



Análise de usabilidade do *webjornal* Imperatriz Notícias

Tháisa BUENO¹

Lucas Santiago REINO²

Universidade Federal do Maranhão – Imperatriz (MA)

RESUMO

A proposta deste artigo é, a partir das observações do modelo de navegação dos internautas do site de notícias Imperatriz Notícias, discutir o formato mais adequado de texto para produções na *web*. O estudo levanta ainda questões sobre padrões de organização de conteúdos: navegabilidade, usabilidade e acessibilidade. O estudo analisa 26 dias de navegação e tem como base de dados o programa de monitoramento KlikTale.

PALAVRAS-CHAVE: Imperatriz Notícias; Texto para *Web*; Usabilidade; Cibercultura; *Webjornalismo*.

Desde que o jornalismo estreou na rede mundial na metade da década de 1990 muito se tem discutido sobre como gerenciar a atenção do internauta e mantê-lo atento à notícia proposta frente a tantas possibilidades de navegação. A evolução da imprensa sempre esteve atrelada ao surgimento de novas tecnologias e com isso ficou fácil afirmar que a cada nova ferramenta adotada, estas também traziam novas formas de lidar com elas. Ler o jornal impresso não é mais a única forma de ler notícias. Agora, o jornal pode ser lido no monitor do computador e até mesmo pelo celular. Mas, as inovações são mais rápidas que a adaptação de todos os usuários a elas. Uma tecnologia mais veloz nem sempre é a que funciona melhor para o usuário, já que a interação entre máquina e ser humano requer um conhecimento mínimo prévio, sendo que este mínimo pode ser muito maior, dependendo do sistema e do usuário que lidará com ele.

Longe que chegar a uma conclusão unânime, a proposta deste artigo é, a partir das observações do site Imperatriz Notícias – do percurso de leitura dos internautas que navegaram na página entre os dias 11 março e 6 de abril de 2011 –, conhecer um pouco do modelo de navegação deste jornal informativo e propor uma discussão sobre qual

¹ Mestrado em em Linguística e Semiótica pela UFMS. E-mail: thaisabu@gmail.com

² Mestrado Ciência da Imformão da UnB. E-mail: lucas@ufma.br



seria o formato mais adequado de texto e a mais apropriada organização de conteúdo para produções na *web* que sigam este mesmo padrão.

A proposta não é pôr um ponto final na discussão sobre o modelo de redação na *web*, menos ainda encontrar a “verdade” sobre critérios de usabilidade, mas conhecer a forma como o internauta deste site faz uso da ferramenta, conhecer suas escolhas e a partir delas pensar uma estratégia que possa dialogar melhor com suas expectativas.

A velha conhecida pirâmide

Embora as regras do bom jornalismo continuem valendo para qualquer meio, a discussão sobre como escrever para a *web* foram além da tríade: apuração precisa, boas redação e edição. A questão era saber como desenvolver uma linguagem específica para o meio digital. Fórmulas não faltaram e manuais para orientar como escrever para a *web* apontavam para a exploração a linguagem multimídia, para o uso de recursos de interação e uma produção fluída, adequada as possibilidades criativas que o suporte trouxe. Mesmo com toda a apologia em torno das faculdades criativas que o meio levantou, o fato é que ainda hoje muito da produção encontrada nos jornais digitais está longe de apresentar um modelo inovador.

Como bem pontua Franco (2006), nos primeiros dez anos a *Word Wide Web* era um mero canal de distribuição, no entanto, até a publicação do seu livro “Como Escrever para a *Web*”, quase 20 anos depois da estréia do jornalismo nacional na rede, por exemplo, e também nos dias atuais, o diagnóstico continuava em vigor: repetição dos velhos modelos e poucas inovações.

