

**Marcos Palacios (org.)**

# **Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo**

**Volume 1: Modelos**

LabCom Books 2011



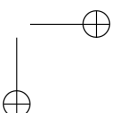
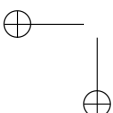


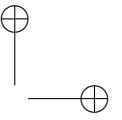
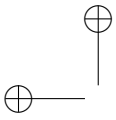


Marcos Palacios (Orgs.)

# Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo (Volume 1: Modelos)

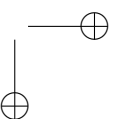
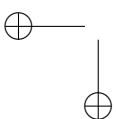
LabCom Books 2011

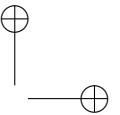




Livros LabCom  
[www.livroslabcom.ubi.pt](http://www.livroslabcom.ubi.pt)  
Série: Estudos em Comunicação  
Direcção: António Fidalgo  
Design da Capa: Madalena Sena  
Paginação: Filomena Matos  
Portugal, Covilhã, UBI, LabCom, Livros LabCom, 2011  
ISBN: 978-989-654-075-3

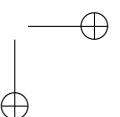
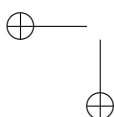
As pesquisas que embasam os textos publicados nesta coletânea foram financiadas pela CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior/Ministério da Educação/ Brasil) e pela DGU (Dirección General de Universidades/Ministerio de Educación y Ciencia/Espanha), através do Convênio CAPES/DGU, no período de 2007 a 2010.





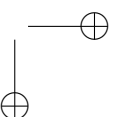
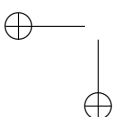
# Índice

<b>Apresentação</b>	<b>1</b>
<b>Ferramenta para Catalogação de Cibermeios</b> <i>por Javier Díaz Noci</i>	<b>5</b>
<b>Ferramenta para Análise Geral de Qualidade em Cibermeios</b> <i>por Lluís Codina</i>	<b>21</b>
<b>Ferramenta para Análise de Hipertextualidade em Cibermeios</b> <i>por Suzana Barbosa e Luciana Mielniczuk</i>	<b>37</b>
<b>Ferramenta para Análise de Interatividade em Cibermeios</b> <i>por Koldo Meso, Graciela Natansohn, Bella Palomo e Claudia Quadros</i>	<b>51</b>
<b>Ferramenta para Análise de Multimídia em Cibermeios</b> <i>por Pere Masip, Josep Lluís Micó e Tattiana Teixeira</i>	<b>81</b>
<b>Ferramenta para Análise de Design em Cibermeios</b> <i>por Bella Palomo, Itanel Quadros e Fernando Firmino da Silva</i>	<b>131</b>
<b>Ferramenta para Análise de Bases de Dados em Cibermeios</b> <i>por Suzana Barbosa, Elias Machado e José Pereira</i>	<b>167</b>
<b>Ferramenta para Análise de Memória em Cibermeios</b> <i>por Marcos Palacios e Beatriz Ribas</i>	<b>183</b>





<b>Ferramenta para Análise de Blogs em Cibermeios</b> <i>por</i> <b>Koldo Meso, Graciela Natansohn, Bella Palomo e Claudia Quadros</b>	<b>207</b>
<b>Avaliação de Qualidade em Cibermeios: um percurso de pesquisa coletiva</b> <i>por</i> <b>Lluís Codina, Javier Díaz Noci e Marcos Palacios</b>	<b>237</b>
<b>Lista de Autores e Tradutores</b>	<b>291</b>





# Apresentação

## Em busca da Qualidade em Ciberjornalismo

Marcos Palacios

**Isto não é um livro.  
É uma Caixa de Ferramentas.**

Produzir uma **Caixa de Ferramentas**: foi essa a intenção dos pesquisadores do Brasil e Espanha que integraram o Convênio Capes/DGU 140/07, em sua segunda fase de funcionamento, entre 2009 e 2010, quando ficou decidido que publicaríamos uma coletânea com os diversos instrumentos de análise por nós desenvolvidos e testados para a Avaliação de Qualidade em Ciberjornalismo.

