

## Uma Proposta Metodológica para analisar o Aproveitamento das Potencialidades Ciberjornalísticas da Internet

Fernando Zamith, Universidade do Porto, Portugal

### Abstract

Este artigo tem por base a construção de uma proposta metodológica, através da qual é possível medir e comparar as potencialidades da Internet exploradas pelos ciberjornais (sites noticiosos/jornalísticos) portugueses de informação geral de âmbito nacional<sup>1</sup>. Para o conseguir, criei e apliquei uma tabela de medição dos níveis de aproveitamento das potencialidades da Internet. Esta grelha de análise foi construída de forma a poder ser aplicada novamente, ao mesmo universo ou a qualquer outro, o que permitirá estabelecer comparações em diferentes momentos e entre ciberjornais de diferentes tipos, países e públicos-alvo. Através de parâmetros que procurei que fossem o mais objectivos possível, a tabela permite saber com rigor se o aproveitamento das potencialidades da Internet é alto ou baixo, bem como estabelecer um ?ranking? dos ciberjornais.

### 1. Tabela de medição do aproveitamento das potencialidades da Internet

Para o estudo dos níveis de aproveitamento das potencialidades da Internet pelos ciberjornais portugueses, criei uma tabela que permitisse, através de parâmetros o mais objectivos possível, saber com rigor se esse aproveitamento é alto ou baixo, bem como estabelecer um "ranking" dos ciberjornais portugueses.

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

A grelha de análise 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.

A distribuição percentual da pontuação máxima teve em conta a relevância que cada potencialidade assume para o ciberjornalismo. Assim, à interactividade foi atribuído um máximo de 25 pontos (25%), à hipertextualidade 20, à multimedialidade, instantaneidade, personalização e memória 12 pontos cada, à ubiquidade 4 e à criatividade 3. 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,

<sup>1</sup> Este artigo tem por base a proposta metodológica apresentada na dissertação de mestrado que defendi em Fevereiro de 2007, na Universidade do Minho, Portugal.

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 tabela de Schultz, os pontos atribuídos aos novos campos tiveram como referência comparativa a distribuição pontual dessa tabela. 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 de relógios em diferentes fusos horários. Noutro exemplo, considerou-se mais importante a possibilidade de configuração profunda do primeiro ecrã do ciberjornal (quatro pontos) do que a existência de um fórum de discussão participado por jornalistas ou de um conteúdo global em duas ou mais línguas (ambos valorizados em três pontos). 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.

Quadro 1 – Pontuação/percentagem atribuída a cada potencialidade

POTENCIALIDADE	PONTUAÇÃO/PERCENTAGEM
Interactividade	25
Hipertextualidade	20
Multimedialidade	12
Instantaneidade	12
Ubiquidade	4
Memória	12
Personalização	12
Criatividade	3
TOTAL (Máximo)	100

Tendo em conta a proximidade existente entre alguns elementos de análise das diferentes potencialidades, foram atribuídos a alguns dos campos potencialidades associadas. Esta inclusão teve um duplo objectivo. Por um lado, estudar transversalmente características da Internet que alguns autores (Pavlik, 2001: 4-22) distinguem como potencialidades do ciberjornalismo – a hipermedialidade (presença cumulativa de hipertextualidade e multimedialidade) e a contextualização (potenciada pela hipertextualidade). Por outro lado, permite estabelecer um segundo nível (mais alargado) de análise transversal de algumas potencialidades, somando à pontuação específica obtida nessa área/potencialidade os pontos obtidos nos campos a que a potencialidade surge associada. Por exemplo, a instantaneidade pode ser analisada num primeiro nível somando apenas os pontos obtidos na respectiva área (máximo de 12 pontos), mas também num segundo nível alargado, somando os pontos da sua área aos dos campos associados (salas de “chat”,

publicação instantânea de comentários e envio instantâneo de noticiário para o computador), o que totaliza um máximo de 19.

A observação de sinais de aproveitamento das potencialidades da Internet foi feita apenas nos espaços jornalísticos/noticiosos do ciberjornal, pelo que a tabela não foi aplicada nos restantes espaços, nomeadamente de publicidade, auto-promoção e entretenimento.

Quadro 2 – Pontuação atribuída transversalmente a cada potencialidade (incluindo potencialidades associadas)

POTENCIALIDADE	PONTUAÇÃO MÁXIMA		
	Tabela	Transversal	Total
Interactividade	<b>25</b>	-	25
Hipertextualidade	<b>20</b>	4	24
Multimedialidade	<b>12</b>	12	24
Instantaneidade	<b>12</b>	7	19
Ubiquidade	<b>4</b>	-	4
Memória	<b>12</b>	2	14
Personalização	<b>12</b>	3	15
Criatividade	<b>3</b>	-	3
Hipermedialidade	-	10	10
Contextualização	-	24	24
<b>TOTAL (Máximo)</b>	<b>100</b>	62	162

O ponto de partida para a construção da tabela foi uma outra tabela 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 tabela, que tem sido usada em variadíssimos outros estudos (Palacios *et al.*, 2002; Daltoé, 2003; Castanheira, 2004), apenas se aplica a uma das potencialidades da Internet, a interactividade, e mesmo esta restringida à interacção permitida e não real. Efectivamente, a medição da interacção real obrigaria a um estudo em muito maior profundidade e à utilização de critérios de comparação mais subjectivos, o que ultrapassa os limites desta investigação.

Quadro 3 – Tabela de medição de aproveitamento das potencialidades da Internet

– Área da Interactividade

<b>INTERACTIVIDADE</b>	<b>25</b>	
		PA
E-mail/formulário de contacto genérico	1	
E-mail/formulário de contacto de alguns jornalistas	1	
E-mail/formulário de contacto de todos os jornalistas	2	
E-mail de alguns autores dos artigos	1	
E-mail de todos os autores dos artigos	2	
E-mail de fontes originais	1	
Fórum de discussão sem participação de jornalistas	2	
Fórum de discussão com participação de jornalistas	3	
Sala de comunicação instantânea ( <i>chat</i> ) sem participação de jornalistas	1	Inst.
Sala de comunicação instantânea ( <i>chat</i> ) com participação de jornalistas	3	Inst.
Inquérito isolado	1	
Inquérito associado a outro elemento	3	Cont.
Publicação online de cartas ao director	1	
Publicação de outros conteúdos dos visitantes	1	
Publicação retardada de comentários aos artigos	1	
Publicação instantânea de comentários aos artigos	2	Inst.
Votação nos artigos	1	
Votação nos artigos com reflexo na sua visibilidade	2	
Blog ou wiki aberto à participação dos visitantes	2	
Conteúdo jornalístico multimédia interactivo	2	Mult.

