

## Mudanças na adaptação dos media à Internet

### *The new immersive formats and its application to journalism*

**Fernando Zamith**  
Universidade do Porto  
zamith@gmail.com

#### **Resumo**

Este artigo apresenta uma nova versão, melhorada e actualizada, da grelha de medição do aproveitamento das potencialidades da Internet pelos sites noticiosos (cibermeios) construída e aplicada pelo autor pela primeira vez em 2006. A nova grelha foi testada em Novembro de 2009 ao universo português e aplicada pela primeira vez a uma amostra de 10 cibermeios internacionais em Agosto e Setembro de 2010. Os resultados obtidos revelam algumas surpresas, nomeadamente um ainda relativamente moderado aproveitamento das potencialidades da Internet, principalmente pelos títulos que nasceram no novo meio.

**Palavras-chave:** Ciberjornalismo, Media, Internet, Potencialidades

#### **Abstract**

*This article presents a new version, updated and improved, of the measurement's grid of the potentialities offered by the Internet exploited by the news websites constructed and applied by the author for the first time in 2006. The new grid was tested in November 2009 on the Portuguese universe and first applied to a sample of 10 international news websites in August and September 2010. The results reveal some surprises, including a still relatively moderate use of the Internet's potential, especially by titles that were born in the new medium.*

**Keywords:** *Online Journalism, Media, Internet, Potentialities*

## 0. Introdução

A viver a sua segunda década de existência, seria de esperar que o jornalismo na Internet já tivesse atingido uma fase de consolidação, nomeadamente na adaptação às características e potencialidades do novo meio, na construção e utilização de linguagens adequadas a essas características e no desenvolvimento de um modelo de negócio sustentável. Contudo, quase diariamente recebemos sinais de que este caminho tem sido mais tortuoso do que muitos pensavam. Não há ainda certezas quanto à viabilidade económica do ciberjornalismo, a utilização de linguagens jornalísticas propostas para a Internet está ainda longe de estar generalizada e persistem dúvidas sobre o nível de adaptação do jornalismo tradicional ao novo meio. Importa, pois, verificar em que medida o jornalismo que se faz/publica na Internet está ou não a respeitar as características do novo meio e a tirar proveito das suas potencialidades.

## 1. Metodologia para medição do aproveitamento das potencialidades da Internet pelos cibermeios

A metodologia proposta e utilizada neste estudo tem por base a grelha de análise criada em 2006 (Zamith, 2008: 41-59) e submetida em 2009 a uma actualização de alguns dos seus itens, tendo em atenção a evolução tecnológica e as contribuições entretanto recebidas.

A grelha tem uma pontuação mínima de 0 pontos e máxima de 100 pontos (Quadro 1), pelo que a sua aplicação permite concluir, sem operações posteriores, que percentagem de aproveitamento das potencialidades da Internet cada cibermeio tem. Se a pontuação obtida por determinado cibermeio for, por exemplo, 42, significa que esse cibermeio tem 42% de aproveitamento das potencialidades da Internet.

A grelha está dividida em oito áreas, correspondentes a sete características da Internet de reconhecidas potencialidades para o ciberjornalismo (interactividade, hipertextualidade, multimedialidade, instantaneidade, ubiquidade, memória e personalização), a que foi acrescentada uma oitava (criatividade), destinada a valorizar aproveitamentos não previstos de potencialidades da Internet.

POTENCIALIDADE	PONTUAÇÃO/PERCENTAGEM
Interactividade	22
Hipertextualidade	20
Multimedialidade	12
Instantaneidade	12
Ubiquidade	5
Memória	12
Personalização	14
Criatividade	3
TOTAL (Máximo)	100

**Quadro 1**

*Grelha de Análise do aproveitamento das potencialidades da Internet - Peso por Potencialidade*

Fonte: Elaboração própria

A par da análise global, é possível analisar cada potencialidade em separado, juntando os itens da respectiva área/potencialidade aos itens distribuídos por outras áreas, mas que correspondem também a aproveitamentos dessa área. Por exemplo, a publicação instantânea de comentários aos artigos é um item pertencente à área da interactividade, mas constitui também um aproveitamento da área da instantaneidade, pelo que deve ser considerado na análise específica desta potencialidade.

A distribuição pontual máxima, juntando os itens referentes à observação transversal (Quadro 2), teve em conta a relevância que cada potencialidade assume para o ciberjornalismo. Assim, às três principais potencialidades –interactividade, hipertextualidade e multimedialidade– foi atribuída a mesma pontuação máxima (24 pontos). A instantaneidade tem um máximo de 21 pontos, a memória 20, a personalização 17 e a ubiquidade 7.

O ponto de partida para a construção da grelha foi uma outra grelha de análise criada e aplicada por Tanjev Schultz no seu estudo “Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers” (Schultz, 1999: 9). Esta grelha, que tem sido usada em variadíssimos outros estudos (Palacios *et al.*, 2002), apenas se aplica a uma das potencialidades da Internet, a interactividade, e está bastante desfasada das possibilidades interactivas actuais, pelo que foram acrescentados itens relativos a aproveitamentos não previstos por Schultz (possibilidade de comentar notícias, por exemplo) e identificados itens relativos às restantes potencialidades.

POTENCIALIDADE	PONTUAÇÃO MÁXIMA		
	Grelha	Transversal	Total
Interactividade	22	2	24
Hipertextualidade	20	4	24
Multimedialidade	12	12	24
Instantaneidade	12	9	21
Ubiquidade	5	2	7
Memória	12	8	20
Personalização	14	3	17
Criatividade	3	-	3
TOTAL (Máximo)	100	40	140

**Quadro 2**

*Observação transversal – itens com múltiplos aproveitamentos*

Fonte: Elaboração própria

A grelha (Quadro 4) foi construída apenas para a observação de sinais de aproveitamento das potencialidades da Internet nos espaços jornalísticos/noticiosos de um cibermeio, pelo que não deve ser aplicada nos restantes espaços, nomeadamente de publicidade, auto-promoção e entretenimento.

De notar que os pontos dos campos contíguos da mesma cor não são cumulativos. A valorização de cada item (conjunto de campos contíguos da mesma cor) pode oscilar entre um ponto, correspondente ao aproveitamento mínimo de uma potencialidade simples da Internet, e quatro pontos, correspondentes ao aproveitamento máximo de uma potencialidade complexa da Internet. Dado que o ponto de partida foi a grelha de Schultz, os pontos atribuídos aos novos campos tiveram como referência comparativa a distribuição pontual dessa grelha. Assim, por exemplo, considerou-se tão importante a existência de um endereço de e-mail genérico (um ponto) como a presença de uma

imagem fixa ou a referência ao fuso horário. No caso da hipertextualidade, foi mais valorizada a presença de um link “embutido” no texto (Canavilhas, 2005) do que fora do texto, dado esse comportamento ser mais consentâneo com a leitura multilinear potenciada pela Internet.

### 1.1. Novidades relativamente à grelha original

Depois de posta à prova na defesa da tese de mestrado, esta proposta metodológica foi apresentada no 5º Congresso da SOPCOM - Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação<sup>1</sup>, no 9th International Symposium on Online Journalism<sup>2</sup> e no I Congresso Internacional de Ciberjornalismo<sup>3</sup> e publicada nas revistas científicas Prisma.com<sup>4</sup> e OBS\*<sup>5</sup>, em dois dos casos com submissão à apreciação de peritos em regime de *blind review*, o que permitiu recolher um importante *feedback*.