Estamos oferecendo para apreciação e uso (e esperamos que especialmente uso!) um conjunto de Ferramentas direcionadas para a mensuração e avaliação de várias características específicas dos produtos jornalísticos formatados para a Internet.

Depois de dois anos de trabalho conjunto (2007-2008), dedicados a discussões comparativas de Metodologias para o Estudo do Ciberjornalismo, das



quais resultaram três coletâneas de textos já publicadas<sup>1</sup>, resolvemos partir para análises aplicadas e para a mensuração da Qualidade em Cibermeios, através de uma proposta de criação de instrumentais específicos para avaliação de produtos jornalísticos disponibilizados em suporte de redes digitais.

A decisão foi motivada, em grande medida, pelos resultados da exploração bibliográfica realizada nos dois anos iniciais do projeto, que indicaram a imensa escassez de contribuições na área mais prática da avaliação de produtos ciberjornalísticos, seja para fins acadêmicos, seja para fins de consultoria técnica.

Os pesquisadores espanhóis tinham alguma experiência acumulada no assunto; os pesquisadores brasileiros também, mas tudo parecia ainda bastante incipiente, com as análises concentradas em aspectos muito genéricos e muitas vezes realizadas a partir de parâmetros tomados de empréstimo de outros tipos de sites e de produtos digitais que não os jornalísticos.

Decidimos que teríamos que produzir instrumentos capazes de avaliar variáveis e movimentos mais específicos, que levassem em conta os avanços e desdobramentos pelos quais vem passando a produção ciberjornalística, especialmente após a difusão e generalização do uso da Banda Larga.

Conhecíamos, de antemão, as dificuldades a que nos lançávamos. Discutir e avaliar Qualidade é uma tarefa das mais resvaladiças, envolta em infundáveis problemas conceituais e escolhas mais ou menos arbitrárias de parâmetros de análise.

Ainda que a busca por instrumentos ‘objetivos’ para a mensuração sistemática de Qualidade de produtos jornalísticos possa ser acompanhada através de uma extensa bibliografia que remonta, pelo menos, ao período pós-Segunda Guerra Mundial, não podemos sequer afirmar que uma definição consensual do que seja ‘Qualidade’ esteja firmada entre pesquisadores da área.

<sup>1</sup> Três coletâneas de textos foram publicadas como resultado da primeira fase do Convênio. Uma primeira foi produzida em Português (DÍAZ NOCI, Javier e PALACIOS, Marcos (Orgs.). **Metodologia para o estudo dos cibermeios**: Estado da arte & perspectivas. Salvador: EDUFBA, 2008); uma segunda em Inglês (PALACIOS, Marcos e DÍAZ NOCI, Javier (Orgs.) **Online Journalism**: Research Methods. A Multidisciplinary Approach in comparative perspective. Bilbao: University of the Basque Country, 2008) e uma terceira em Espanhol (PALACIOS, Marcos e DÍAZ NOCI, Javier (Orgs.). **Ciberperiodismo**: Métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada. Bilbao: University of the Basque Country, 2008). Todas estão disponíveis para livre acesso e download em <http://gjol.blogspot.com>.





A questão da mensuração da Qualidade colocou-se, desde o início, em termos de dois grandes eixos de interrogações:

- a) o que se mede quando se analisa Qualidade;
- b) com que régua se mede.

E se tais dificuldades se apresentam de modo inequívoco para os pesquisadores que se dedicam a essa problemática em jornais impressos e outros suportes jornalísticos já de alguma idade – como o rádio e a televisão – que dizer da tarefa de avaliar Qualidade em um ambiente relativamente novo: as redes digitais de alta velocidade?

Estávamos em território novo. Mas não em território totalmente não mapeado. Partindo da experiência acumulada do grupo de pesquisadores envolvidos no projeto, o primeiro passo foi eleger, dentre as possíveis alternativas existentes, um instrumental que pudesse fornecer parâmetros básicos para análise das características de um site na Internet e, em seguida, buscar maneiras de aperfeiçoá-lo e desdobrá-lo para análises mais refinadas. O histórico desse processo está relatado no capítulo final desta coletânea pelos professores Javier Días Noci, Lluís Codina e Marcos Palacios.