Todos os campos da tabela de Schultz foram integrados na nova tabela, ainda que com ligeiras adaptações à realidade actual. Assim, aos campos sobre correio electrónico foram adicionados os formulários de contacto e os endereços de e-mail sem hiperligação<sup>2</sup>. O campo “E-mail links to politicians/officials” foi alargado a contactos de e-mail de quaisquer fontes. Ao contrário do que consta no estudo publicado online<sup>3</sup>, a pontuação máxima que um ciberjornal pode obter na aplicação da tabela de Schultz é 16 pontos e não 15. O erro foi reconhecido pelo próprio autor da tabela, Tanjev Schultz, num contacto por e-mail. Como tal, foi considerada a soma total máxima de 16 pontos para o ciberjornal que cumprisse todos os requisitos previstos na tabela.

Atendendo à desactualização da tabela de Schultz (Pereira, 2006), foram acrescentados campos relativos a opções de interacção com a audiência que entretanto surgiram nos ciberjornais, muitas delas a reboque do chamado *Jornalismo Participativo*. A abertura à publicação de outros conteúdos dos visitantes que não

<sup>2</sup> Muitos sites deixaram de incluir “links” para e-mail para evitar mensagens automáticas (“spam”).

<sup>3</sup> <http://jcmc.indiana.edu/vol5/issue1/schultz.html>

apenas as tradicionais cartas ao director, a possibilidade de votar e comentar os artigos, a criação de blogs e wikis abertos à participação dos visitantes e a oferta de conteúdos jornalísticos multimédia interactivos foram os elementos incluídos neste alargamento do âmbito da interactividade como potencialidade da Internet que os ciberjornais podem aproveitar.

Na pontuação atribuída aos novos elementos de análise da interactividade, foi valorizada a liberdade de reacção e/ou interacção dada ao visitante, em detrimento do nível de intervenção/censura do ciberjornal. Daí que, ao contrário de outros estudos (Pereira, 2006), foram mais pontuadas as opções de comentários instantâneos do que as de comentários retardados (por muitos eufemisticamente classificados como “moderados”), atendendo a que nestes o visitante fica sempre na dúvida quanto aos reais critérios de exclusão de comentários (Castanheira, 2004).

Quadro 4 – Tabela de medição de aproveitamento das potencialidades da Internet

– Área da Hipertextualidade

<b>HIPERTEXTUALIDADE</b>	<b>20</b>	
		PA
Hiperligação genérica relacionada	1	Cont
Hiperligação extra-textual a artigo relacionado simultâneo	1	Cont.
Hiperligação intra-textual a artigo relacionado simultâneo	2	Cont.
Hiperligação extra-textual a artigo relacionado em arquivo	1	Co/Me
Hiperligação intra-textual a artigo relacionado em arquivo	2	Co/Me
Hiperligação extra-textual a fonte documental original	2	Cont.
Hiperligação intra-textual a fonte documental original	3	Cont.
Hiperligação extra-textual a cronologia do assunto tratado	1	Cont.
Hiperligação intra-textual a cronologia do assunto tratado	2	Cont.
Hiperligação extra-textual a áudio relacionado	2	Mu/Co
Hiperligação intra-textual a áudio relacionado	3	Mu/Co
Hiperligação extra-textual a vídeo relacionado	2	Mu/Co
Hiperligação intra-textual a vídeo relacionado	3	Mu/Co
Hiperligação extra-textual a infografia relacionada	1	Mu/Co
Hiperligação intra-textual a infografia relacionada	2	Mu/Co
Hiperligação extra-textual a galeria de imagens ou diaporama relacionados	1	Mu/Co
Hiperligação intra-textual a galeria de imagens ou diaporama relacionados	2	Mu/Co

Para medir os níveis de aproveitamento de outra das potencialidades da Internet, a hipertextualidade, usei como texto de base a proposta metodológica de Alejandro Rost (Rost, 2003), sem descuidar as estruturas hipertextuais propostas no “Manual de Redacción Ciberperiodística” (Díaz Noci e Salaverría, 2003: 120-133), o diagrama de reportagem multimédia de Carole Rich (1998) e os resultados de um interessante inquérito

online sobre o consumo de notícias online (Van der Crabben, 2005), que demonstram, designadamente, a grande importância que o leitor de uma cibernotícia dá às hiperligações para as fontes originais das notícias. Foram tidas em conta também as dimensões básicas do que John Pavlik define como *Jornalismo Contextualizado* (Pavlik, 2001: 4). Atendendo à ligação muito estreita que existe entre a hipertextualidade e a contextualização (em grande parte dos casos é recomendável no ciberjornalismo que a contextualização seja hipertextual), por alguns autores distinguida como uma das características da Internet de que os ciberjornais podem e devem tirar proveito, optei por não criar na tabela uma área de medição da contextualização, remetendo a análise específica desta potencialidade para uma soma autónoma e transversal dos vários itens em que classifiquei a contextualização como potencialidade associada.

Na sua proposta metodológica para estudar o hipertexto num jornal digital, Rost (2003: 180) distingue três tipos de hiperligações segundo a “especialização” – internos (para a mesma secção temática), transversais (para outras secções do ciberjornal) e externos (para outros sítios da Internet). Outros autores reduzem esta análise a hiperligações internas ou externas. Na construção da tabela, não foi tida em conta esta distinção, porque o que importa neste estudo é saber se os ciberjornais utilizam ou não o hipertexto, independentemente de ser para páginas próprias ou alheias (questão valorizada na segunda parte do estudo, correspondente à análise em profundidade dos ciberjornais portugueses de informação geral de âmbito nacional sem origem nos media tradicionais). Não há razão para pontuar de diferente forma uma hiperligação apenas por ser interna ou externa (se o fizesse, estaria a afirmar que criar uma ligação interna significa aproveitar melhor ou pior a potencialidade hipertextual da Internet do que criar uma ligação externa).

Optei, sim, por distinguir se a hiperligação é intra-textual (no miolo do texto) ou extra-textual (no fim ou ao lado do texto – como “Notícia relacionada”, por exemplo). Ao fazer uma hiperligação intra-textual, ou *embutida* (Canavilhas, 2006: 8), o ciberjornalista estará a construir uma linguagem multilinear adequada às características de navegação na Internet (ainda que com o risco de criar alguma confusão no leitor menos experimentado), permitindo que o leitor escolha um caminho alternativo, complementar ou paralelo, em vez de se cingir a uma ordem de leitura obrigatória. Com *links* embutidos, o ciberjornalista estará a tirar melhor proveito da potencialidade hipertextual da Internet do que com uma mera listagem, fora do texto, de conteúdos relacionados.