Para que a *Web* alcance esse status completo, os desenvolvedores de conteúdo e os usuários devem tirar vantagem de seus atributos, ambiente e funcionalidades. A *Web* deve passar por um processo de maturação – o mesmo pelo qual todos os novos meios passaram. (FRANCO, 2006, p. 21)

Entre os temas mais debatidos quando se pensou uma estrutura textual específica está o uso da composição no modelo da pirâmide invertida – histórias contadas não pela ordem cronológica, mas de importância. As discussões são acirradas e inclusive caminham em direções opostas. Canavilhas (2001) e Salaverria (1999), por exemplo, anunciaram o fim do modelo baseado na pirâmide invertida, por a considerarem limitadora e inadequada as possibilidades que o texto neste suporte permite. “No *webjornalismo* não faz qualquer sentido utilizar uma pirâmide, mas sim um conjunto de pequenos textos hiperligados entre si” (CANAVILHAS, 2001, p.03). Já autores como



Nielsen (2006), Rosental e Álvarez (2003) insistem na importância da estrutura do lead tradicional, inclusive defendendo que é na *web* que a pirâmide encontrou seu espaço mais genuíno. “Ir directo ao ponto, numa redacção de estilo conciso, só ajuda a comunicação num meio nervoso e interactivo como a *web*, especialmente ao se tratar de *hard news*” (ROSENTAL, entrevista a Carlos Castilho, do Observatório da Imprensa, 2005).

Vale lembrar que muito antes de se pensar no jornalismo digital o modelo da pirâmide invertida, criado nos Estados Unidos, fazia escola em muitos os países, entre eles o Brasil, sendo uma forma de estruturação principalmente para as notícias factuais nos mais diferentes suportes _ TV, Rádio e Impresso. Com pontua Zamith (2006:03) “Não há um único manual de jornalismo que não faça referência a esta técnica redactorial”. Eficaz, mas pouco criativa, nas primeiras fases do jornalismo online (transposições do conteúdo do impresso), a pirâmide foi reproduzida.

Com o advento do modelo hipertextual e das possibilidades de textualização em novos formatos – linguagem multimídia, possibilidade de leitura não linear, produção de um texto interligado – muitos estudiosos acreditam ser, portanto, inconcebível este padrão estrutural hierarquizado no ciberespaço. Canavilhas (2001), por exemplo, chega a propor um modelo alternativo, que denominou “pirâmide deitada”, em que os níveis de informação não estariam organizados em função da importância informativa, mas trariam pistas de leitura para que o leitor pudesse hierarquizar da forma que quisesse. Álvarez Marcos (2003) sugere a “pirâmide convergente”, em que o modelo tradicional seria complementado com imagem e som, ainda que a estrutura estivesse mantida no modelo clássico.

A tecnologia no relacionamento com os usuários

Além das discussões sobre a pirâmide e os modelos textuais, conhecer o percurso de leitura e as escolhas de quem navega numa página significa saber mais sobre o modo como este internauta se relaciona com o conteúdo disponível a ele. Significa promover um diálogo entre o usuário e o sistema. Inclusive essa separação _ usuário e sistema _ é bem explicada por Cybis (2005, p.45):

No início, os usuários de programas de *software* eram os seus próprios desenvolvedores. Mais tarde estes programas passaram a ser destinados a um pequeno público de usuários externos, que recebiam treinamento pesado. Até aí, tudo ia relativamente bem com as interfaces humano-computador, mas quando os programas de computadores passaram a ser destinados a um público mais amplo e menos treinado, e os sistemas passaram a ser propostos como produtos, destinados ao mercado consumidor, a coisa começou a não dar certo.



Hoje, a barreira que a informática representa diminuiu muito. Sistemas com interfaces visuais intuitivas e desenvolvidas pensando no usuário melhoraram a transação com as tecnologias. Os sites na Internet passaram também por essas fases, sendo criados primeiramente para os próprios desenvolvedores, um grupo fechado; em seguida, o público foi aumentando e agora é grande e diversificado. Pereira resumiu esse problema, citando o caso do webjornalismo:

Outro problema que considero grave é a falta de sintonia entre desenvolvedores de sites e usuários. Muitos projetos, inclusive jornalísticos, são desenvolvidos para supermáquinas, sem levar em conta que a maioria dos usuários está conectada via linha discada e não tem programas para fazer o *download* das páginas. Ou seja, muitas vezes, temos a tecnologia de ponta para criar uma nova página, mas os leitores/usuários não poderão ver esse material pronto em suas telas. (PEREIRA, 2004, p. 63)

O uso das máquinas pelos homens é o cerne do *constructo* usabilidade. Sua definição, segundo a ISO 9241, é: “medida de eficácia, eficiência e satisfação com a qual os usuários podem atingir objetivos específicos em um ambiente particular”. Portanto, a usabilidade precisa sempre de uma avaliação do usuário.