Os textos aqui reunidos não discutem aspectos teóricos da Avaliação de Qualidade, nem se debruçam sobre as justificativas e opções metodológicas que levaram à escolha dos parâmetros utilizados em cada instrumental de análise construído e testado ao longo destes dois anos. O material se organiza em torno das próprias Ferramentas: cada capítulo oferece um Manual e uma Ficha de Análise.

A Caixa de Ferramentas está aberta. Esperamos que elas sejam testadas, modificadas, descartadas, se for o caso.

Somente pelo uso poderão ser aperfeiçoadas.







## Ferramenta para Catalogação de Cibermeios

Javier Díaz Noci\*

A ferramenta proposta deve ser aplicada antes de todas as outras, pois se trata de determinar as características morfológicas do universo de estudo, ou seja, dos cibermeios que serão objetos de análise. Na realidade, a ferramenta pode servir para fazer um catálogo completo dos cibermeios de um país e de uma época determinados, por exemplo.

A versão aqui proposta está baseada em fichas similares de catalogação empregadas para a imprensa, que tiveram como modelo a ficha hemerográfica de Jacques Kayser (1963). Destacamos os estudos consultados que ajudaram na construção do presente instrumento: os catálogos de Almuiña (1992), Lara *et al.* (1996), Anguera *et al.* (1996), Guillamet (2003), o catálogo de publicações periódicas bascas dos séculos XIX e XX de Adolfo Ruiz de Gana (1991) e a pesquisa publicada pela Sociedade de Estudo Basco, em 1994, (*Euskarazko aldizkari, almanaka eta urtekarien errolda: 1834-1959*).

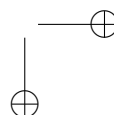
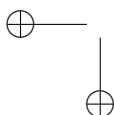
A partir dessas fichas de catalogação de meios impressos, foi produzido, mediante a coordenação de quatro equipes de universidades espanholas (Málaga, Navarra, País Vasco e Santiago de Compostela), um catálogo mais exaustivo possível dos cibermeios espanhóis entre os anos de 2002 e 2005. O emprego dessa base de dados proporcionou também a produção de alguns trabalhos conjuntos em colaboração<sup>1</sup>.

---

\*Tradução de Claudia Quadros

<sup>1</sup>Por exemplo, DÍAZ NOCI, Javier; GAGO, Manuel; LÓPEZ, Xosé; MESO, Koldo; PEIREIRA, Xosé; SALAVERRÍA, Ramón. New trends in content and design at the Spanish cybermedia. En: Salaverría, Ramón; Sádaba, Charo (editors). **Towards new media paradigms. Content, producers, organisations and audiences.** II COST A20 International Conference Proceedings. Pamplona (Spain), 27-28 June 2003. Pamplona: Eunate, 2004, p. 63-70. Y, sobretudo, Salaverría, Ramón (coord.) (2005). **Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España.** Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

*Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo, 5-19*





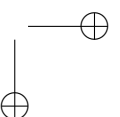
Os campos considerados para confeccionar esta base de dados morfológica de cibermeios espanhóis da clássica ficha de Jacques Kayser<sup>2</sup>, criada em um momento histórico e um lugar geográfico concretos, e para cumprir um determinado objetivo, fazer o censo dos diários franceses da década dos anos 60, foram os seguintes:

- Nome
- Razão social
- Comunidade autônoma
- Cidade
- Província
- URL
- Correio(s) eletrônico(s)
- Contato
- Tipo de meio (generalista/especializado)
- Atualização
- Outros suportes (impresso, audiovisual)
- Conteúdo
- Idioma(s)
- Descrição.

---

<sup>2</sup>Na Venezuela também há estudos inspirados na ficha de Kayser como proposta de catalogação de cibermeios. Ver ÁLVAREZ, Adriana Cely (2004). **Cibergrafia. Propuesta teórico metodológica para el estudio de los medios de comunicación social cibernéticos**. Trabalho apresentado no I Congresso de Jornalismo Digital, Maracay 2004.

Ver também: *Analítica.com* <http://www.analitica.com/media/9616956.pdf>.