## Quadro 5 – Tabela de medição de aproveitamento das potencialidades da Internet

## – Área da Multimedialidade

<b>MULTIMEDIALIDADE</b>	<b>12</b>
Fotografia ou desenho	1
Diaporama	2
Infografia estática	1
Infografia dinâmica	3
Áudio	3
Vídeo sem som	3
Vídeo sonoro	4

Tal como na análise da hipertextualidade, o diagrama de Rich também foi tido em conta no grupo de itens da tabela destinados à medição dos níveis de multimedialidade. No entanto, aos elementos habitualmente classificados como multimédia - áudio, vídeo, imagem fixa (fotografia, desenho, pintura) e infografia -, foi acrescentado o diaporama, que tem ganho adeptos, sobretudo entre os ciberjornais norte-americanos<sup>4</sup>. Apenas foi considerada neste campo de medição a existência no ciberjornal de dispositivos multimédia isolados, dado que a presença de hipermédia (hipertexto para conteúdo multimédia) foi analisada no campo da hipertextualidade.

## Quadro 6 – Tabela de medição de aproveitamento das potencialidades da Internet

## – Área da Instantaneidade

<b>INSTANTANEIDADE*</b>	<b>12</b>	
Conteúdo em actualização permanente	2	PA
Actualização de artigo explicitada	1	
Data e hora dos artigos	1	Cont.
Artigo novo 4 horas depois	1	
Artigo principal novo 4 horas depois	2	
Artigo novo 8 horas depois	1	
Artigo principal novo 8 horas depois	2	
Artigo novo 12 horas depois	1	
Artigo principal novo 12 horas depois	2	
Artigo novo 16 horas depois	1	
Artigo principal novo 16 horas depois	2	

<sup>4</sup> Um bom exemplo é o diaporama, acompanhado por comentários sonoros, sobre a Casa da Música publicado na edição online do New York Times - <http://www.nytimes.com/2005/04/10/arts/design/10ouro.html?ex=1270785600&en=9f6f7fddae64b111&ei=5090&partner=rssuserland>

A instantaneidade, ou simultaneidade (Salaverría, 2005a: 19), é outra das inegáveis potencialidades da Internet. Para a tabela criada para o presente estudo foi definido como aproveitamento desta potencialidade da Internet, ausente nos jornais em papel, a existência de conteúdo de actualização permanente, a actualização explicitada de um artigo, a referência à data e hora das notícias e a inclusão de artigos novos ao longo do dia (apenas entre as 09h00 e as 21h00, dado o estudo se cingir a ciberjornais de âmbito nacional).

Quadro 7 – Tabela de medição de aproveitamento das potencialidades da Internet

– Área da Ubiquidade

<b>UBIQUIDADE</b>	<b>4</b>	
		PA
Conteúdo parcial em 2 ou mais línguas	2	Pers.
Conteúdo global em 2 ou mais línguas	3	Pers.
Relógios em diferentes fusos horários	1	

Na medição da ubiquidade, outra das características da Internet que pode ser assumida como potencialidade para os ciberjornais, foram relevados os elementos que demonstrem a consciencialização do responsável pelo ciberjornal de que os conteúdos deste podem ser acedidos em qualquer parte do planeta, por pessoas das mais variadas culturas. Conteúdo principal em mais do que uma língua e relógios em diferentes fusos horários foram os elementos seleccionados para medir a ubiquidade.

Quadro 8 – Tabela de medição de aproveitamento das potencialidades da Internet

– Área da Memória

<b>MEMÓRIA</b>	<b>12</b>	
		PA
Arquivo parcial simples	1	
Arquivo parcial organizado por datas e categorias	2	
Arquivo global simples	3	
Arquivo global organizado por datas e categorias	4	
Caixa de pesquisa interna simples	2	
Caixa de pesquisa interna por 2 critérios	3	
Caixa de pesquisa interna por 3 ou mais critérios	4	
Etiquetas ( <i>tags</i> ) temáticas associadas a cada artigo	4	Hip.

A construção da tabela no que diz respeito à memória teve em conta os elementos normalmente destacados em estudos semelhantes (Daltoé, 2003: 14-15; Palacios *et al.*, 2002: 11) e em modelos teóricos



(López, Gago e Pereira, 2003: 210-215). Aos tradicionais métodos de recuperação da informação, através de arquivo e caixa de pesquisa, acrescentei a etiquetagem (“tagging”) de cada notícia com palavras-chave que dão acesso imediato a todo o conteúdo anterior com a mesma etiqueta. O uso de “tags” nas cibernotícias é a primeira de 18 recomendações feitas por Todd Zeigler (2006) para que os jornais melhorem a sua presença na Internet.

#### Quadro 9 – Tabela de medição de aproveitamento das potencialidades da Internet

– Área da Personalização

<b>PERSONALIZAÇÃO</b>	<b>12</b>	
		PA
Envio de noticiário geral para e-mail	1	
Envio de noticiário seleccionado para e-mail	2	
Envio de noticiário para um dispositivo móvel	1	
Envio de noticiário para dois ou mais dispositivos móveis	2	
Envio instantâneo de noticiário geral para computador	1	Inst.
Envio instantâneo de noticiário seleccionado para computador	2	Inst.
RSS geral	1	
RSS temático	2	
Configuração simples do 1º ecrã do ciberjornal	2	
Configuração profunda do 1º ecrã do ciberjornal	4	

Uma das potencialidades da Internet que cada vez mais está a ser aproveitada pelos ciberjornais é a personalização. Frequentemente enquadrada na interactividade (Amaral & Espanha, 2006: 31), pela intervenção do utilizador na configuração da forma e dos conteúdos que pretende receber, a personalização tem sido destacada por vários autores e investigadores (Parra Valcarce e Álvarez Marcos, 2004: 112-113; López, Gago e Pereira, 2003: 226; Daltoé, 2003: 13; Bardoel e Deuze, 2000; Palacios, 2002: 4) como uma característica autónoma.