A intuitividade, a facilidade e a eficiência de uso em um dispositivo informatizado contribuem para sua usabilidade, e a Ergonomia têm muito em comum com isso tudo. Afinal, esta disciplina visa a adaptação do trabalho ao homem, por meio de sistemas e dispositivos que estejam adaptados a maneira como o usuário pensa e trabalha. Para a construção de interfaces amigáveis ou ergonômicas, o engenheiro de usabilidade deve, entre outras coisas, conhecer muito bem o usuário e o seu trabalho (CYBIS, 2005, p.48)

Sistemas com boa usabilidade visam, especificamente, impactar a tarefa no sentido da eficiência, eficácia, produtividade da interação. “O usuário irá atingir plenamente seus objetivos com menos esforço e mais satisfação” (KLEIN; MOON; PICARD, 2005, p.32). Este impacto pode ter forte apelo econômico, já que a usabilidade será argumento de vendas, “passará uma imagem de qualidade, evitará prejuízos para os clientes, ligados ao trabalho adicional e ao retrabalho de correções freqüentes, por exemplo” (MORKES e NIELSEN, 1993, p. 87). Economias de custo, devido a melhoras de usabilidade, não são sempre tão visíveis para os desenvolvedores, assim como os pequenos benefícios espalhados entre muitos usuários.



Nielsen (1993) acompanhou 31 projetos que envolviam atividades de engenharia de usabilidade, para descobrir quanto do orçamento total de um projeto foi gasto com ela. Os participantes foram também solicitados a estimar um orçamento ideal para esta rubrica. Os resultados mostraram que a usabilidade custa cerca de 6% de seus orçamentos, e que o orçamento ideal com ela deveria ser de 10%. Inclusive, para entender melhor o termo e sua relação com o Jornalismo, vale lembrar a divisão de critérios básicos proposta por Nielsen (1993). Segundo ele, são marcas da usabilidade: Intuitividade, Eficiência, Memorização, Erro e Satisfação.

A primeira marca, a Intuitividade, diz respeito ao fato de que o sistema deve apresentar facilidade de uso, permitindo que mesmo um usuário sem experiência seja capaz de produzir algum trabalho satisfatoriamente. Já a Eficiência aponta que o sistema deve ser eficiente em seu desempenho, apresentando um alto nível de produtividade. A Memorização é a marca que permite que usuários ocasionais consigam utilizá-lo mesmo depois de um longo intervalo de tempo. O Erro diz respeito à redução ao máximo possível dos equívocos que o sistema pode vir a apresentar. Por fim, a Satisfação orienta para a relação afetiva com o internauta, ou seja, o sistema deve agradar ao usuário, sejam eles iniciantes ou avançados, permitindo uma interação agradável.

O autor ensina ainda que a forma mais comum de se avaliar a usabilidade de um *software* é observando a sua interação com o usuário, podendo essa observação ser feita em laboratório, com uma quantidade representativa de usuários para o qual o sistema foi desenvolvido, ou no próprio ambiente de trabalho onde o sistema será implantado. O mais importante nesse processo avaliativo é que, sempre que possível, deve-se utilizar o usuário certo para as tarefas certas, a fim de se obter o máximo de desempenho avaliativo.

O webjornal Imperatriz Notícias

Imperatriz é a segunda maior cidade do estado do Maranhão. De acordo com o Censo do IBGE³ sua população atual é de 247.553 habitantes. A história da imprensa ali iniciou-se em 1932, com o surgimento do jornal O Alicate. Em 2012 a cidade completa 80 anos de Jornalismo. De acordo com MORAIS (2010), no ano passado a cidade mantinha sete emissoras de televisão, oito de rádio e dois jornais impressos em circulação. Apesar de ter uma mídia significativa para as proporções da cidade, Imperatriz não possui *sites* de notícia de cunho comercial. O único veículo nesses

³ Site do IBGE (www.ibge.br) acesso em 05 de dezembro de 2010



moldes disponível no ciberespaço é o jornal Imperatriz Notícias⁴, uma produção dos acadêmicos de Jornalismo da UFMA, como Projeto de Extensão da universidade, inaugurado no ano passado.