POTENCIALIDADE	PONTUAÇÃO MÁXIMA	
	Grelha 2006/Total	Grelha 2009/Total
Interactividade	25	22/24
Hipertextualidade	20/24	20/24
Multimedialidade	12/24	12/24
Instantaneidade	12/19	12/21
Ubiquidade	4	5/7
Memória	12/14	12/20
Personalização	12/15	14/17
Criatividade	3	3
TOTAL (Máximo)	100/128	100/140

**Quadro 3**

*Comparação com grelha original*

Fonte: Elaboração própria

Com base nessas apreciações, e tendo em atenção as alterações tecnológicas e comportamentais entretanto verificadas, foi construída em 2009 uma nova versão da grelha, de que se destacam as seguintes mudanças relativamente à grelha de 2006 (Quadro 3):

- equivalência pontual dada às três grandes potencialidades
- reforço de quase todas as áreas, permitindo uma análise mais exigente e detalhada do aproveitamento de cada potencialidade
- introdução de elementos da Web 2.0 que entretanto surgiram
- introdução de item de valorização de alternativas de acessibilidade, nomeadamente para deficientes

<sup>1</sup> <http://lasics.uminho.pt/ojs/index.php/5sopcom/article/viewFile/38/39>

<sup>2</sup> <http://online.journalism.utexas.edu/2008/papers/Zamith.pdf>

<sup>3</sup> [http://cobciber.files.wordpress.com/2009/01/tabela8\\_obciber.ppt](http://cobciber.files.wordpress.com/2009/01/tabela8_obciber.ppt)

<sup>4</sup> [http://prisma.cetac.up.pt/edicao\\_n4\\_junho\\_de\\_2007/o\\_subaproveitamento\\_das\\_potenc.html](http://prisma.cetac.up.pt/edicao_n4_junho_de_2007/o_subaproveitamento_das_potenc.html)

<sup>5</sup> <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/109>

## II Congresso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0

Hacia la construcción de nuevos modelos de comunicación

Ponencia

- alteração radical dos itens da multimedialidade, substituindo os dispositivos isolados pelos realmente multimédia e valorizando a regularidade da sua utilização e não apenas a presenta
- alargamento para 5 horas dos intervalos de observação da instantaneidade, para não penalizar longevidade de conteúdos exclusivos destacados na primeira página
- reforço da valorização das actualizações
- reformulação e reforço dos itens da ubiquidade, dando mais consistência e rigor à avaliação do aproveitamento desta potencialidade
- mudança da designação de alguns itens, de forma a que a grelha possa abarcar situações futuras resultantes da evolução de tecnologias e de hábitos de consumo, procurando, assim, retardar a necessidade de nova actualização
- criação de um código numérico para mais fácil identificação de cada item
- definição clara dos momentos de observação

MOM. DE CÓD.	OBS.	ITENS	PONT. Área (Glob.)	POT. ASS.
<b>A – INTERACTIVIDADE</b>			22 (24)	
1	M0	E-mail/formulário de contacto genérico	1	A
2.1	M0	E-mail/formulário de contacto de alguns jornalistas	1	A
2.2	M0	E-mail/formulário de contacto de todos os jornalistas	2	A
3.1	M1	E-mail de alguns autores dos artigos	1	A
3.2	M1	E-mail de todos os autores dos artigos	2	A
4	M0	E-mail de fontes originais	1	A
5.1	M0	Fórum de discussão sem participação de jornalistas	2	A
5.2	M0	Fórum de discussão com participação de jornalistas	3	A
6.1	M0	Canal de comunicação instantânea ( <i>chat</i> ou <i>IM</i> ) sem participação de jornalistas	1	A D
6.2	M0	Canal de comunicação instantânea ( <i>chat</i> ou <i>IM</i> ) com participação de jornalistas	3	A D
7.1	M0	Inquérito isolado	1	A
7.2	M0	Inquérito associado a outro elemento	3	A
8	M0	Publicação online de cartas ao director	1	A
9.1	M0	Publicação retardada de outros conteúdos dos visitantes	1	A C*
9.2	M0	Publicação instantânea de outros conteúdos dos visitantes	2	A C* D
10.1	M1	Publicação retardada de comentários aos artigos	1	A
10.2	M1	Publicação instantânea de comentários aos artigos	2	A D
11.1	M1	Votação nos artigos	1	A
11.2	M1	Votação nos artigos com reflexo na sua visibilidade	2	A
C* - assinalar C junto à pontuação se os conteúdos forem multimédia				
<b>B – HIPERTEXTUALIDADE</b>			20 (24)	
12	M1	Hiperligação genérica relacionada	1	B I
13.1	M1	Hiperligação extra-textual a artigo relacionado simultâneo	1	B I
13.2	M1	Hiperligação intra-textual a artigo relacionado simultâneo	2	B I
14.1	M1	Hiperligação extra-textual a artigo relacionado em arquivo	1	B C* F I
14.2	M1	Hiperligação intra-textual a artigo relacionado em arquivo	2	B C* F I

## II Congresso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0

Hacia la construcción de nuevos modelos de comunicación

### Ponencia

15.1	M1	Hiperligação extra-textual a fonte documental original	2	B F I
15.2	M1	Hiperligação intra-textual a fonte documental original	3	B F I
16.1	M1	Hiperligação extra-textual a cronologia do assunto tratado	1	B F I
16.2	M1	Hiperligação intra-textual a cronologia do assunto tratado	2	B F I
17.1	M1	Hiperligação extra-textual a áudio relacionado	1	B C I
17.2	M1	Hiperligação intra-textual a áudio relacionado	2	B C I
18.1	M1	Hiperligação extra-textual a vídeo relacionado	1	B C I
18.2	M1	Hiperligação intra-textual a vídeo relacionado	2	B C I
19.1	M1	Hiperligação extra-textual a infografia relacionada	1	B C I
19.2	M1	Hiperligação intra-textual a infografia relacionada	2	B C I
20.1	M1	Hiperligação extra-textual a galeria de imagens ou diaporama relacionados	1	B C I
20.2	M1	Hiperligação intra-textual a galeria de imagens ou diaporama relacionados	2	B C I
21.1	M1	Hiperligação extra-textual a dispositivo de participação	1	A B I
21.2	M1	Hiperligação intra-textual a dispositivo de participação	2	A B I

C\* - assinalar C junto à pontuação se a ligação for de texto para áudio, vídeo ou infografia

### C – MULTIMEDIALIDADE

12 (24)

22.1	M0/1	Fotografia ou desenho associada(o) a texto	1	C I
22.2	M0/1	Galeria de fotografias ou diaporama associada(o) a texto	2	C I
22.3	M0/1	Diaporama sonoro recente	3	C I
23.1	M0/1	Infografia estática associada a texto	1	C I
23.2	M0/1	Infografia dinâmica associada a texto	2	C I
23.3	M0/1	Infografia dinâmica recente associada a texto	3	C I
24.1	M0/1	Áudio associado a texto	1	C I
24.2	M0/1	Áudio recente associado a texto	2	C I
25.1	M0/1	Vídeo sonoro ou legendado isolado	1	C I
25.2	M0/1	Vídeo associado a texto	2	C I
25.3	M0/1	Vídeo recente associado a texto	3	C I
26	M0/1	Conteúdo multimédia combinado	1	C I

### D – INSTANTANEIDADE

12 (21)