Para a análise desta potencialidade, foi pontuada a possibilidade dada ao utilizador de configurar o primeiro ecrã do ciberjornal, de receber noticiário no seu e-mail e/ou telemóvel e de subscrever *feeds* RSS, que lhe permitam aceder às actualizações do site num leitor específico<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> Por exemplo, Bloglines - <http://bloglines.com/> - ou Google Reader - <http://reader.google.com>.

Quadro 10 – Tabela de medição de aproveitamento das potencialidades da Internet  
– Área da Criatividade

<b>CRIATIVIDADE</b>	<b>3</b>
Outro tipo de aproveitamento de potencialidades da Internet	1
Dois outros tipos de aproveitamento de potencialidades da Internet	2
Três ou mais outros tipos de aproveitamento de potencialidades da Internet	3

Prevendo a possibilidade de encontrar nos ciberjornais analisados outros tipos de aproveitamento das potencialidades da Internet, foi incluída na tabela uma área que valoriza a criatividade do ciberjornal.

Os docentes e investigadores entrevistados, António Granado, Helder Bastos, João Canavilhas e Luís António Santos, não acompanharam a construção da tabela, mas contribuíram para a sua estruturação global e para a delimitação do universo a que seria aplicada neste estudo, ao validarem, na generalidade, as características propostas como potencialidades ciberjornalísticas da Internet e ao escolherem os ciberjornais que deveriam ser estudados.

## 2. Explicitação da tabela

### INTERACTIVIDADE

**E-mail/formulário de contacto genérico** – Presença de um endereço de e-mail ou formulário de contacto genérico com a direcção ou redacção do ciberjornal.

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

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

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

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

**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).

**Fóruns de discussão sem participação de jornalistas** – Presença de pelo menos um fórum de discussão aberto à participação de visitantes, mas sem a participação de jornalistas do ciberjornal.

**Fóruns de discussão com participação de jornalistas** – Presença de pelo menos um fórum de discussão aberto à participação de visitantes, com a participação de pelo menos um jornalista do ciberjornal.

**Salas de comunicação instantânea (*chat*) sem participação de jornalistas** – Presença de pelo menos uma caixa ou página de comunicação instantânea, mas sem participação de jornalistas do ciberjornal.

**Salas de comunicação instantânea (*chat*) com participação de jornalistas** – Presença de pelo menos uma caixa ou página de comunicação instantânea, com a participação de pelo menos um jornalista do ciberjornal.

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

**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 do ciberjornal (artigo ou conteúdo multimédia, por exemplo).

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

**Publicação de outros conteúdos dos visitantes** – Presença de pelo menos um outro conteúdo (que não carta ao director/editor) enviado por visitante(s) por correio normal ou electrónico.

**Publicação retardada de comentários aos artigos** – Possibilidade de comentar artigos, mas com visualização do comentário retardada (por sistema de triagem ou monitorização prévia).

**Publicação instantânea de comentários aos artigos** – Possibilidade de comentar artigos, com visualização instantânea do comentário.

**Votação nos artigos** – Possibilidade de votar nos artigos, mas sem reflexo no espaço ou tempo de exposição/visualização no ciberjornal.

**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 ciberjornal (lista de mais votados, por exemplo).

**Blog ou wiki aberto à participação dos visitantes** – Presença de ferramenta ou formato de publicação (blog ou wiki, por exemplo) que permita a publicação de conteúdo pelo próprio visitante, de forma activa e não reactiva. Este item não abrange a mera possibilidade de comentar artigos colocados pelo ciberjornal num blog.

**Conteúdo jornalístico multimédia interactivo** – Presença de conteúdo jornalístico multimédia que permita ao visitante/utilizador interagir, fazendo com que, em cada momento, esse conteúdo possa ser diferente de utilizador para utilizador em resultado da intervenção destes.

## HIPERTEXTUALIDADE

**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.

**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.

**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.

**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 ciberjornal.

**Hiperligação intra-textual a artigo relacionado em arquivo** – *Link* dentro do texto para artigo relacionado em arquivo... (idem, campo anterior)

**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.

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

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

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

**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.

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

**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.

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

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

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

**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: de galeria de imagens ou diaporama para artigo (texto) relacionado.

**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: de galeria de imagens ou diaporama para artigo (texto) relacionado.

## MULTIMEDIALIDADE

**Fotografia** – Presença de pelo menos uma fotografia.

**Diaporama** – Presença de pelo menos um diaporama. Não são consideradas galerias fotográficas ou diapositivos de selecção individual.

**Infografia estática** – Presença de pelo menos uma infografia fixa/estática.

**Infografia dinâmica** – Presença de pelo menos uma infografia dinâmica.

**Áudio** – Possibilidade de ouvir pelo menos um registo sonoro ou som em directo.

**Vídeo sem som** – Possibilidade de ver pelo menos um registo vídeo ou imagens em movimento em directo, mas sem som.

**Vídeo sonoro** – Possibilidade de ver e ouvir pelo menos um registo vídeo ou imagens em movimento em directo, com som.

## **INSTANTANEIDADE**

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

**Actualização de artigo explicitada** – Referência que o artigo foi actualizado.

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

**Artigo novo 4 horas depois** – Pelo menos um artigo novo (ainda que numa área de “Últimas notícias”) no primeiro ecrã do ciberjornal quatro horas depois da primeira observação. Neste estudo, a primeira observação foi feita a todo o universo entre as 09:00 e as 10:00 de um dia útil (15/11/2006, quarta-feira). Pelas razões explicadas no ponto seguinte, os intervalos de observação da presença de novos artigos foram reduzidos neste estudo de quatro para três horas.

**Artigo principal novo 4 horas depois** – Artigo principal (de maior destaque) no primeiro ecrã do ciberjornal quatro horas depois da primeira observação.

**Artigo novo 8 horas depois** – Pelo menos um artigo novo no primeiro ecrã do ciberjornal quatro horas depois da segunda observação.

**Artigo principal novo 8 horas depois** – Artigo principal no primeiro ecrã do ciberjornal quatro horas depois da segunda observação.

**Artigo novo 12 horas depois** – Pelo menos um artigo novo no primeiro ecrã do ciberjornal quatro horas depois da terceira observação.

**Artigo principal novo 12 horas depois** – Artigo principal no primeiro ecrã do ciberjornal quatro horas depois da terceira observação.

**Artigo novo 16 horas depois** – Pelo menos um artigo novo no primeiro ecrã do ciberjornal quatro horas depois da quarta observação.

**Artigo principal novo 16 horas depois** – Pelo menos um artigo novo no primeiro ecrã do ciberjornal quatro horas depois da quarta observação.