O projeto, coordenado pelos professores Marco Antônio Gehlen e Lucas Santiago Arraes Reino, é um espaço em que os acadêmicos de Jornalismo da UFMA de Imperatriz (MA) simulam uma cobertura comercial de assuntos de interesse da sociedade. O endereço do site inclusive foi criado utilizando a denominação padrão de comércio, com **.com.br**, para evitar confusões para a maioria das pessoas que já se acostumou a digitar os endereços usando comerciais e manter o perfil de jornal acadêmico de projeto de extensão, que atende a sociedade.

A página inicial do site apresenta um modelo com uma manchete principal de grande destaque, com uma caixa que cerca o título e a chamada da reportagem, além de uma fotografia, a maior da página. Numa faixa de texto acima da manchete o internauta encontra *links* que funcionam como um guia da página e indicam que é possível escolher entre: Notícias, Fotos, Rádio Notícias, Artigos e Resenhas entre outros. A busca de notícias fica logo abaixo da manchete, um lugar estratégico entre o texto principal da página e os outros três destaques com foto.

Essa é a imagem que o internauta tem do site sem usar a barra de rolagem: um resumo do que o jornalista entende como prioritário para ele. Na segunda parte da página, depois de usar a barra de rolagem, o internauta tem acesso a uma listagem de notícias postadas, que vem acompanhada da data e hora de inserção, o que caracteriza preocupação com a atualidade e sensação de agilidade do veículo. Neste *link* são visíveis ao leitor 30 títulos de postagem. Em geral, pelo ritmo da redação não ser intenso como um site comercial padrão, já que a proposta é educacional, nesta listagem é possível acompanhar postagem dos últimos três dias. Ao lado esquerdo, ainda nesta página, vemos uma enquete, um *link* para galeria de fotos e um destaque para as notícias mais lidas que são selecionadas automaticamente pelo número de cliques apenas entre as matérias publicadas nos últimos 15 dias. Na terceira descida com a barra, o site traz *link* com outra galeria de fotos, organizadas por temas e a possibilidade de cadastro.

Imperatriz notícias: capa

⁴ www.imperatriznoticias.com.br





Atualmente o site possui uma média de 35 mil visitas por mês e cerca de 45 mil visualizações de páginas no mesmo período, são 1,39 páginas por visita em média. O tempo que cada internauta gasta navegando pelo site em minutos é 1.01, segundo dados do Google Analytics, instalado no veículo desde 18 de abril de 2010.

Software livre

O sistema utilizado para gerenciar o conteúdo produzido pelos acadêmicos é o Joomla!, software livre e um dos mais usados em todo o mundo para sites com grande fluxo de informação. Além de ser gratuito e possuir uma forte comunidade de apoio ao desenvolvimento e manutenção dele, o Joomla! funciona com bancos de dados MySQL e com a linguagem de programação PHP, ambos populares.

O Joomla! Também tem como característica o funcionamento em módulos, ou seja, ele separa o conteúdo em caixas pré-determinadas no layout, permitindo uma fácil alteração de onde cada conteúdo deve ser veiculado, sem depender de conhecimentos em linguagem de programação. Cada espaço onde as caixas ficaram disponíveis é definido pelo *layout do template*, que é o modelo do site onde os textos serão gerados. Para o Imperatriz Notícias foi escolhido um modelo que permitisse a criação de uma



capa com destaque de notícias com imagem na parte alta e que fosse complementada com uma listagem de notícias.

O recorte

Para entender como o leitor interage com o conteúdo postado no Imperatriz Notícias e a partir dele ter subsídios para pensar uma estratégia mais eficiente para dialogar com este internauta, este estudo analisou 26 dias de navegação. A base de dados fez uso de um programa de monitoramento de navegação ClikTale. Esta ferramenta analítica oferece recursos de análise quantitativa gratuita e com custo. Para este estudo foram usados os gráficos e dados disponíveis no modelo gratuito. Entre as análises disponíveis e usadas neste estudo estão os trajetos realizados pelo mouse do usuário durante a visita, o percurso de leitura do internauta, os pontos de atenção na leitura, gráficos de rolagem e cliques, o tempo de navegação, além de informações sobre o perfil deste usuário: sistema operacional, resolução de tela, recursos de software, capacidade de leitura de páginas que usam animações vetoriais do tipo Flash, velocidade de conexão, sistema operacional entre outras informações técnicas a respeito do terminal de acesso utilizado para visita ao site.