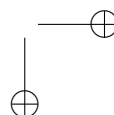
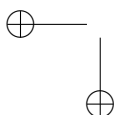


A partir desta mesma base de dados, e com o respaldo de um novo projeto de investigação, neste caso restrito ao impacto de internet nos meios de comunicação bascos<sup>3</sup>, sob a supervisão do professor Koldo Meso, foi realizado um censo dos cibermeios bascos de acordo com os seguintes campos (ver Díaz Noci *et al.*, 2007):

- Nome do meio
- URL
- Razão social
- Endereço
- Município
- Território histórico
- Correio(s) eletrônico(s)
- Data de início (e do término, quando for o caso)
- Diretor do meio
- Webmaster
- Pessoa de contato
- Tipo de meio (generalista/especializado)
- Correspondência com outros suportes (impresso, audiovisual)
- Meio matriz (quando houver)
- Regime de propriedade do medio
- Atualização
- Conteúdos
- Elementos multimídia

---

<sup>3</sup>Projecto 1/UPV 00017.323-H-16005/2004.



- Interactividade
- Publicidade
- Idioma(s)
- Observaões

Figura 1:

<b>Nombre del Medio</b>																																								
URL																																								
Copyright																																								
Razón Social																																								
Dirección Postal																																								
Municipio																																								
Teritorio Histórico	<input type="checkbox"/> Álava <input type="checkbox"/> Vizcaya <input type="checkbox"/> Guipúzcoa <input type="checkbox"/> Otros...																																							
Municipios Álava	<input type="text"/>																																							
Municipios Vizcaya	<input type="text"/>																																							
Municipios Guipúzcoa	<input type="text"/>																																							
Director del Medio																																								
Persona de Contacto																																								
E-mail																																								
Webmaster																																								
Tipo de Medio	<input type="radio"/> Boletín <input type="radio"/> Periódico <input type="radio"/> Radio <input type="radio"/> Revista <input type="radio"/> Televisión <input type="radio"/> Suplemento <input type="radio"/> Otros...																																							
Fecha de inicio																																								
Correspondencia con otros soportes	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No																																							
Medio matriz																																								
Régimen de Propiedad del Medio	<input type="radio"/> Público <input type="radio"/> SA <input type="radio"/> SL <input type="radio"/> Cooperativa <input type="radio"/> Fundación <input type="radio"/> Otros...																																							
Actualización	<input type="text"/>																																							
Contenidos	<input type="checkbox"/> Información General <input type="checkbox"/> Información Especializada <input type="checkbox"/> Información Local																																							
Elementos multimedia	<input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Video <input type="checkbox"/> Elementos autoejecutables <input type="checkbox"/> Flash																																							
Interactividad	<input type="checkbox"/> Foros <input type="checkbox"/> Chats <input type="checkbox"/> Correo Electrónico <input type="checkbox"/> Encuesta Interactiva <input type="checkbox"/> Grupos Discusión <input type="checkbox"/> Otros.																																							
Publicidad	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No																																							
Idiomas	<input type="checkbox"/> Castellano <input type="checkbox"/> Euskera <input type="checkbox"/> Francés <input type="checkbox"/> Inglés <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Otros...																																							
Servicios online	<table border="0"> <tr><td><input type="checkbox"/> Agenda cultural/histórica/social/política</td><td><input type="checkbox"/> Juegos electrónicos</td><td><input type="checkbox"/> Otros...