27	M0	Conteúdo em actualização permanente	1	D
28.1	M1/5	Artigo em actualização	1	D
28.2	M1/5	Artigos em actualização	2	D
29	M1	Data e hora dos artigos	1	D
30.1	M2	Artigo novo 5 horas depois	1	D
30.2	M2	Artigo principal novo 5 horas depois	2	D
31.1	M3	Artigo novo 10 horas depois	1	D
31.2	M3	Artigo principal novo 10 horas depois	2	D
32.1	M4	Artigo novo 15 horas depois	1	D
32.2	M4	Artigo principal novo 15 horas depois	2	D
33.1	M5	Artigo novo 20 horas depois	1	D E
33.2	M5	Artigo principal novo 20 horas depois	2	D E

### E – UBIQUIDADE

5 (7)

34.1	M0	Conteúdo em 2 idiomas	1	E G
34.2	M0	Conteúdo em 3 ou mais idiomas	2	E G
35	M0	Conteúdos para 2 ou mais países	1	E G
36	M0	Fuso horário	1	E
37	M0	Noticiário internacional recente	1	E

## II Congresso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0

Hacia la construcción de nuevos modelos de comunicación

Ponencia

		<b>F – MEMÓRIA</b>	12 (20)	
38.1	M0	Arquivo parcial simples	1	F
38.2	M0	Arquivo parcial organizado por datas e categorias	2	F
38.3	M0	Arquivo global simples	3	F
38.4	M0	Arquivo global organizado por datas e categorias	4	F
39.1	M0	Caixa de pesquisa interna simples	2	F
39.2	M0	Caixa de pesquisa interna por 2 critérios	3	F
39.3	M0	Caixa de pesquisa interna por 3 ou mais critérios	4	F
40.1	M1	Etiquetas ( <i>tags</i> ) temáticas associadas a alguns artigos	2	B F I
40.2	M1	Etiquetas ( <i>tags</i> ) temáticas associadas a todos os artigos	4	B F I
		<b>G – PERSONALIZAÇÃO</b>	14 (17)	
41.1	M0	Noticiário geral por e-mail	1	G
41.2	M0	Noticiário seleccionado por e-mail	2	G
42.1	M0	Noticiário adaptado a suporte diferente	1	G
42.2	M0	Noticiário adaptado a dois ou mais suportes diferentes	2	G
43.1	M0	Noticiário geral no computador em tempo real sem abrir navegador	1	D G
43.2	M0	Noticiário seleccionado no computador em tempo real sem abrir navegador	2	D G
44.1	M0	Noticiário geral em código de simplificação (RSS ou outro)	1	G
44.2	M0	Noticiário temático e/ou de diferentes tipos em código de simplificação (RSS ou outro)	2	G
45.1	M0	Configuração simples do 1º ecrã do cibermeio	1	G
45.2	M0	Configuração profunda do 1º ecrã do cibermeio	2	G
46.1	M0	Canal ou formato diferenciado interno ou externo	1	G
46.2	M0	Canais ou formatos diferenciados interno e externo	2	G
47	M0	Alternativas de acessibilidade	1	G
48	M1	Sinalização de artigos em sites de partilha ou selecção	1	F G
		<b>H – CRIATIVIDADE</b>	3	
49.1	M0/5	Outro tipo de aproveitamento de potencialidades da Internet	1	
49.2	M0/5	Dois outros tipos de aproveitamento de potencialidades da Internet	2	
49.3	M0/5	Três ou mais outros tipos de aproveitamento de potencialidades da Internet	3	
		<b>I - CONTEXTUALIZAÇÃO</b>	0	
		<b>TOTAL</b>	(36)	
			100	
Livre -assinalar a preto				
Registo - assinalar a azul				
Pago -assinalar a vermelho				

### Quadro 4

Grelha de medição do aproveitamento das potencialidades da Internet pelos sites noticiosos

Fonte: Elaboração própria

## 1.2. Critérios de Aplicação

### A) INTERACTIVIDADE

**1 - E-mail/formulário de contacto genérico** – Presença de um endereço de e-mail ou formulário de contacto genérico com a direcção ou redacção do cibermeio (site noticioso).

**2.1 - E-mail/formulário de contacto de alguns jornalistas** – Presença de lista com pelo menos dois endereços de e-mail ou formulários de contacto com directores, editores ou outros jornalistas do cibermeio.

**2.2 - E-mail/formulário de contacto de todos os jornalistas** – Presença de lista de endereços de e-mail ou de formulários de contacto com todos os jornalistas do cibermeio.

**3.1 - E-mail de alguns autores dos artigos** – Presença, junto a pelo menos dois dos seis artigos mais destacados pelo cibermeio, dos endereços de e-mail dos respectivos autores.

**3.2 - E-mail de todos os autores dos artigos** – Presença, junto aos seis artigos mais destacados pelo cibermeio, dos endereços de e-mail dos respectivos autores.

**4 - E-mail de fontes originais** – Presença de pelo menos um endereço de e-mail de uma fonte original de um artigo publicado (político, cientista ou assessor de imprensa, por exemplo).

**5.1 - Fórum de discussão externo e sem participação de jornalistas** – Presença de pelo menos um fórum de discussão aberto à participação de visitantes, mas criado ou alojado externamente (fora do cibermeio) e sem a participação de jornalistas do cibermeio.

**5.2 - Fórum de discussão interno e/ou com participação de jornalistas** – Presença de pelo menos um fórum de discussão aberto à participação de visitantes, criado ou alojado internamente e/ou com a participação de pelo menos um jornalista do cibermeio.

**6.1 - Canal de comunicação instantânea (*chat* ou *IM*) externo e sem participação de jornalistas** – Presença de pelo menos uma caixa ou página de comunicação instantânea (*chat* ou *instant messaging*), mas criada ou alojada externamente (fora do cibermeio) e sem a participação de jornalistas do cibermeio.

**6.2 - Canal de comunicação instantânea (*chat* ou *IM*) interno e/ou com participação de jornalistas** – Presença de pelo menos uma caixa ou página de comunicação instantânea (*chat* ou *instant messaging*), criada ou alojada internamente e/ou com a participação de pelo menos um jornalista do cibermeio.

**7.1 - Inquérito isolado** – Presença de inquérito (que permita apenas um voto – de escolha simples ou múltipla – por computador/IP) separado de qualquer outro elemento do cibermeio.

**7.2 - Inquérito associado a outro elemento** – Presença de inquérito (que permita apenas um voto – de escolha simples ou múltipla – por computador/IP) associado a outro elemento jornalístico do cibermeio (artigo ou conteúdo multimédia, por exemplo).

**8 - Publicação online de cartas ao director** – Presença de pelo menos uma carta de visitante(s) dirigida ao director/editor do cibermeio.

**9.1 - Publicação retardada de outros conteúdos dos visitantes** – Presença de pelo menos um outro conteúdo (que não carta ao director/editor) enviado ou colocado por visitante(s) no cibermeio, independentemente da forma de envio (carta ou e-mail, por exemplo) e do local de colocação (blog, wiki ou canal de jornalismo participativo, por exemplo), mas com visualização retardada. Em caso de dúvida, o observador deve consultar as normas de participação ou tentar publicar um conteúdo. O observador deve assinalar C junto à pontuação se o conteúdo for de áudio, vídeo ou fotografia.

**9.2 - Publicação instantânea de outros conteúdos dos visitantes** – Presença de pelo menos um outro conteúdo (que não carta ao director/editor) enviado ou colocado por visitante(s) no cibermeio, independentemente da forma de envio (carta ou e-mail, por exemplo) e do local de colocação (blog, wiki ou canal de jornalismo participativo, por exemplo), com visualização instantânea. Em caso de dúvida... (idem, 9.1).