Com esses dados é possível conhecer mais profundamente como o usuário organiza sua navegação e a partir disso pensar melhorias tanto na usabilidade quanto na seleção das postagens. Durante esses 26 dias o programa monitorou 400 *pageviews*, e um total de 278 visitas. A primeira etapa analisada voltou-se à capa do site. De acordo com os dados coletados, 27% dos internautas que entraram no site digitando o endereço, ou seja, que entraram pela capa da *homepage* passaram o mouse sobre a Manchete e clicaram nesta matéria, ou seja, 1/3 deles abriram a matéria principal. Esse dado chama atenção para um fato importante: embora na Internet fale-se muito na independência do navegante e na capacidade que ele tem de fazer as próprias escolhas, inclusive num modelo menos hierarquizado, ao mostrar que quem entra pela página principal sente-se automaticamente instigado a abrir a matéria da manchete, confirma que o jornalista do Imperatriz Notícias ainda tem conseguido dialogar com eficiência com seu leitor no sentido de saber o que é prioritário, ou pelo menos, o que de fato lhe chama a atenção.

Ao aceitar em sua maioria a escolha do jornalista como a mais importante e portanto merecedora de atenção o leitor comprova a teoria de Keen (2009), de que por mais que existam produções amadoras que simulem o Jornalismo na sua essência, o



modelo tradicional, focado numa imprensa responsável, permite que os jornais profissionais detenham as condições necessárias para entender o que o público quer saber. E mais, que o leitor quer essa orientação. “Quanto mais conteúdo autocriado é despejado na internet, mais difícil se tornar distinguir o bom do ruim”, (33).

Depois da abertura da manchete, quem navegava na sequência de matérias em escalada passava o mouse em até 18 postagem, sendo que pelo menos 50% que tiveram essa iniciativa navegaram nas três últimas postagens e 100% deles abriram as matérias que puseram o mouse. Em geral o internauta demorou 11 segundos para decidir se abria matéria ou não. A primeira leitura do internauta ainda foi a Manchete, em seguida os destaques com fotografia, em geral a leitura da esquerda para a direita - modelo impresso - e em seguida volta-se para o menu. Só em última escolha o leitor vai para as matérias em escalada, ou seja, ainda que muito usada por sites de notícia, a idéia da listagem tende a diminuir substancialmente, já que tem pouco poder de persuasão.

Vale ressaltar neste recorte, ainda, que o mapa de atenção do site comprova o conceito de cima para baixo. Só para fazer uma comparação, no título principal a atenção foi de 100% dos internautas, somando mais de 16 minutos no total de navegações; já no rodapé, não somou 15 segundos de atenção e só 4 visitantes chegaram até ele, ou seja, menos de 20% dos internautas que navegaram no site. Quanto mais em baixo estava a informação, menos atenção ela recebeu. E mais que isso, tudo o que estava abaixo da barra de rolagem teve menos de 8 segundos de atenção do internauta.

Este modelo de leitura, bem como a própria orientação da atenção do leitor na página, comprova que o próprio internauta ainda mantém um modelo de navegação que segue a disposição do modelo impresso, com leitura de cima para baixo, da esquerda para a direita, com atenção voltada para o conteúdo esteticamente mais bem elaborado. Mídia relativamente nova, com pouco mais de dez anos, o jornalismo na *Internet* ainda não explorou todas as possibilidades de textualização que o suporte deste texto sincrético – que agrega diferentes linguagens – permite⁵. Assim, a referência primeira do jornalismo online continua alicerçada nas orientações do jornalismo impresso, ainda que o novo domínio permita outras investidas, além do texto escrito, fotografia e

⁵ Um *site* que usa muitos recursos multimídia pressupõe um enunciatário que dispõe de uma conexão em banda larga, ou seja, com condições de navegação rápida, ainda que a página esteja “pesada”. Como em geral os *sites* jornalísticos tentam atingir o maior número de internautas, já que tratam de assuntos variados, uma página assim poderia afastar um enunciatário que, embora guiado pela agilidade, fizesse uso de uma *Internet* de conexão com modem ultrapassado. Um *site* “pesado”, que demora mais tempo para carregar sua página, seria sancionado como lento. Isso explica, em partes, porque não é possível usar em demasia opções mais arrojadas de *design* gráfico.



gráfico, como por exemplo, vídeo, áudio, ilustrações animadas, *links* de acesso a outras matérias que tenham informações complementares ou indiquem caminhos fora do espaço virtual a que o conteúdo é apresentado.