## **UBIQUIDADE**

**Conteúdo parcial em 2 ou mais línguas** – Parte do conteúdo jornalístico em mais do que uma língua.

**Conteúdo global em 2 ou mais línguas** – Todo o conteúdo jornalístico em mais do que uma língua.

**Relógios em diferentes fusos horários** – Presença de pelo menos dois relógios acertados em diferentes fusos horários

## MEMÓRIA

**Arquivo parcial simples** – Possibilidade de consultar parte do arquivo jornalístico do ciberjornal apenas por um critério de pesquisa (data ou secção, por exemplo).

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

**Arquivo global simples** – Possibilidade de consultar todo o arquivo jornalístico do ciberjornal (desde a data de estreia na Internet) apenas por um critério de pesquisa.

**Arquivo global organizado por categorias e datas** – Possibilidade de consultar todo o arquivo jornalístico do ciberjornal acedendo a espaço próprio organizado por datas e categorias.

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

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

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

**Etiquetas (*tags*) temáticas associadas a cada artigo** – Presença de etiquetas temáticas (*tags*) associadas a cada artigo, que extravasem a mera distribuição dos artigos pelas categorias/secções do ciberjornal. Ao “cliquear” 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.

## PERSONALIZAÇÃO

**Envio de noticiário geral para 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 ciberjornal.

**Envio de noticiário seleccionado para 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 ciberjornal (só actualizações sobre economia ou desporto, por exemplo)

**RSS geral** – 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 ciberjornal em texto ou áudio (*podcasts*) através de um leitor desses *feeds*, sem necessidade de visitar o ciberjornal.

**RSS temático** – Disponibilização de *feeds* RSS, XML, Atom ou similar que permita aceder a actualizações específicas (por categoria temática, por exemplo) do ciberjornal através de um leitor desses *feeds*, sem necessidade de visitar o ciberjornal.

**Configuração simples do 1º ecrã do ciberjornal** – Possibilidade dada ao utilizador de configurar ao seu gosto menos de metade do primeiro ecrã do ciberjornal (alterando os critérios de visualização dos conteúdos das diferentes secções temáticas, por exemplo).

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

## CRIATIVIDADE

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

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

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

### 3. Critérios de aplicação da tabela

A aplicação da tabela foi feita entre 09 e 15 de Novembro de 2006 uma única vez na observação das características que são constantes ou que raramente mudam num ciberjornal (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 foram reverificados nalguns ciberjornais 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).



A observação dos itens da tabela referentes à instantaneidade foi feita no dia 15 de Novembro de 2006 em cinco momentos diferentes, com intervalos de três horas entre cada observação. Nos casos em que não se verificou qualquer actualização ao longo do dia, os ciberjornais foram observados novamente, extra-aplicação da tabela, 24 horas depois da primeira observação, cerca das 09:00 de 16 de Novembro, para se verificar se têm uma periodicidade diária (Alves & Weiss, 2004). Os cinco períodos de aplicação desta área da tabela, a todos os ciberjornais e sempre pela mesma ordem, tiveram início às 09:00, 12:00, 15:00, 18:00 e 21:00. Por razões operacionais, e atendendo ao facto de o objecto de estudo ser de âmbito nacional, foram excluídos os períodos do fim da noite e madrugada, em que apenas seriam expectáveis actualizações automáticas, nomeadamente através de notícias de agências. No entanto, em estudos de ciberjornais de âmbito global, ou de países em diferentes fusos horários ou com distintos hábitos de consumo de notícias na Internet, recomendo a aplicação da tabela em intervalos de quatro horas.

Nos casos da hipertextualidade e da multimedialidade, foram analisados os seis artigos com maior destaque em todos os ciberjornais nas manhãs de dois dias úteis (metade do universo em cada manhã), 09 e 10 de Novembro, quinta e sexta-feira, respectivamente. A restante área do primeiro ecrã<sup>6</sup> de cada ciberjornal foi observada apenas na procura de elementos multimédia. 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), foram analisados os três artigos/conteúdos de cada tipo mais próximos do topo do ecrã. A observação de cada artigo foi feita em profundidade, seguindo todos os caminhos hipertextuais (*links*) sugeridos. 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 ciberjornal. No entanto, optei neste estudo por alargar a análise a mais cinco artigos/conteúdos, dada a tradição de muitos ciberjornais portugueses 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, foi multiplicada por seis a probabilidade de cada ciberjornal pontuar em cada campo, dado que basta encontrar um elemento para que os pontos respectivos sejam atribuídos.

Toda a tabela foi aplicada por mim e sempre no mesmo computador, de tecnologia recente, e em ecrã com resolução de 1.200 por 800 pixels. Foram instalados todos os programas informáticos necessários para recepção de conteúdos no ambiente de trabalho do computador, para a interacção com os

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

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

ciberjornais/ciberjornalistas e restantes utilizadores e para a visualização e audição dos vários dispositivos e conteúdos jornalísticos dos ciberjornais observados.

Efectuei 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 fiz qualquer pagamento solicitado. Contudo, para tratamento paralelo, registei na tabela os aproveitamentos de potencialidades da Internet anunciados para subscritores/utilizadores pagantes, dando como válido que esse acesso é mesmo permitido a quem paga (se não fosse, haveria gente a reclamar e a denunciar, nomeadamente em blogs, o que não acontecia). Na análise dos dados, diferenciei os tipos de situações - acesso livre, acesso gratuito mediante registo e acesso pago -, criando três rankings paralelos.

A obrigatoriedade de registo ou de pagamento tem sido penalizada noutros estudos (Pereira, 2006), mas neste não faria sentido fazê-lo, porque o que pretendi analisar foi o nível de aproveitamento das potencialidades ciberjornalísticas da Internet, independentemente do modelo de negócio adoptado por cada título.

#### **4. Resultados globais**

A aplicação da tabela ao universo de análise permitiu confirmar que, mais de 10 anos depois das primeiras experiências jornalísticas portuguesas na Internet, os ciberjornais portugueses de informação geral de âmbito nacional aproveitam menos de um quarto das potencialidades máximas do novo meio.

O nível de aproveitamento global das potencialidades da Internet situa-se em 21,5% (Quadro 11) nos conteúdos e dispositivos de acesso livre, que constitui o tipo de acesso claramente dominante (92%). Juntando os conteúdos e dispositivos acessíveis mediante registo gratuito, o nível de aproveitamento sobe ligeiramente para 22,2%. O aproveitamento global fixa-se em 23,3% quando incluídos os conteúdos e dispositivos de acesso pago.