**10.1 - Publicação retardada de comentários aos artigos** – Possibilidade de comentar artigos, mas com visualização do comentário retardada (por sistema de triagem ou monitorização prévia). O observador deve tentar publicar um comentário, para verificar se a publicação é instantânea ou retardada.

**10.2 - Publicação instantânea de comentários aos artigos** – Possibilidade de comentar artigos, com visualização instantânea do comentário. O observador deve... (idem, 10.1).

**11.1 - Votação nos artigos** – Possibilidade de votar nos artigos, mas sem reflexo no espaço ou tempo de exposição/visualização no cibermeio. O observador deve tentar votar num artigo, para verificar se o dispositivo funciona.

**11.2 - Votação nos artigos com reflexo na sua visibilidade** – Possibilidade de votar nos artigos, com reflexo no espaço ou tempo de exposição/visualização desse artigo no cibermeio (lista de mais votados, por exemplo). O observador deve... (idem, 11.1).

## B) HIPERTEXTUALIDADE

**12 - Hiperligação genérica relacionada** – *Link* para sítio de informação genérica (página principal de uma instituição, por exemplo) relacionado com o assunto tratado. Não são considerados *links* para locais que nada têm a ver com o assunto tratado.

**13.1 - Hiperligação extra-textual a artigo relacionado simultâneo** – *Link* fora do texto (em coluna “Notícias relacionadas”, por exemplo) para artigo (também em texto) relacionado produzido na mesma altura.

**13.2 - Hiperligação intra-textual a artigo relacionado simultâneo** – *Link* dentro do texto (“embutido” em palavra ou expressão) para artigo (também em texto) relacionado produzido na mesma altura.

**14.1 - Hiperligação extra-textual a artigo relacionado em arquivo** – *Link* fora do texto para artigo (texto, áudio ou vídeo) relacionado em arquivo. Não são considerados artigos, ainda que referenciados como “Notícias relacionadas”, que não tenham relação directa com o assunto tratado, nomeadamente aqueles cuja única relação é a pertença à mesma secção em que está organizado o cibermeio. O observador deve assinalar C junto à pontuação se a ligação for de texto para áudio, vídeo, diaporama ou infografia.

**14.2 - Hiperligação intra-textual a artigo relacionado em arquivo** – *Link* dentro do texto para artigo relacionado em arquivo Não são... (idem, 14.1).

**15.1 - Hiperligação extra-textual a fonte documental original** – *Link* fora do texto para fonte documental original utilizada na produção do artigo (lei, programa eleitoral, regulamento, relatório, protocolo, comunicado de imprensa, *ranking*, abaixo-assinado, resultados oficiais, lista de colocações, etc.). Só é considerado o *link* directo (*deep link*, com URL autónomo) para a página/ecrã onde se encontra o documento.

**15.2 - Hiperligação intra-textual a fonte documental original** – *Link* dentro do texto para fonte documental original... (idem, 15.1).

**16.1 - Hiperligação extra-textual a cronologia do assunto tratado** – *Link* fora do texto para resumo/relato cronológico do assunto tratado no artigo.

**16.2 - Hiperligação intra-textual a cronologia do assunto tratado** – *Link* dentro do texto para resumo/relato cronológico do assunto tratado no artigo.

**17.1 - Hiperligação extra-textual a áudio relacionado** – *Link* fora do texto para áudio relacionado com o artigo. Inclui-se aqui a situação inversa: *link* junto a áudio para artigo (texto) relacionado.

**17.2 - Hiperligação intra-textual a áudio relacionado** – *Link* dentro do texto para áudio relacionado com o artigo. Inclui-se aqui a situação inversa: *link* “embutido” no título ou legenda de áudio para artigo (texto) relacionado.

**18.1 - Hiperligação extra-textual a vídeo relacionado** – *Link* fora do texto para vídeo relacionado com o artigo. Inclui-se aqui a situação inversa: *link* junto a vídeo para artigo (texto) relacionado.

**18.2 - Hiperligação intra-textual a vídeo relacionado** – *Link* dentro do texto para vídeo relacionado com o artigo. Inclui-se aqui a situação inversa: *link* “embutido” no título ou legenda de vídeo para artigo (texto) relacionado.

**19.1 - Hiperligação extra-textual a infografia relacionada** – *Link* fora do texto para infografia relacionada com o artigo. Inclui-se aqui a situação inversa: *link* junto a infografia para artigo (texto) relacionado.

**19.2 - Hiperligação intra-textual a infografia relacionada** – *Link* dentro do texto para infografia relacionada com o artigo. Inclui-se aqui a situação inversa: *link* “embutido” em infografia para artigo (texto) relacionado.

**20.1 - Hiperligação extra-textual a galeria de imagens ou diaporama relacionados** – *Link* fora do texto para galeria de imagens ou diaporama relacionados com o artigo. Inclui-se aqui o inverso: *link* junto a galeria de imagens ou diaporama para artigo (texto) relacionado.

**20.2 - Hiperligação intra-textual a galeria de imagens ou diaporama relacionado** – *Link* dentro do texto para galeria de imagens ou diaporama relacionados com o artigo. Inclui-se aqui a situação inversa: *link* “embutido” no título ou legenda de galeria de imagens ou diaporama para artigo (texto) relacionado.

**21.1 – Hiperligação extra-textual a dispositivo de participação** – *Link* fora do texto para dispositivo de participação (fórum, *chat* ou inquérito, por exemplo).

**21.2 – Hiperligação intra-textual a dispositivo de participação** – *Link* dentro do texto para dispositivo de participação (fórum, *chat* ou inquérito, por exemplo).

C) MULTIMEDIALIDADE

**22.1 - Fotografia ou desenho associada(o) a texto** – Presença de pelo menos uma fotografia ou desenho junto a texto relacionado.

**22.2 - Galeria de fotografias ou diaporama associada(o) a texto** – Presença de pelo menos uma galeria de fotografias ou diaporama associada(o) a texto (legenda ou artigo).

**22.3 - Diaporama sonoro recente** – Presença de pelo menos um diaporama com som (explicativo e/ou relacionado com as imagens) publicado nos últimos 15 dias.

**23.1 - Infografia estática associada a texto** – Presença de pelo menos uma infografia fixa/estática associada a texto, “embutido” ou anexo.

**23.2 - Infografia dinâmica associada a texto** – Presença de pelo menos uma infografia dinâmica associada a texto, “embutido” ou anexo, mas publicada há mais de 15 dias.

**23.3 - Infografia dinâmica recente associada a texto** – Presença de pelo menos uma infografia dinâmica associada a texto, “embutido” ou anexo, publicada nos últimos 15 dias.

**24.1 - Áudio associado a texto** – Presença de pelo menos um registo sonoro associado a texto, mas publicado (o áudio) há mais de 48 horas.

**24.2 - Áudio recente associado a texto** – Presença de emissão áudio ou de registo sonoro publicado nas últimas 48 horas, desde que qualquer deles esteja associado a artigo (texto).

**25.1 - Vídeo sonoro ou legendado isolado** – Presença de emissão ou registo vídeo, com som ou com legendas, mas sem associação a artigo (texto).

**25.2 - Vídeo associado a texto** – Presença de registo vídeo com som, associado a artigo (texto), mas publicado (o vídeo) há mais de 48 horas.

**25.3 - Vídeo recente associado a texto** – Presença de emissão de vídeo sonoro ou de registo vídeo sonoro publicado nas últimas 48 horas, desde que qualquer deles esteja associado a artigo (texto).