Essa migração de linguagem é muito comum quando do aparecimento de uma mídia. Aconteceu, por exemplo, com a TV, que antes de definir um estilo específico adotou a linguagem do veículo que lhe parecia mais próximo, no caso, o Rádio. Em análise do Portal Uol, Hernandes (2005) adaptou leis de diagramação do jornalismo impresso que poderiam ser usadas no estudo do jornal na *web*. Ele propôs algumas leis que seriam partilhadas entre os dois. Assim, conforme o estudo de Hernandes (2005), as leis partilhadas no portal Uol, e que se repetem também no *site* Imperatriz Notícias, seriam as seguintes:

- **Primeira lei:** o valor de uma unidade noticiosa⁶ é proporcional ao espaço a ela concedido: Maior volume ocupado x menor volume ocupado. A manchete do Imperatriz Notícia ocupa quase 30% do total da página antes de usar a barra de rolagem e tem também a maior chamada.
- **Segunda lei:** tudo o que estiver na parte de cima tem mais valor do que na parte de baixo. Parte de cima x parte de baixo. A análise dos gráficos de atenção provou que o internauta mantém-se atento aquilo que está em fácil acesso.
- **Terceira lei:** a máxima valorização espacial acontece na capa ou na primeira página. Exterior x interior. Aquilo que aparece na capa é o que despende mais tempo do internauta. Ele ficou mais tempo scaneando o que realmente interessava.
- **Quarta lei:** o início de uma unidade noticiosa é o espaço mais valorizado. Essa lei obriga a colocação das principais informações e dos elementos de mais impacto sempre no começo. Inicial x final. A categoria reafirma a atenção ao que está no topo, no lide.

Em análise do site Imperatriz Notícias podemos acrescentar outras categorias: Imagética x verbal, já que a maior atenção foi dada, na hora da escolha, por postagens com imagens e destaques; Maior tempo para substituição x menor tempo para substituição, isso porque os destaques não vem na capa acompanhadas do horário de inserção e isso faz com que tenham um tempo de atualização estendido, enquanto

⁶ O autor usa o termo **unidade noticiosa** para se referir a “elementos de significação de qualquer jornal analisado” (HERNANDES, 2005:36). Nisso se incluem desde as chamadas notícias informativas a recursos opinativos do jornal, como charges, crônicas, editoriais e outros.



matérias na listagem, acompanhadas do horário de inserção, dão a impressão de estarem velhas assim que outra é postada acima dela.

Outro aspecto analisado foi a ordem de leitura. Conforme ficou demarcado na análise, o olhar do leitor ainda é fisgado por recursos de diagramação, o que confirma que a Internet precisa melhorar seus recursos. O que se vê hoje é que os sites ainda têm usado poucas novidades que o modelo hipertextual permite.

Mais detalhes

Outro dado importante, este mais para orientação da montagem que da produção jornalística diz respeito à resolução da tela. A grande maioria dos internautas opta pelo formato padrão, 40,5% deles usa a tela no formato 1.024x 768, ou seja, com uma visão funcional da barra de rolagem. Só 3% usam uma resolução onde o site gera barra de rolagem no navegador, 800X 600, em geral utilizada para monitores de 14” de tubo. 98,7% dos navegantes usam o sistema operacional Windows, 11% navegam pelo Linux e apenas 0,25% usam o Macintosh.

Com relação à escolha dos navegadores, 40,25% adotam o FireFox; e mais de 55% usam a Internet Explorer, sendo que 46,7% a versão 8; 8,25% a versão 7 e somente 4,7% a versão 6. Esse dado é importante porque este último modelo não reconhece alguns diversos recursos utilizados pelos sites atuais, o que poderia ser um problema se o número fosse muito maior. Para compreender sobre o atraso da versão 6 do Internet Explorer basta explicar que ele não compreende a transparência em imagens no formato Portable Network Graphics (PNG), um dos mais comuns na criação de *layouts* para sites.