</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> Búsqueda en la página/avanzada/fotos</td><td><input type="checkbox"/> Login/servicios de e-mail/weblogs</td><td></td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> Clasificados</td><td><input type="checkbox"/> Mapa del sitio</td><td></td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> Comics/dibujos</td><td><input type="checkbox"/> Meteorología</td><td></td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> Downloads/pdf</td><td><input type="checkbox"/> Newsletter</td><td></td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> e-commerce/subscription</td><td><input type="checkbox"/> Otras páginas/links</td><td></td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> FAQ</td><td><input type="checkbox"/> Postales</td><td></td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> Hemeroteca</td><td><input type="checkbox"/> Servicios de reenvío/noticias/fotos/agendas</td><td></td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> Horóscopo</td><td><input type="checkbox"/> Teléfonos y informaciones útiles</td><td></td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> Hotline</td><td><input type="checkbox"/> Estadísticas de usabilidad</td><td></td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> Impresiones</td><td><input type="checkbox"/> Lingüística - Euskera</td><td></td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> Informaciones culturales/turísticas/ciudad/históricas</td><td><input type="checkbox"/> Galería de Fotos</td><td></td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> Inclusiones noticias/fotos/anuncios/agendas</td><td><input type="checkbox"/> Cartera</td><td></td></tr> </table>	<input type="checkbox"/> Agenda cultural/histórica/social/política	<input type="checkbox"/> Juegos electrónicos	<input type="checkbox"/> Otros...	<input type="checkbox"/> Búsqueda en la página/avanzada/fotos	<input type="checkbox"/> Login/servicios de e-mail/weblogs		<input type="checkbox"/> Clasificados	<input type="checkbox"/> Mapa del sitio		<input type="checkbox"/> Comics/dibujos	<input type="checkbox"/> Meteorología		<input type="checkbox"/> Downloads/pdf	<input type="checkbox"/> Newsletter		<input type="checkbox"/> e-commerce/subscription	<input type="checkbox"/> Otras páginas/links		<input type="checkbox"/> FAQ	<input type="checkbox"/> Postales		<input type="checkbox"/> Hemeroteca	<input type="checkbox"/> Servicios de reenvío/noticias/fotos/agendas		<input type="checkbox"/> Horóscopo	<input type="checkbox"/> Teléfonos y informaciones útiles		<input type="checkbox"/> Hotline	<input type="checkbox"/> Estadísticas de usabilidad		<input type="checkbox"/> Impresiones	<input type="checkbox"/> Lingüística - Euskera		<input type="checkbox"/> Informaciones culturales/turísticas/ciudad/históricas	<input type="checkbox"/> Galería de Fotos		<input type="checkbox"/> Inclusiones noticias/fotos/anuncios/agendas	<input type="checkbox"/> Cartera	
<input type="checkbox"/> Agenda cultural/histórica/social/política	<input type="checkbox"/> Juegos electrónicos	<input type="checkbox"/> Otros...																																						
<input type="checkbox"/> Búsqueda en la página/avanzada/fotos	<input type="checkbox"/> Login/servicios de e-mail/weblogs																																							
<input type="checkbox"/> Clasificados	<input type="checkbox"/> Mapa del sitio																																							
<input type="checkbox"/> Comics/dibujos	<input type="checkbox"/> Meteorología																																							
<input type="checkbox"/> Downloads/pdf	<input type="checkbox"/> Newsletter																																							
<input type="checkbox"/> e-commerce/subscription	<input type="checkbox"/> Otras páginas/links																																							
<input type="checkbox"/> FAQ	<input type="checkbox"/> Postales																																							
<input type="checkbox"/> Hemeroteca	<input type="checkbox"/> Servicios de reenvío/noticias/fotos/agendas																																							
<input type="checkbox"/> Horóscopo	<input type="checkbox"/> Teléfonos y informaciones útiles																																							
<input type="checkbox"/> Hotline	<input type="checkbox"/> Estadísticas de usabilidad																																							
<input type="checkbox"/> Impresiones	<input type="checkbox"/> Lingüística - Euskera																																							
<input type="checkbox"/> Informaciones culturales/turísticas/ciudad/históricas	<input type="checkbox"/> Galería de Fotos																																							
<input type="checkbox"/> Inclusiones noticias/fotos/anuncios/agendas	<input type="checkbox"/> Cartera																																							
Observaciones																																								



Ficha de catalogação empregada no projeto *Impacto de Internet nos meios de comunicação bascos*.

Procuramos explorar nesta ficha alguns aspectos que são comuns às múltiplas variedades da ficha de Kayser<sup>4</sup>. Uma das mais recentes versões de que temos notícia, pensada para catalogar a imprensa histórica, é a da Rede Alfredo Carvalho<sup>5</sup>.

Apresentamos abaixo os campos que correspondem ao modelo que estamos propondo nesta Coletânea.