**26 – Conteúdo multimédia combinado** – Presença de outro tipo de conteúdo multimédia combinado (infografia com vídeo, por exemplo).

D) INSTANTANEIDADE

**27 - Conteúdo em actualização permanente** – Presença de conteúdo em actualização permanente (emissão de rádio ou televisão, cotações da bolsa ou vídeo de trânsito, por exemplo).

**28.1 – Artigo em actualização** – Artigo referenciado como estando em actualização ou como tendo sido actualizado.

**28.2 – Artigos em actualização** – Dois ou mais artigos (ainda que em diferentes momentos de observação – M1/M5) referenciados como estando em actualização ou como tendo sido actualizados.

**29 - Data e hora dos artigos** – Referência à data e hora de redacção ou publicação de cada artigo.

**30.1 - Artigo novo 5 horas depois** – Pelo menos um artigo novo (ainda que numa área de “Últimas notícias”) no primeiro ecrã do cibermeio cinco horas depois da primeira observação.

**30.2 - Artigo principal novo 5 horas depois** – Artigo principal (de maior destaque) no primeiro ecrã do cibermeio cinco horas depois da primeira observação.

**31.1 - Artigo novo 10 horas depois** – Pelo menos um artigo novo no primeiro ecrã do cibermeio cinco horas depois da segunda observação.

**31.2 - Artigo principal novo 10 horas depois** – Artigo principal no primeiro ecrã do cibermeio cinco horas depois da segunda observação.

**32.1 - Artigo novo 15 horas depois** – Pelo menos um artigo novo no primeiro ecrã do cibermeio cinco horas depois da terceira observação.

**32.2 - Artigo principal novo 15 horas depois** – Artigo principal no primeiro ecrã do cibermeio cinco horas depois da terceira observação.

**33.1 - Artigo novo 20 horas depois** – Pelo menos um artigo novo no primeiro ecrã do cibermeio cinco horas depois da quarta observação.

**33.2 - Artigo principal novo 20 horas depois** – Pelo menos um artigo novo no primeiro ecrã do cibermeio cinco horas depois da quarta observação.

#### E) UBIQUIDADE

**34.1 - Conteúdo em 2 idiomas** – Presença de conteúdos em dois idiomas (pelo menos 10 artigos em cada idioma).

**34.2 - Conteúdo em 3 ou mais idiomas** – Presença de conteúdos em três ou mais idiomas (pelo menos 10 artigos em cada idioma).

**35 – Conteúdos para 2 ou mais países** – Presença de conteúdos, secções, versões ou canais expressamente dirigidos a visitantes/utilizadores de dois ou mais países (pelo menos 10 artigos - em texto, áudio ou vídeo - para cada país).

**36 - Fuso horário** – Referência ao fuso horário adoptado nos artigos e/ou no cibermeio.

**37 – Noticiário internacional recente** – Presença de pelo menos seis artigos de noticiário internacional publicados no primeiro ecrã e/ou nas últimas 24 horas.

#### F) MEMÓRIA

**38.1 - Arquivo parcial simples** – Possibilidade de consultar parte do arquivo jornalístico do cibermeio, mas não organizado por datas e categorias.

**38.2 - Arquivo parcial organizado por datas e categorias** – Possibilidade de consultar parte do arquivo jornalístico do cibermeio acedendo a espaço próprio organizado por datas e categorias.

**38.3 - Arquivo global simples** – Possibilidade de consultar todo o arquivo jornalístico do cibermeio (desde a data de estreia na Internet ou, pelo menos, os últimos cinco anos), mas não organizado por datas e categorias.

**38.4 - Arquivo global organizado por datas e categorias** – Possibilidade de consultar todo o arquivo jornalístico do cibermeio (desde a data de estreia na Internet ou, pelo menos, os últimos cinco anos) acedendo a espaço próprio organizado por datas e categorias.

**39.1 - Caixa de pesquisa interna simples** – Possibilidade de pesquisar pelo menos os últimos sete dias do arquivo jornalístico do cibermeio através de introdução de palavra, frase ou número em caixa ou formulário de pesquisa.

**39.2 - Caixa de pesquisa interna por dois critérios** – Possibilidade de pesquisar pelo menos os últimos sete dias do arquivo jornalístico do cibermeio através de introdução de dois critérios de pesquisa associados (palavra, data, secção e autor, por exemplo) em caixa ou formulário de pesquisa.

**39.3 - Caixa de pesquisa interna por três ou mais critérios** – Possibilidade de pesquisar pelo menos os últimos sete dias do arquivo jornalístico do cibermeio através de introdução de três ou mais critérios de pesquisa associados (palavra, data, secção e autor, por exemplo) em caixa ou formulário de pesquisa.

**40.1 - Etiquetas (tags) temáticas associadas a alguns artigos** – Presença de etiquetas temáticas (*tags* ou marcadores) associadas a pelo menos dois artigos, que extravasem a mera distribuição dos artigos pelas categorias/secções do cibermeio. Ao “clicar” numa *tag*, o visitante terá acesso a todos os artigos a que foi atribuída essa mesma palavra ou expressão, por mais específica que ela seja.

**40.2 - Etiquetas (tags) temáticas associadas a todos os artigos** – Presença de etiquetas temáticas (*tags*) associadas a cada artigo, que extravasem a mera distribuição dos artigos pelas categorias/secções do cibermeio.

#### G) PERSONALIZAÇÃO

**41.1 - Noticiário geral por e-mail** – Possibilidade dada ao visitante/utilizador (através de subscrição de *newsletter* ou de serviço de alertas, por exemplo) de receber no seu endereço de correio electrónico novos conteúdos jornalísticos gerais difundidos pelo cibermeio.

**41.2 - Noticiário seleccionado por e-mail** – Possibilidade dada ao visitante/utilizador de receber no seu endereço de correio electrónico novos conteúdos jornalísticos por si seleccionados de entre várias opções oferecidas pelo cibermeio (só actualizações sobre economia ou desporto, por exemplo).

**42.1 - Noticiário adaptado a suporte diferente** – Possibilidade dada ao visitante/utilizador de aceder a conteúdos jornalísticos adaptados às características (ecrã pequeno, por exemplo) de um suporte diferente (telemóvel ou PDA, por exemplo) do monitor de computador.

**42.2 - Noticiário adaptado a dois ou mais suportes diferentes** - Possibilidade dada ao visitante/utilizador de aceder a conteúdos jornalísticos adaptados às características (ecrã pequeno, por exemplo) de dois ou mais suportes diferentes (telemóvel e PDA, por exemplo) do monitor de computador.

**43.1 - Noticiário geral no computador em tempo real sem abrir browser** - Possibilidade dada ao visitante/utilizador de aceder a conteúdos jornalísticos gerais no monitor do computador em tempo real, sem necessidade de abrir um navegador (*browser*).

**43.2 - Noticiário seleccionado no computador em tempo real sem abrir browser** - Possibilidade dada ao visitante/utilizador de aceder a conteúdos jornalísticos por si seleccionados de entre várias opções oferecidas pelo cibermeio (só actualizações sobre economia ou desporto, por exemplo) no monitor do computador em tempo real, sem necessidade de abrir um navegador (*browser*).

**44.1 - Noticiário geral em código de simplificação (RSS ou outro)** – Disponibilização de código (*feed*) em linguagem de simplificação RSS (*Really Simple Syndication*), XML (*eXtended Markup Language*), Atom ou similar que permita aceder a actualizações gerais do cibermeio em texto ou áudio (*podcast*) através de um leitor desses *feeds*, sem necessidade de visitar o cibermeio.