Com relação ao público, 96,5% são brasileiros, mas ainda houve registros de portugueses, ingleses, austríacos e espanhóis. O importante é notar que esses estrangeiros entraram no site por sistema de busca do Google, o que mostra que o leitor está cada vez mais interessado em assuntos segmentados, específicos. Um suíço entrou na busca pela palavra “autismo” e escaneou a leitura voltando e dedicando mais tempo aos intertítulos “Diagnóstico” e “Tratamento”; já o internauta da Áustria procurou artesanato e buscava imagens da arte local. Esses dados são importantes numa outra análise para entender as preferências temáticas dos leitores.

De uma maneira geral não foram só os estrangeiros e os navegadores de capa que foram ligeiros na leitura. Em geral a leitura do site foi marcada pela scaneamento,



mostrando que o leitor quer sim ir direto ao assunto, precisa de uma edição muito informativa – títulos muito criativos em formato de revista só serviriam para um modelo com outros recursos gráficos – porque não vai perder tempo com leitura que não são segmentadas e atinjam rapidamente seu objetivo. Em geral o tempo de leitura da matéria não ultrapassou os 35 segundos. Ou seja, ainda precisam saber de tudo muito rapidamente, e por isso vão encontrar essa resposta com satisfação no uso do *lead*, que inicia já no primeiro parágrafo com o ápice da história e com isso se mostra ligeiro no esclarecimento dos fatos. Uma postura coerente com a leitura atual, particularmente como leitor de *Internet*, definido por Hernandez (2005) como “um sujeito nervoso”, que vai sancionar como incompetente o jornal que não lhe ofertar essa informação nesses moldes ou dificulte o acesso a ela de alguma forma.

Entre os critérios de usabilidade definidos por Nielsen, o Imperatriz Notícias se relaciona da seguinte forma: na questão da Intuitividade e Eficiência o site apresentou facilidade de uso, já que ofertou diretamente o conteúdo desejado e facilidade no acesso a ele. Nas questões da Memorização e Erro os resultados são um pouco diferentes, a curva de aprendizado para uso do site permanece curta, sendo sua memorização facilitada, inclusive por repetir modelos já consolidados de navegação. Porém, no quesito Erro ainda há uma necessidade de melhorias, segundo o relatório de acessos é grande a taxa de saída do site, 82,3%, número muito grande para um site com tanto conteúdo.

A questão da taxa de retorno também influencia na satisfação do uso, mas é preciso reconhecer que em alguns casos a oferta do conteúdo foi a esperada, então a dúvida ou a informação buscada foi entregue. Outro ponto que reforça esse raciocínio é a crescente chegada de novos leitores, representando um melhor ranqueamento nas buscas do Google.

Apontamentos

A partir dos dados levantados neste estudo é possível propor algumas possibilidades que permitiriam um melhor diálogo entre usuários e jornalistas:

- Colocação em funcionamento do *lead* e da pirâmide invertida: a maioria das leituras foi marcada pela seleção no *lead* da matéria ou mesmo na chamada;



- Mais exploração de recursos multimídia e imagens na capa: recursos de imagem foram a segunda prioridade dos internautas na seleção do que ia ser lido, ficando atrás apenas da manchete;
- Maior segmentação dos assuntos: o leitor na internet tem um perfil bem específico: ele chega em sua maior parte (84,8%, segundo relatório de acessos) através de sites de pesquisa, principalmente o Google, buscando diretamente pelo assunto de seu interesse e entrando no site através do assunto e não de sua capa;
- Um *layout* com pouco espaço para a listagem de matérias: A listagem de matérias pode ter sido um importante recurso nos primórdios do Jornalismo na Internet, quando os sistemas de busca não conseguiam indexar os resultados em tempo real e o uso de imagens deixava o site pesado. Hoje a listagem recebe pouca atenção do leitor e deve ser reduzida e utilizada como continuação de conteúdo, como matérias relacionadas ou uma pequena listagem de capa;
- Escolha de títulos mais impactantes e atemporais, que podem permanecer como novidade por mais tempo na página: na internet o que é antigo perde o interesse, parece desatualizado. Matérias de destaque estendem a sensação de atualizadas por mais tempo;
- Fragmentação do conteúdo publicado, que fornece a informação de forma curta e bem direcionada: os leitores tendem a buscar o esforço mínimo, se conseguirem uma leitura sem usar a barra de rolagem as chances de permanecer são maiores. Links podem organizar o conteúdo para outros detalhes da matéria.