O cenário é ainda mais "árido" quando alargamos a análise às potencialidades associadas, dado que a aproveitamento global cai para 18%, mesmo incluindo todos os tipos de acesso (livre, com registo e pago). O PortugalDiário (37% de aproveitamento no acesso livre e 38% incluindo o acesso pago) e o Público (36% e 43%, respectivamente) são os ciberjornais estudados que tiram maior proveito das potencialidades ciberjornalísticas da Internet, mas ainda ficam longe dos 50%. No pólo oposto, está a edição online do diário Metro, que apenas aproveita 3% das potencialidades da Internet.

As edições online dos jornais Público, Expresso e The Portugal News e da agência Lusa são as que recorrem mais a conteúdos pagos, sendo o acesso a arquivo e a informação personalizada o que mais leva

os ciberjornais a usar potencialidades ciberjornalísticas da Internet como fonte de receita. Alguns títulos analisados exigem registo gratuito para aceder a parte dos conteúdos, destacando-se entre eles o 24 Horas e o Público. Metade do universo não coloca qualquer entrave ao uso livre e gratuito dos conteúdos e dispositivos resultantes do aproveitamento de potencialidades ciberjornalísticas da Internet.

Quadro 11 – Percentagem de aproveitamento das potencialidades da Internet pelos ciberjornais (acesso livre + acesso grátis com registo + acesso pago)

Ordem	Ciberjornal	Livre	Registo	Pago	Total
1º	Público	36	3	4	43
2º	PortugalDiário	37	-	1	38
3º	RTP	35	-	1	36
4º	TSF	35	-	-	35
5º	Expresso	28	2	4	34
6º	Rádio Renascença	33	-	-	33
7º	Diário Digital	32	-	-	32
	SIC	31	-	1	32
9º	Correio da Manhã	27	-	1	28
10º	TVI	26	-	-	26
11º	Lusa	14	2	9	25
12º	Fábrica de Conteúdos	22	-	-	22
	Visão	21	1	-	22
14º	Sol	17	2	-	19
15º	Jornal Digital	18	-	-	18
16º	Jornal de Notícias	17	-	-	17
17º	The Portugal News	9	-	4	13
18º	Semanário	11	-	-	11
19º	24 Horas	6	4	-	10
20º	Destak	8	-	-	8
	Diário de Notícias	8	-	-	8
22º	Metro	3	-	-	3
	<b>Média</b>	<b>21,5</b>	<b>0,7</b>	<b>1,1</b>	<b>23,3</b>

A instantaneidade é a única potencialidade com um aproveitamento superior a 50% (51,5%, Quadro 12), o que demonstra que, na generalidade, os ciberjornais portugueses já se desprenderam das “amarras” das classificações periódicas tradicionais da imprensa, rádio e televisão, difundindo material jornalístico a qualquer momento, como sempre fizeram as agências noticiosas. A memória (37,5%) e a multimedialidade (26,5%) são as outras potencialidades que ultrapassam a média, o que, neste último caso, contraria algumas ideias feitas de alegada prevalência de sites jornalísticos *monomedium*. No ponto específico

relativo à multimedialidade analiso esta questão em maior detalhe, destacando, nomeadamente, a ainda persistente presença de conteúdos multimédia desgarrados, sem qualquer articulação entre si.

Com apenas 6,8% de aproveitamento, a ubiquidade revelou-se a potencialidade menos valorizada pelos ciberjornais portugueses, que também não mostraram grande criatividade na utilização de potencialidades não previstas nas sete áreas principais. Verdadeiramente desastroso foi o muito baixo nível de hipertextualidade (10,7%) encontrado, o que indicia um estágio ainda muito embrionário de desenvolvimento de linguagens e técnicas de articulação de conteúdos, até porque estamos perante uma das mais “baratas” potencialidades ciberjornalísticas da Internet, para a qual não são necessários grandes investimentos que não os respeitantes à formação ou contratação de jornalistas capazes de construir estruturas hipertextuais adequadas ao conteúdo que se pretende difundir.

A interactividade (17,5%) e a personalização (19,7%) também ficaram abaixo dos 20%, o que confirma a grande distância a que os ciberjornais “mainstream” ainda mantêm os seus visitantes e utilizadores, persistindo em produtos massificados e não abertos à escolha e participação individual. Estes níveis subiriam, com certeza, se o universo deste estudo tivesse sido alargado aos outros “jornalisms online” de que fala Mark Deuze (2003: 205). Algo a verificar num estudo posterior.

Quadro 12 – Percentagem de aproveitamento das potencialidades

	Livre	Livre + Registo	Total (Livre + Reg. + Pago)
Interactividade	16,7	17,3	<b>17,5</b>
Hipertextualidade	10,5	10,7	<b>10,7</b>
Multimedialidade	26,5	26,5	<b>26,5</b>
Instantaneidade	51,5	51,5	<b>51,5</b>
Ubiquidade	6,8	6,8	<b>6,8</b>
Memória	31,4	31,8	<b>37,5</b>
Personalização	13,3	16,3	<b>19,7</b>
Criatividade	9,1	10,1	<b>10,1</b>
<b>Todas</b>	<b>21,5</b>	<b>22,2</b>	<b>23,3</b>

##### 5. Análise dos resultados incluindo potencialidades associadas

A soma da pontuação obtida em cada potencialidade com a pontuação obtida nas “potencialidades associadas” permite-nos medir os níveis de aproveitamento das capacidades de contextualização da Internet e de utilização de hipermédia, mas também alargar o espectro de observação da presença/utilização de potencialidades transversais, como a hipertextualidade, multimedialidade,

instantaneidade, memória e personalização, evitando eventuais erros resultantes de uma observação segmentada.

Os resultados mostram que os números obtidos na aplicação simples da tabela (sem as potencialidades associadas) pecam por excesso e não por defeito, pelo que é ainda mais desolador o panorama do (sub)aproveitamento das potencialidades da Internet pelos ciberjornais portugueses de informação geral de âmbito nacional.