**44.2 - Noticiário temático e/ou de diferentes tipos em código de simplificação (RSS ou outro)** – Disponibilização de *feeds* RSS, XML, Atom ou similares que permitam aceder a actualizações específicas (por categoria temática ou de diferentes tipos – texto e áudio -, por exemplo) do cibermeio através de leitores desses *feeds*, sem necessidade de visitar o cibermeio.

**45.1 - Configuração simples do 1º ecrã do cibermeio** – Possibilidade dada ao utilizador de configurar ao seu gosto menos de metade do primeiro ecrã do cibermeio (alterando os critérios de visualização dos conteúdos das diferentes secções temáticas ou escolhendo as notícias mais lidas/mais comentadas, por exemplo).

**45.2 - Configuração profunda do 1º ecrã do cibermeio** – Possibilidade dada ao utilizador de configurar ao seu gosto metade ou mais do primeiro ecrã do cibermeio.

**46.1 – Canal ou formato diferenciado interno ou externo** – Presença de canal ou formato diferenciado interno (versão em PDF, reduzida ou para classe etária específica, por exemplo) ou de hiperligação para canal externo (microblog, rede social ou canal de vídeo, por exemplo).

**46.2 – Canais ou formatos diferenciados interno e externo** – Presença de canal ou formato diferenciado interno (versão em PDF, reduzida ou para classe etária específica, por exemplo) e de hiperligação para canal externo (microblog, rede social ou canal de vídeo, por exemplo).

**47 – Alternativas de acessibilidade** – Presença de conteúdos e/ou alternativas de acessibilidade, nomeadamente para portadores de deficiência.

**48 – Sinalização de artigos em sites de partilha ou selecção** – Possibilidade dada ao visitante/utilizador de guardar ou enviar artigos para sites de partilha ou de selecção.

#### H) CRIATIVIDADE

**49.1 - Outro tipo de aproveitamento de potencialidades da Internet** – Presença de outro tipo de aproveitamento de potencialidades jornalísticas da Internet não contemplado nas restantes áreas.

**49.2 - Dois outros tipos de aproveitamento de potencialidades da Internet** – Presença de dois outros tipos de aproveitamento de potencialidades jornalísticas da Internet não contemplados nas restantes áreas.

**49.3 - Três ou mais outros tipos de aproveitamento de potencialidades da Internet** – Presença de três ou mais outros tipos de aproveitamento de potencialidades jornalísticas da Internet não contemplados nas restantes áreas.

### *1.3. Momentos de aplicação da grelha*

**M0 (Momento 0)** – Uma única observação em qualquer momento dentro do período de análise.

**M1** – Primeiro momento de análise de artigos/conteúdos. Tem de ser num dia útil, para o qual não se preveja nenhum evento especial. Recomenda-se que seja entre as 09h00 e as 10h00 (hora na sede/redacção principal do cibermeio), na verificação dos itens de instantaneidade.

**M2** – Cinco horas depois de M1.

**M3** – Cinco horas depois de M2.

**M4** – Cinco horas depois de M3.

**M5** – Cinco horas depois de M4.

A grelha deve ser aplicada na íntegra - todos os itens e a todo o universo ou amostra que se pretenda estudar - num período curto, que não deve ultrapassar os 15 dias. A aplicação deve ser feita em toda a área do primeiro ecrã<sup>6</sup>, seguindo em profundidade as hiperligações que indiquem aproveitamentos das potencialidades da Internet.

Os pontos dentro da mesma variável/cor não são cumulativos. Cada uma das 49 variáveis só é pontuada uma vez, com o valor mais alto que for encontrado. Por exemplo, na variável 3., ou se coloca 1 ponto (na linha 3.1) se se encontrarem endereços de e-mail dos autores junto a 2 a 5 dos 6 artigos destacados; ou se colocam 2 pontos (na linha 3.2) se os 6 artigos tiverem e-mail dos autores; ou se coloca 0 (na linha 3.2) se nenhum ou só 1 dos 6 artigos destacados tiver e-mail do autor.

A aplicação da grelha deve ser feita uma única vez na observação das características que são constantes ou que raramente mudam num cibermeio (interactividade, ubiquidade, memória e personalização), seguindo o critério usado noutros estudos comparáveis, como o de Tanjev Schultz (1999: 8). Contudo, à semelhança do que Schultz fez, alguns itens devem ser reverificados nalguns cibermeios um dia depois, para esclarecer dúvidas suscitadas na primeira observação, designadamente confirmar se um determinado serviço ou mecanismo funciona ou não, eventualmente por ter sido suspenso ou desactivado. O recurso a uma segunda observação de verificação, ou no próprio dia ou no dia seguinte, tem sido recomendado por autores de outros estudos, quer centrados na interactividade (Massey & Levy, 1999: 530) quer abrangendo outras áreas de análise (Van der Wurff, 2005: 112).

---

<sup>6</sup> A expressão “primeiro ecrã”, (Pereira, 2006) é aqui utilizada como sinónimo de “página inicial”, homepage” ou “primeira tela” (Daltoé, 2003).

A observação dos itens da grelha referentes à instantaneidade deve ser feita em cinco momentos diferentes de um dia útil para o qual não se preveja nenhum evento especial (uma efeméride ou a abertura ou encerramento de um grande evento, por exemplo), com intervalos de cinco horas entre cada observação. Os sites devem ser observados nos cinco momentos (M1 a M5) pela mesma ordem, sempre que possível. Nos casos em que não se verifique qualquer actualização ao longo do dia, os cibermeios devem ser observados novamente, extra-aplicação da grelha, 24 horas depois da primeira observação, para se verificar se têm uma periodicidade diária (Alves & Weiss, 2004).

No caso da hipertextualidade, devem ser analisados os seis artigos com maior destaque em todos os cibermeios num dia útil. Por “maior destaque”, entende-se a presença das notícias ou outros conteúdos jornalísticos no topo do ecrã e/ou em áreas destacadas graficamente, quer pela utilização de um espaço superior ao dos outros conteúdos quer pelo recurso a moldura. Nos casos da presença simultânea de dois tipos de destaques (moldura e “últimas notícias”, por exemplo), devem ser analisados os três artigos/conteúdos de cada tipo mais próximos do topo do ecrã. A observação de cada artigo deve ser feita em profundidade, seguindo todos os caminhos hipertextuais (*links*) sugeridos. Esta operação deve coincidir, se possível, com o primeiro momento (M1) de observação dos itens da instantaneidade. Adicionalmente, nos restantes quatro momentos (M2 a M5), devem ser observados os seis artigos com maior destaque, verificando se há ligações hipertextuais de tipos que não tenham sido encontrados em M1. Esta verificação deve ser feita apenas superficialmente e não em profundidade. Ou seja, nas seis notícias em destaque em M2, M3, M4 e M5, devem ser verificadas apenas as hiperligações que apareçam que possam corresponder a itens ainda não pontuados, sem seguir outras eventuais hiperligações que surjam nesse 2º nível.