Referências

ÁLVAREZ MARCOS, J. **El periodismo ante la tecnología hipertextual**. In NOCI, J. D.; SALAVERRÍA, R., coord. – Manual de redacción ciberperiodística. Barcelona: Ariel Comunicación, 2003. p. 231-259.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: considerações gerais sobre o jornalismo na web**. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>. Acessado em abril de 2011.

_____. **Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. 2006. Acessado em abril 2011.

CASTILHO, Carlos. **Uma linguagem em construção**. In Observatório da Imprensa. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=311ENO002>. 2005. Acessado em abril de 2011.

CYBIS, Walter de Abreu. **Engenharia de Usabilidade: uma abordagem ergonômica**. Disponível em: http://www.labiutil.inf.ufsc.br/hiperdocumento/unidade1_2.html> Acessado em 22 de agosto de 2005.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. Editora Contexto: São Paulo, 2003.

GALARÇA, Sandro Lauri da Silva. **Jornalismo on-line na sociedade da informação: como os internautas de Santa Catarina avaliam a qualidade do Terra Notícias e do Diário Catarinense**. 240 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de, Universidade Federal Do Rio Grande Do Sul, Santa Catarina, 2004.

HERNANDES, Newton. **Semiótica dos jornais – análise do Jornal Nacional, Folha de São Paulo, Jornal da CBNM, Portal UOL, revista Veja**. Tese apresentada no Programa de Pós-Graduação em Linguística da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, para obtenção do título de Doutor, 2005.

KLEIN, Jonathan; MOON, Youngme; PICARD, Rosalind Wright. **This computer responds to user frustration: theory, design and results**. Disponível em: <http://www.labiutil.inf.ufsc.br/hiperdocumento/User%20frustration.pdf>> Acessado em: 22 de agosto de 2005.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Ática, 1987.



_____. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** Rio de Janeiro: Record, 2003.

MORAIS, Willian Castro. **O perfil do jornalista de Imperatriz nas emissoras de Televisão, Rádio e Jornal Impresso.** Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo, da Universidade Federal do Maranhão. Imperatriz, dezembro, 2010.

MORKES, John. NIELSEN, Jakob. **Concise, scannable, and objective: How to write for the web, 1993.** Disponível em: <http://www.useit.com/papers/webwriting/writing.html>>. Acessado em 26 agosto de 2005.

NIELSEN, Jakob. **Engenharia de Usabilidade.** Disponível em: <[http://www.labiutil.inf.ufsc.br/hiperdocumento/Engenharia de Usabilidade_Nielsen.doc](http://www.labiutil.inf.ufsc.br/hiperdocumento/Engenharia_de_Usabilidade_Nielsen.doc)>. Acessado em 24 setembro de 2005.

_____; MORKES, John. **Concise, scannable, and objective: How to Write for the Web.** Disponível em: <<http://www.useit.com/papers/webwriting/writing.html>>. Acessado em 12 agosto de 2005.

_____. **A pirâmide Invertida no ciberespaço.** 2006. Disponível em <http://www.useit.com/alertbox/9606.html>. Acessado em abril de 2011.

PEREIRA, Luis Fernando da Rocha. **O adiantado do minuto: A Internet e os novos rumos do jornalismo.** 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-luisnovos-rumos-do-jornalismo.pdf>>. Acessado em 26 de agosto de 2005.

PINHO, J.B. **Jornalismo na Internet - planejamento e produção da informação on line.** São Paulo: Summus, 2003.

SALAVERRIA, Ramón. **De la pirâmide invertida al hipertexto.** 1999. Disponível em <http://www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/investig/piram.htm> . Acessado em março abril de 2011.

ROSENTAL, Calmon Aves. **Uma linguagem em construção. 2005.** Entrevista a Carlos Castilho, do Observatório da Imprensa. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=311ENO002>. Acessado em abril de 2011.

ZAMITH, Fernando. **Pirâmide invertida na cibernotícia: a resistência d. e uma técnica Centenária.** 22006. Revista Prisma. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/zamith-fernando-piramide-invertida-cibernoticia.pdf>. Acessado em abril de 2011.