Quadro 13 – Percentagem de aproveitamento global incluindo potencialidades associadas

POTENCIALIDADE	PERCENTAGEM DE APROVEITAMENTO		
	Tabela	Transversal	Global
Interactividade	17,5	-	<b>17,5</b>
Hipertextualidade	10,7	0	<b>8,9</b>
Multimedialidade	26,5	8,7	<b>17,6</b>
Instantaneidade	51,5	7,8	<b>35,4</b>
Ubiquidade	6,8	-	<b>6,8</b>
Memória	37,5	18,2	<b>34,7</b>
Personalização	19,7	6,1	<b>17</b>
Criatividade	10,1	-	<b>10,1</b>
Hipermedialidade	-	8,6	<b>8,6</b>
Contextualização	-	12,1	<b>12,1</b>
<b>MÉDIA</b>	<b>23,3</b>	<b>9,5</b>	<b>18</b>

Estes resultados demonstram que os ciberjornais usam fundamentalmente dispositivos e conteúdos com uma única função, desaproveitando os mais versáteis, que permitem explorar várias potencialidades em simultâneo.

Com a inclusão das potencialidades associadas, o aproveitamento global baixa de 23,3 para 18% (Quadro 13), verificando-se as quedas mais acentuadas na instantaneidade (de 51,5 para 35,4%) e na multimedialidade (de 26,5 para 17,6%). As duas potencialidades não abrangidas directamente pela tabela, hipermedialidade e contextualização, também registam percentagens de aproveitamento muito baixas, de 8,6 e 12,1%, respectivamente. Estes valores demonstram claramente que a articulação entre os vários conteúdos jornalísticos é extremamente escassa, predominando ainda os conteúdos isolados e as estruturas hipertextuais lineares, como se o hipertexto apenas servisse para indicar a localização do material noticioso transposto para a Internet tal como foi difundido no meio tradicional.

### 6. Interactividade: Comparação com EUA em 1998

Podemos verificar no Quadro 14 que os ciberjornais portugueses de informação geral de âmbito nacional tinham em Novembro de 2006 um nível de disponibilização (3,2 pontos, em média) das opções de interacção tabeladas por Schultz inferior ao dos sites dos jornais norte-americanos no Verão de 1998 (média de 4,1 pontos). Só três títulos, o PortugalDiário, a Visão e o Público, conseguiam estar acima da média dos jornais online norte-americanos observados oito anos antes. O PortugalDiário destaca-se claramente dos outros, com uma pontuação muito razoável (nove pontos), fruto, nomeadamente, da indicação dos endereços de e-mail dos jornalistas, para que o visitante possa contactar directamente os autores da notícias, e da disponibilização de fóruns de discussão e salas de “chat”, para que os utilizadores possam trocar impressões sobre os mais variados temas.

Quadro 14 – Aplicação da Tabela de Schultz aos ciberjornais portugueses (comparação com aplicação feita por Schultz em 1998 a 100 jornais online norte-americanos)

Ordem	Ciberjornal	Pontuação
	<i>Florida Times-Union (estudo EUA, 1998)</i>	12
1º	PortugalDiário	9
2º	Visão	6
3º	Público	5
	<i>Média 100 jornais online dos EUA em 1998</i>	4,1
4º	Correio da Manhã	4
	Destak	4
	Diário Digital	4
	Expresso	4
	Jornal de Notícias	4
	Sol	4
	<i>Média 22 ciberjornais portugueses em 2006</i>	3,2
10º	Fábrica de Conteúdos	3
	Jornal Digital	3
	Semanário	3
	TSF	3
14º	Diário de Notícias	2
	Lusa	2
	Rádio Renascença	2
	RTP	2
	TVI	2
19º	24 Horas	1
	Metro	1
	SIC	1
	The Portugal News	1

No pólo oposto, quatro títulos somaram apenas um ponto: três (24 Horas, SIC e The Portugal News) pela disponibilização de um formulário de contacto ou endereço de e-mail genérico, e o outro (Metro) pela indicação dos endereços de correio electrónico de alguns dos autores das notícias. De notar que o site do Metro não oferecia qualquer forma de contacto pela Internet com os responsáveis da edição portuguesa, nem sequer na ficha técnica do jornal impresso disponibilizado em PDF.

### **Bibliografia**

Alves, R. C., & Weiss, A. S. (2004) 'Many Newspaper Sites Still Cling to Once-a-Day Publish Cycle', <http://ojr.org/ojr/workplace/1090395903.php> (20-01-2005).

Amaral, S., Cardoso, G. & Espanha, R. (2006) 'As rádios portuguesas e o desafio do (on) line', [http://www.obercom.pt/client/?newsId=254&fileName=wr3\\_radio\\_revisto\\_gustavo\\_rita\\_pdf\\_pat.pdf](http://www.obercom.pt/client/?newsId=254&fileName=wr3_radio_revisto_gustavo_rita_pdf_pat.pdf) (01/10/2006).

Barbosa, E. (2001) 'Interactividade: A grande promessa do jornalismo online', <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-elisabete-interactividade.pdf> (20-01-2005).

Bastos, H. (2005) 'Ciberjornalismo e narrativa hipermedia', [http://prisma.cetac.up.pt/artigos/ciberjornalismo\\_e\\_narrativa\\_hipermedia.php](http://prisma.cetac.up.pt/artigos/ciberjornalismo_e_narrativa_hipermedia.php) (12-04-2006).

Bastos, H. (2000) *Jornalismo Electrónico - Internet e Reconfiguração de Práticas nas Redacções*, Coimbra: Minerva Editora.

Canavilhas, J. (2006) 'Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada', <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf> (30-09-2006).

Castanheira, J. P. (2004) *No Reino do Anonimato: Estudo sobre o Jornalismo Online*, Coimbra: Minerva Editora.

Daltoé, A. (2003) 'Promessas, desafios e ameaças das tecnologias digitais', <http://www.bocc.ubi.pt/pag/daltoa-andrelise-promessas-desafios-tecnologias-digitais.pdf> (16-09-2006).

Deuze, M. (2003) 'The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online', *New Media & Society*, Vol. 5(2): 203-230, Sage.

Díaz Noci, J., & Salaverría, R. (2003) *Manual de Redacción Ciberperiodística*, Barcelona: Ariel Comunicación.  
Downes, E. J. & McMillan, S. J. (2000) 'Defining Interactivity in New Media' in *New Media & Society*, London: Sage Publications.

Fidler, R. (1997) *Mediamorphosis: Understanding New Media*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Kiousis, S. (2002) 'Interactivity: a concept explication' in *New Media & Society*, London: Sage Publications.

Landow, G. (1997) *Hypertext 2: the convergence of contemporary critical theory and technology*, Baltimore: The Johns Hopkins.

Lasica, J. D. (2002) 'The Promise of the Daily Me', <http://www.ojr.org/lasica/p1017779142.php> (23-11-2003).

Lévy, P. (2000) *Cibercultura*, Lisboa: Instituto Piaget.