Na sua proposta metodológica para estudar o hipertexto num jornal digital, Alejandro Rost (2003, 181) considera mais proveitoso analisar apenas a principal notícia, porque, devido à sua importância e transcendência, deveria ser uma das mais trabalhadas pelo cibermeio. No entanto, optámos nesta grelha por alargar a análise em profundidade a mais cinco artigos/conteúdos, dada a tradição de muitos cibermeios de colocarem no topo a notícia mais recente<sup>7</sup> e não a mais trabalhada, dando a esta outro tipo de destaque (uma caixa autónoma de “reportagem” ou “dossier”, por exemplo). Ao alargar a análise a seis artigos/conteúdos em profundidade, acrescidos de mais 24 (no máximo) superficialmente, aumenta a probabilidade de cada cibermeio pontuar em cada item, dado que basta encontrar um elemento num dos artigos para que os pontos respectivos sejam atribuídos. Desta forma, respeita-se também a escolha que o ciberjornalista fez dos elementos hipertextuais mais adequados a cada artigo.

A presença de elementos multimédia deve ser procurada em simultâneo com a procura de hipertexto –observando em profundidade os seis artigos com maior destaque– e, cumulativamente, em toda a restante área do primeiro ecrã<sup>8</sup> de cada cibermeio. A grelha deve ser aplicada pelo mesmo observador ou por vários observadores em simultâneo, desde que respeitem os critérios e momentos de observação e que utilizem computadores e ligações à Internet de características semelhantes. Os observadores devem instalar todos os programas informáticos necessários para recepção de conteúdos no ambiente de trabalho do computador, para a

<sup>7</sup> A aposta nas notícias de grande actualidade (“hard news” ou “breaking news”) continua a predominar nos cibermeios de actualização contínua.

<sup>8</sup> A expressão “primeiro ecrã” é aqui utilizada como sinónimo de “página inicial”, “homepage” ou “primeira tela”.

interacção com os cibermeios/ciberjornalistas e restantes utilizadores e para a visualização e audição dos vários dispositivos e conteúdos jornalísticos dos cibermeios.

Devem também efectuar todos os registos gratuitos solicitados para aceder e/ou utilizar conteúdos jornalísticos e mecanismos de interacção ou personalização. Por razões operacionais (demora no processamento e custos elevados de alguns conteúdos), não se recomenda que seja feito qualquer pagamento solicitado. Contudo, para tratamento paralelo, deve registar-se na grelha os aproveitamentos de potencialidades da Internet anunciados para subscritores/utilizadores pagantes, dando como válido que esse acesso é mesmo permitido a quem paga. Na análise dos dados, devem ser diferenciados os tipos de situações - acesso livre, acesso gratuito mediante registo e acesso pago.

Para verificação posterior, o primeiro ecrã de cada cibermeio deve ser guardado em cada momento de observação, utilizando a função “Guardar com o tipo: Arquivo Web, ficheiro único (\*.mht)”. Em alternativa ou complementarmente, os vários ecrãs relevantes podem ser guardados num ficheiro próprio (em Word, por exemplo; um para cada cibermeio) utilizando a função “Ctrl Alt Prnt Scrn”.

#### 1.4. Teste da nova grelha

A nova grelha foi testada em Novembro de 2009 (Zamith *et al*, 2009), em simultâneo com a aplicação da grelha original ao universo do estudo diacrónico iniciado em 2006<sup>9</sup>. Como se esperava, atendendo ao maior grau de exigência da nova grelha, os resultados globais foram ligeiramente inferiores aos registados na aplicação da grelha de 2006, mas as diferenças não foram substanciais ao ponto de porem em causa o novo instrumento de análise. Verificou-se inclusivamente que alguns cibermeios, como os sites do i e da RTP (Quadro 6), registaram exactamente o mesmo resultado global na aplicação das duas grelhas, o que demonstra que a nova grelha não implica necessariamente resultados piores. Contudo, como precaução, serão aplicadas novamente em simultâneo as duas grelhas em Novembro de 2010, último momento de observação do referido estudo diacrónico a incluir na tese de doutoramento.

Data	Âmbito/Tema	Nacional/Geral
Novembro 2006		23,3%
Novembro 2007		23,2%
Novembro 2008		29,5%
Novembro 2009		36,4%
Novembro 2009 (nova grelha)		34,8%

**Quadro 5**

*Resultados globais da aplicação das grelhas ao universo inicial de 22 sites*

Fonte: Zamith *et al*, 2009

<sup>9</sup> Sites noticiosos portugueses de informação geral de âmbito nacional

## II Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0

Hacia la construcción de nuevos modelos de comunicación

Ponencia

G2	%	Dif.		G1	%	Dif.
1º	55	+1	Jornal de Notícias	1º	61	+7
1º	55	-	i	3º	55	-
3º	53	+13	SIC	2º	57	+17
4º	52	+12	RTP	6º	52	+12
5º	51	+22	Visão	5º	54	+25
6º	50	+4	Expresso	6º	52	+6
7º	48	+37	DN	3º	55	+44
8º	47	-7	Público	9º	48	-6
9º	44	-4	TSF	8º	51	+3
9º	44	=	RR	9º	48	+4

**Quadro 6**

*Comparação de resultados dos 10 sites melhor classificados nas aplicações das grelhas de 2006 (G1) e 2009 (G2), com diferença (Dif.) de pontos percentuais relativamente a 2008*

Fonte: Zamith et al., 2009

### 1.5. Aplicação da grelha a cibermeios internacionais

Dando cumprimento ao projecto de doutoramento, que previa o alargamento do âmbito de análise ao resto do Mundo, foi decidido aplicar a grelha a uma amostra de 10 cibermeios internacionais de informação geral de âmbito internacional de diferentes tipos, locais e meios de origem. Foram seleccionadas cinco edições online de títulos originários dos três grandes meios tradicionais (imprensa, rádio e televisão), de diferentes países onde o ciberjornalismo está mais desenvolvido (Estados Unidos, Reino Unido e Espanha), todos de grande audiência (quer no meio original quer na Internet) e reconhecidos ou mesmo premiados pela sua qualidade e pela forma como aproveitam alguma ou várias potencialidades da Internet: The New York Times, BBC, CNN, El País e Guardian. Paralelamente, foram seleccionados cinco títulos nascidos na Internet que têm sido apontados como exemplos de formas inovadoras de produzir e apresentar notícias na Internet, nomeadamente por iniciativa de cidadãos (o chamado jornalismo de cidadão), pela participação e/ou colaboração de cidadãos no processo de produção jornalística profissional (jornalismo participativo) e pela agregação de conteúdos noticiosos de diferentes títulos, tipos de produção e modos de agregação (automática através de algoritmos ou por partilha e votação de utilizadores): Oh My News, The Huffington Post, Google News, Newsvine e Digg. No momento de aplicação da grelha, a versão em Inglês do site sul-coreano Oh My News<sup>10</sup> estava já em processo de desactivação e transformação em blog sobre jornalismo de cidadão, pelo que este título foi substituído pelo Wikinews.

<sup>10</sup> <http://english.ohmynews.com/>

Título	País de origem	Meio de origem	Endereço (URL)
The New York Times	USA	Jornal diário	<a href="http://www.nytimes.com/">http://www.nytimes.com/</a>
BBC	UK	Rádio e TV	<a href="http://www.bbc.co.uk/">http://www.bbc.co.uk/</a>
CNN	USA	TV	<a href="http://edition.cnn.com/">http://edition.cnn.com/</a>
El País	Espanha	Jornal diário	<a href="http://www.elpais.com/global/">http://www.elpais.com/global/</a>
Guardian	UK	Jornal diário	<a href="http://www.guardian.co.uk/">http://www.guardian.co.uk/</a>
The Huffington Post	USA	Internet	<a href="http://www.huffingtonpost.com/">http://www.huffingtonpost.com/</a>
Google News	USA	Internet	<a href="http://news.google.com/">http://news.google.com/</a>
Newsvine	USA	Internet	<a href="http://www.newsvine.com/">http://www.newsvine.com/</a>
Digg	USA	Internet	<a href="http://digg.com/news">http://digg.com/news</a>
Wikinews	USA	Internet	<a href="http://en.wikinews.org/wiki/Main_Page">http://en.wikinews.org/wiki/Main_Page</a>

**Quadro 7**

*Cibermeios internacionais seleccionados para este estudo*

Fonte: Elaboração própria

Seguindo os critérios de aplicação definidos no *codebook*, a grelha foi aplicada entre 25 de Agosto e 06 de Setembro de 2010 aos 10 sites internacionais seleccionados. Os itens de Instantaneidade foram verificados logo nas primeiras 24 horas, tendo sido guardados no computador todos os momentos de análise, para posterior verificação. Foram também guardadas em ficheiros Word todas as imagens de ecrã dos momentos de observação relevantes para a análise pretendida.

