesmo sendo ferramentas cujo domínio de uso é de domínio do grupo pesquisado, não lhes desperta grande interesse, particularmente na leitura de notícias *online*.

e) A leitura de notícias na Internet é uma prática freqüente, já se constituindo uma habitualidade a este grupo social. Entretanto, ela não é exclusiva, pelo contrário. Na maioria das vezes, a leitura ocorre no momento em que os professores realizam outras atividades no computador e usam a Internet para outros fins (e-mail e pesquisa acadêmica, principalmente). Este parece ser um indicador da complexidade das estratégias de leitura neste suporte, que possibilita modos de interação do leitor com o meio (computador e rede telemática) e com diversos produtos (incluindo o jornalístico) em atos praticamente simultâneos e complementares.

f) O jornalismo *online* é o tipo de produto jornalístico mais utilizado quando há o interesse para informar-se sobre um fato grave e urgente. Isto ressalta o uso correto da característica da 'instantaneidade' (Franciscato, 2003) como fato temporal privilegiado desta nova 'mídia'. Além disso, o texto curto e direto comum nas notícias de atualização contínua é considerado adequado para este tipo de interesse imediato do leitor, embora não o satisfaça plenamente, visto que ele: a) concorda que esses textos são superficiais e incompletos; b) busca informações também em outros meios de comunicação; e c) busca também textos densos.

g) A indicação de uma relativa preferência por textos densos, busca por diferentes sites para um mesmo assunto e por diferentes pontos de vista sobre um mesmo assunto revelam o perfil de um leitor qualificado, que demonstra saber explorar potencialidades que a Internet oferece adequadas às suas preferências.

Entendemos, então, que pesquisas sobre o perfil e hábitos de leitura de notícias *online* podem indicar a necessidade de que os produtores de informação jornalística na Internet

procurem soluções para produção e edição de conteúdos que atendam a expectativas diversificadas dos leitores, conforme seus interesses específicos. Isso significa dizer, por exemplo, que modalidades de jornalismo como os de ‘tempo real’ ou os de ‘jornalismo contextualizado’ (Pavlik, 2001) podem coexistir em *sites* jornalísticos para atender a diversidades de preferências e habitualidades.

### **Bibliografia:**

ALTHAUS, Scott; TEWKSBURY, David. Patterns of Internet and traditional news media use in a networked community. **Political Communication** v. 17 n° 1 (January/March), p 21-24, 2000.

ASSOCIAÇÃO Brasileira de Ergonomia (ABERGO). *Online*. Capturado em 22 de jun. 2005. Disponível na Internet: <<http://www.abergo.org.br>>.

BECKER, Maria Lúcia. **Inclusão digital e jornalismo: novos leitores, novas dificuldades e desafios na relação com a notícia e a forma de noticiar**. XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Porto Alegre (RS): Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2004.

CANAVILHAS, João Messias. **Webjornalismo – Considerações gerais sobre jornalismo na web**. 1999. Capturado em 7 de fev. 2005. *Online*. Disponível na Internet: <[www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf)>.

FRANCISCATO, Carlos E. **A Atualidade no Jornalismo - Bases para sua Delimitação Teórica**. Tese de Doutorado defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Salvador (BA), outubro de 2003.

HARTMANN, Maren. **Internet users: individuals, audiences and more**. IAMCR Conference 2004. Porto Alegre (BR): Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil, 2004.

LEMONS, André. **Anjos Interativos e Retribalização do Mundo. Sobre Interatividade e Interfaces Digitais**. 1997. Capturado em 15 de Out. 2004. *Online*. Disponível na Internet: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemons/interativo.pdf>>.

MOHERDAUI, Luciana. **O leitor de sites noticiosos**. II Encontro Nacional da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor. Salvador (BA): Universidade Federal da Bahia, nov. 2004.

NIELSEN, Jakob. **How Users Read on the Web**. 1997. Capturado em 28 de jun. 2004. *Online*. Disponível na Internet: <[www.useit.com/alertbox/9710.html](http://www.useit.com/alertbox/9710.html)>.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate**. 2002. Capturado em 2 de mar. 2005. *Online*. Disponível na Internet: <[www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002\\_palacios\\_informacaomemoria.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf)>.

PATWARDHAN, Padmini. Exposure, Involvement and Satisfaction with *Online* Activities – A Cross-National Comparison of American and Indian Internet Users. **Gazette: The International Journal for Communication Studies**. Vol 66 (5): 411-436. London, Thousand Oaks & New Delhi: Sage Publications, 2004.

PAVLIK, John. **Journalism and new media**. New York: Columbia University Press, 2001.

ROCHA, José Antonio Meira da. **Espaço e Tempo no Jornalismo *Online***.  
Dissertação de Mestrado defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da  
Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos. São Leopoldo (RS), agosto de 2003.

TEWKSBURY, David. What Do Americans Really Want to Know? Tracking the  
Behavior of News Readers on the Internet. **Journal of Communication**, v. 53, nº 4  
(December 2003), p. 694-710, 2003.