Lievrouw, L. & Livingstone, S. (2002) *The Handbook of New Media*, Londres: Sage.

López, X., Gago, M. & Pereira, X. (2003) 'Arquitectura y organización de la información', in Díaz Noci, J., & Salaverría, R. (coord.) *Manual de Redacción Ciberperiodística*, Barcelona: Ariel Comunicación, 2003. p. 195-230.

Manta, A. (1997) 'Guia do Jornalismo na Internet', <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/manta/Guia/> (20/10/2006).

Massey, B. & Levy, M. R. (1999) 'Interactive online journalism at english language web newspapers in Asia', *Gazette*, London: Sage Publications.

Mielniczuk, L. (2001) 'Características e implicações do jornalismo na Web', <http://www.webjornalismo.com/sections.php?op=viewarticle&artid=22> (05/10/2006).



Millison, D. (2004) 'Online Journalism FAQ', <http://home.comcast.net/%7Edougmillison/faq.html> (20-01-2005).

Negroponete, N. (1996) *Ser Digital*, Lisboa: Editorial Caminho.

Nielsen, J. (2005) 'Revived Advance Hypertext', <http://www.useit.com/alertbox/20050103.html> (28-06-2005).

Nielsen, J. (2002) 'Deep Linking is Good Linking', <http://www.useit.com/alertbox/20020303.html> (28-06-2005).

Nielsen, J. (1995a) 'Guidelines for Multimedia on the Web', <http://www.useit.com/alertbox/9512.html> (28-06-2005).

Nielsen, J. (1995b) 'Short History of Hypertext', <http://www.useit.com/alertbox/history.html> (26/10/2006).

Nunes, R. (2005) 'Notícia digital: processos de construção', <http://www.bocc.ubi.pt/pag/nunes-ricardo-processos-de-construcao.pdf> (30-06-2005).

Oblak, T. (2005) 'The lack of interactivity and hypertextuality in online media', *Gazette*, Vol. 67 (1): 87-106, London, Thousand Oaks & New Delhi: Sage Publications.

Oppenheimer, T. (1993) 'Exploring the Interactive Future', *Columbia Journalism Review*, <http://www.cjr.org/html/93-11-12-interactive.html> (27-02-2003).

Outing, S. (2004) 'What Journalists Can Learn From Bloggers', [http://www.poynter.org/content/content\\_view.asp?id=75383](http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=75383) (20-01-2005).

Overholser, G. (2006) 'On Behalf of Journalism: A Manifesto for Change', [http://www.annenbergpublicpolicycenter.org/Overholser/20061011\\_JournStudy.pdf](http://www.annenbergpublicpolicycenter.org/Overholser/20061011_JournStudy.pdf) (31/10/2006).

Palacios, M., Mielniczuk, L., Barbosa, S., Ribas, B. & Narita, S. (2002) 'Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português', *Comunicarte, Revista de Comunicação e Arte*, vol.1, n.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) (20/10/2006).

Palomo Torres, M. B. (2004) *El periodista on line: de la revolución a la evolución*, Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Parra Valcarce, D. & Álvarez Marcos, J. (2004), *Ciberperiodismo*, Madrid: Editorial Síntesis.

Paul, N. (2005) '«New news» retrospective: Is online news reaching its potential?', <http://www.ojr.org/ojr/stories/050324paul/> (30-06-2005).

Paul, N. (1999) *Computer Assisted Research: a guide to tapping online information*, Florida: The Poynter Institute.

Pavlik, J. V. (2001) *Journalism and New Media*, Columbia University Press.

Pereira, J. P. (2006) 'Potencial de interação: comparativo de sites noticiosos portugueses', <http://www.jpereira.com/engrenagem/?p=805> (04-09-2006).

Primo, A. F. T. & Cassol, M. B. F. (s/d) 'Explorando o conceito de interatividade: definições e taxonomias', <http://www.psico.ufrgs.br/~aprimo/pb/pgie.htm> (27-06-2005).

Reddick, R., e King, E. (1995) *The Online Journalist: Using the Internet and Other Electronic Resources*, Fort Worth, TX: Harcourt Brace.

Rich, C. (1998) 'Newswriting for the web', <http://members.aol.com/crich13/poynter1.html> (20-01-2005).

Rost, A. (2003) 'Una propuesta metodológica para estudiar el hipertexto en el periódico digital', *Anàlisi*, 30: 169-183.

Salaverria, R. (2005) *Redacción Periodística en Internet*. Barcelona: Eunsal.

Schultz, T. (2000) 'Mass media and the concept of interactivity: an exploratory study of online forums and reader email', *Media, Culture and Society*, London: Sage Publications.

Schultz, T. (1999) 'Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers', <http://jcmc.indiana.edu/vol5/issue1/schultz.html> (01-09-2006).

Soares, T. M. (2006) *Cibermedi@ - Os meios de Comunicação Social Portugueses Online*, Lisboa: Escolar Editora.

Sousa, H. (2006) 'Information Technologies, Social Change and the Future - The Case of Online Journalism in Portugal', *European Journal of Communication*, 21 (3), London: Sage Publications.

Tremayne, M. (2005) 'News Websites as Gated Cybercommunities', *Convergence*, Vol. 11(3): 28-39.

Van der Crabben, J. (2005) 'News Consumption in Online Communities', [http://www.jan.vandercrabben.name/pdf/CC3000\\_Dissertation\\_Body.pdf](http://www.jan.vandercrabben.name/pdf/CC3000_Dissertation_Body.pdf) (28-10-2005).

Van der Wurff, R. (2005) 'Impact of the internet on newspapers in Europe', *Gazette*, Vol. 67 (1): 107-120, London: Sage Publications.

Ward, M. (2002) *Journalism Online*, Woburn: Focal Press.

Zamith, F. (2007) 'O subaproveitamento das potencialidades da Internet pelos ciberjornais portugueses', [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) (20.06.2007).

Zamith, F. (2005) 'Pirâmide invertida na cibernotícia: a resistência de uma técnica centenária', [http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/piramide\\_invertida\\_na\\_cibernoticia.pdf](http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/piramide_invertida_na_cibernoticia.pdf) (11.11.2005).

Zamith, F. (2001) 'Dos jornais-fax de Moçambique aos web-jornais', *Comunicação e Sociedade*, Vol. 3 nº 1-2, Braga: Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.

Zeigler, T. (2006) '9 Ways for Newspapers to improve their Websites', <http://www.bivingsreport.com/2006/9-ways-for-newspapers-to-improve-their-websites> (01-10-2006).