Uma primeira análise global aos resultados obtidos (ver Quadro 8) permite-nos verificar algumas surpresas, desde logo que mesmo os cibermeios de maior audiência ainda estão algo distantes do aproveitamento máximo das potencialidades da Internet. Há também uma clivagem clara entre os sites de títulos oriundos dos meios tradicionais (todos com aproveitamentos entre 61 e 77%) e os nascidos na Internet (entre 31 e 50%). Ao contrário do que se poderia esperar, os títulos nascidos na Internet aproveitam pior as potencialidades do meio do que os que nasceram e continuam a operar simultaneamente nos meios tradicionais.

Outra constatação a que se chega é que os títulos provenientes da imprensa têm melhores aproveitamentos do que os dos audiovisuais, o que contrasta com os resultados obtidos na primeira aplicação da grelha original aos cibermeios de Portugal (Zamith, 2008: 67).

Verifica-se ainda que a interactividade (com 33,3%) é, globalmente, a potencialidade menos aproveitada pelos ciberjornais estudados, sendo mesmo a única que fica abaixo dos 50 por cento. No extremo oposto, a criatividade foi a área que registou a percentagem mais elevada, tendo-se observado aproveitamentos não previstos em todos os cibermeios e referentes a quase todas as sete potencialidades (só não foram encontradas experiências multimédia inovadoras). Realça-se o facto de dois títulos (Google News e CNN) registarem mais do que três aproveitamentos não contemplados nas sete primeiras áreas da grelha.

Das sete grandes potencialidades, a memória (70%) é a mais aproveitada, mas, se adicionarmos a cada potencialidade os aproveitamentos pontuados na criatividade, a ubiquidade e a personalização ficam sensivelmente ao nível da memória. De destacar também o razoável aproveitamento da hipertextualidade (51,7%), que contrasta claramente com o panorama português (Zamith *et al*, 2009). Também abaixo dos 60 por

cento, a multimedialidade (54,6%) e a instantaneidade (57,1%) ficam aquém do esperado.

Por cibermeio, o Guardian (com 77%) é o que mais aproveita as potencialidades da Internet, liderando na interactividade, instantaneidade, hipertextualidade e memória, nestes dois últimos casos *ex-aequo* com o El País, o segundo classificado (73%) e o que regista o melhor aproveitamento de práticas e ferramentas de personalização. A CNN lidera na multimedialidade e regista, tal como a universalista BBC, a pontuação máxima na ubiquidade, a que não será alheio o facto de ter sede em Atlanta e redacções online em Londres e Hong Kong.

	Interactividade	Hipertextualidade	Multimedialidade	Instantaneidade	Ubiquidade	Memória	Personalização	Criatividade	% Global
<b>Máximo Possível</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>21</b>	<b>7</b>	<b>20</b>	<b>17</b>	<b>-</b>	<b>100</b>
Guardian	14	17+2	19	16	4	19	12+1	3	77
El País	10+1	19	19	14	5	19	15+1	2	73
New York Times	11	16+1	18	9	5	18	11	2	68
CNN	8+2	18	20	14+1	7	15	13+1	4	66
BBC	6+1	13+1	18	11	7+1	12	14+1	3	61
Wikinews	11+1	11+2	10	11	5	15	7	3	50
Huffington Post	2+1	16	11	12	3	13	8	1	49
Newsvine	10	7+1	3	13	4+1	11+1	11+1	3	49
Google News	1	6+1	6	8+1	6	14+1	12+3	5	43
Digg	7	1	7	12	2	4	7+1	1	31
<b>% Média</b>	<b>33,3</b>	<b>51,7</b>	<b>54,6</b>	<b>57,1</b>	<b>68,6</b>	<b>70</b>	<b>64,7</b>	<b>80</b>	<b>56,7</b>
% Média c/ Criatividade	35,8	55	54,6	58,1	71,4	71	70	90	-

**Quadro 8**

*Aproveitamento global e por potencialidade dos cibermeios internacionais*

Fonte: Elaboração própria

## 2. Conclusões

Este estudo deu sinais positivos quanto à consistência e universalidade do instrumento de análise utilizado, que se mostrou eficaz e adequado para estudar cibermeios de diferentes países e de diferentes tipos. Apesar do número reduzido de sites noticiosos internacionais analisados (10), a diversidade e representatividade da amostra e os resultados obtidos dão indicações importantes sobre a fase de adaptação ao meio em que o ciberjornalismo se encontra. Com a referida reserva, pode-se concluir que os sites noticiosos ainda têm uma margem razoável de progressão no seu esforço de adaptação às características do meio e de aproveitamento do seu potencial.

Verificou-se também que os cinco títulos oriundos dos meios tradicionais superaram os cinco nascidos na Internet, não ultrapassando nenhum destes os 50 por cento de utilização das potencialidades do meio. Outra constatação a que se chega é que os títulos provenientes da imprensa têm melhores aproveitamentos do que os dos audiovisuais. Por potencialidade, a interactividade (com 33,3%) é a menos aproveitada e a memória (70%) a mais. Por site, o Guardian (77%) registou o melhor resultado e o Digg (31%) o pior.

## REFERÊNCIAS

- CANAVILHAS, J. (2005). “Os jornalistas online em Portugal”, <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalistas-online.pdf> (24-10-2008).
- MASSEY, B. & LEVY, M. R. (1999). “‘Interactive’ online journalism at English language web newspapers in Asia”. In: *Gazette*, London: Sage Publications.
- PALACIOS, M. *et al* (2002). “Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português”. In: *Comunicarte, Revista de Comunicação e Arte*, vol. 1, nº 2. Aveiro: Universidade de Aveiro, [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002\\_palacios\\_mapeamentojol.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf) (05-11-2008).
- ROST, A. (2003). “Una propuesta metodológica para estudiar el hipertexto en el periódico digital”. In: *Anàlisi*, 30, p. 169-183.
- SCHULTZ, T. (1999). “Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers”, <http://jcmc.indiana.edu/vol5/issue1/schultz.html> (05-11-2008).
- VAN DER WURFF, R. (2005). “Impact of the internet on newspapers in Europe”. *Gazette*, vol. 67 (1), London: Sage Publications, p. 107-120.
- ZAMITH, F. *et al* (2009). “Sites noticiosos portugueses–Evolução 2006-2009”, [http://obciber.files.wordpress.com/2009/12/grelha\\_2009\\_resultados.ppt](http://obciber.files.wordpress.com/2009/12/grelha_2009_resultados.ppt) (03-03-2010).
- ZAMITH, F. (2008). *Ciberjornalismo: As potencialidades da Internet nos sites noticiosos portugueses*. Porto: Edições Afrontamento.