### 1.1.2 Dados preliminares

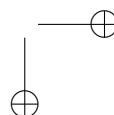
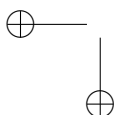
Os dados preliminares são de uso interno, de controle e validação de dados, por parte do grupo de investigação, e não são publicados. Refere-se à pessoa que completa a ficha, a data que o jornal foi avaliado (para poder logo corrigir ou acrescentar informação em determinados campos se as características do cibermeio mudam) e ao entrevistado do meio estudado que passou determinadas informações.

### 1.1.3 Dados gerais do meio

Está relacionada à identificação do meio. É importante determinar, o que nem sempre é fácil, qual é o nome exato desse meio – não sua razão social, que corresponde à empresa editorial ou gestora de conteúdos. É importante destacar as possíveis mudanças na denominação dos meios, como: *El País Digital*, *El País.es*, *El País.com*.

<sup>4</sup>Uma ficha ampliada está em construção atualmente, com a intenção de constatar elementos mensuráveis que nos permitam logo investigar diversos aspectos, desde os mais puramente morfológicos (nomes, URL...) aos cronológicos (data de início e finalização, como na ficha de Kayser), mas também sobre o título dos meios e sua estrutura empresarial, utilização de variedades lingüísticas, e também que nos permita interpretar até que ponto são utilizadas características intrínsecas do novo meio (interatividade, multimidialidade etc.). Tais desdobramentos devem ter lugar em projetos atualmente em andamento: Evolução dos cibermeios espanhóis no marco da convergência. Análise da mensagem, (CSO2009-13713-C05-04, proyecto de I+D+i) financiado pelo Ministério da Ciência e Inovação, 2010-2012; e Estudo comparativo de cibermeios Espanha-Brasil, Ministério da Educação e Ciência, PHB2006-2005, 2007-2010

<sup>5</sup><http://comunicacao.feevale.br/redealcar/>





Também serão registradas as URL atuais. Se houver mais de uma, é necessário observar qual é a principal: aquela que redireciona as demais. Ainda serão anotadas as mudanças e a evolução na URL do meio ao longo da sua existência.

O campo “tipo de meio” pretende estabelecer uma tipologia na linha do estabelecido nos correspondentes capítulos dos livros de Palacios e Díaz Noci (2008), especialmente em *Online Journalism: Research Methods*.

### 1.1.4 Localização

A localização se refere a dois tipos de dados: a direção da razão social da empresa editora; e as bibliotecas ou arquivos (acervos, em geral) onde é possível localizar coleções completas ou parciais desse meio digital. Isso está relacionado às questões sobre a preservação digital (Cohen y Roseznberg; Deegan; Keefer y Gallart), e pretende informar aos investigadores do grupo e a outros que posteriormente queiram trabalhar com o mesmo objeto do estudo onde se encontram esses documentos digitais.

De forma concreta, é importante determinar se o próprio meio de comunicação dispõe desses arquivos e segue uma política de preservação de documentos digitais.

### 1.1.5 Periodicidade

Trata-se de um campo típico das fichas kayserianas, e um dos que mais precisão e adaptação necessitam no momento de catalogar um meio digital. Além dos campos que foram considerados úteis nas fichas hemerográficas de meios impressos (data de início e finalização; e se o meio continua a ser editado, recomendamos completar a ficha com um roteiro), é necessário levar-se em conta a renovação de conteúdo do ciberdiário, ao longo do período de observação. Dessa forma, pretende-se identificar com que frequência esses conteúdos são renovados.

Convêm, como em outros campos, deixar registradas as mudanças que o cibermeio sofre na periodicidade e na renovação de conteúdos. Para isso, será conveniente entrevistar um dos responsáveis do cibermeio estudado.







### 1.1.6 Aspectos legais e econômicos

Os aspectos legais ou econômicos se referem à empresa (ou empresas, se houve mudanças), editoras ou gestora de conteúdos. É necessário identificar claramente que empresas são estas, e consultar (se necessário) o registro mercantil para determinar qual a razão social exata, a data de fundação e outros dados relevantes que nos ajudem a entender qual é a atribuição na gestão de conteúdos. Por isso, foi incluído um campo dedicado ao *copyright*. É necessário entender a quem se atribui a exploração e gestão dos direitos de patrimônio das obras do cibermeio que estudamos.

É fundamental ler o aviso legal ou outros documentos da página web do cibermeio para completar corretamente este campo. Também é importante compreender quais são as fontes de financiamento da empresa, como publicidade ou outras, e se há vinculação explícita com alguma instituição, partido político, grupo cultural ou religioso etc. Não pretendemos verificar se há uma afinidade ideológica, mas sim uma participação econômica ou outro tipo de apoio monetário dado à empresa.

### 1.1.7 Pessoas responsáveis

São indicadas nestes campos as pessoas responsáveis pela edição do meio estudado no momento de completar a ficha. É importante destacar os proprietários e os diretores ao longo da história do cibermeio. Às vezes, essa informação terá relação com a história do meio matriz, por exemplo, a do diário impresso. Caso haja, é necessário considerar que essa ficha se refere aos cibermeios, não aos meios impressos ou audiovisuais. Em algumas ocasiões, será difícil distinguir quem é o proprietário ou o diretor de um ou outro meio. No entanto, aconselhamos que o pesquisador faça um esforço para discernir com clareza os suportes, sobretudo quando se trata de duas razões sociais diferentes.

Estes campos pretendem estabelecer a base também para futuras investigações de tipo historiográfico, por exemplo, e poder assim fazer prosopografias – ou biografias comuns de determinados grupos sociais – daqueles que construíram os meios digitais. Não se deve esquecer que uma ficha desse tipo serve para completar muitos catálogos, sejam de pesquisas presentes ou futu-





ras. Dessa forma, quanto mais informação obtivermos e quanto mais estável for essa informação, mais garantia será oferecida para desenvolver investigações longitudinais.

### 1.1.8 Aspectos editoriais

Os campos deste item pretendem estabelecer quais são os vínculos empresariais com outros meios e, em muitas ocasiões, com outras razões sociais de um mesmo grupo. Em primeiro lugar, um campo binário pretende estabelecer se o cibermeio emprega a informação de forma sistemática – ou é a versão de outro meio em outro suporte, por exemplo, de um diário impresso ou de um meio audiovisual.

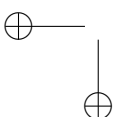
Os restantes dos campos do item aspectos editoriais só será completado caso a resposta para este primeiro campo for **sim**. Quando efetivamente o cibermeio tem relação com outro meio, é necessário determiná-la. Por exemplo: *La Vanguardia.es* tem origem no diário impresso *La Vanguardia*. Em outro campo, destacamos a razão social da empresa matriz – uma vez que já registramos a razão social da empresa que publica o cibermeio estudado. Esses nomes podem coincidir ou não, o que deve ser determinado com precisão nesta parte do estudo.

Os campos “tipo de conteúdos”, especialização e secções se referem ao cibermeio, não ao meio matriz ainda que, novamente, aqui possamos observar coincidências.

Todas essas questões, que podem ser respondidas em forma de texto livre, deverão ser reservadas para a parte final da ficha (‘Observações’), uma vez que boa parte dos campos que estamos examinando é fechada.

### 1.1.9 Idiomas

Neste campo devemos informar o idioma mais usado em cada cibermeio. Pode ser definido mais de um idioma, mas é importante determinar a percentagem de utilização das línguas dentro cibermeio estudado. Para isso não se deve ficar restrito a um único exemplar, mas a um tempo de observação um pouco mais longo.





Qualquer variação observada no uso de línguas deve ser destacada no campo livre de ‘Observações’. Ainda assim, neste campo recomendamos especificar, de forma breve, se a língua do cibermeio é a mesma que a do meio matriz, se é possível observar significativas diferenças.

### 1.1.10 Referências Bibliográficas

Indicar as referências que ajudem a compreender a história do cibermeio. Como na maioria dos casos, há vinculação entre o meio matriz e o digital, também são importantes as referências sobre a empresa editorial, o meio impresso ou audiovisual de origem etc.

Recomendamos indicar somente as referências diretas, não os livros gerais, salvo aqueles que contenham uma menção expressa sobre os meios estudados. Neste caso, apontar as páginas nas quais podemos encontrar essas informações para facilitar a tarefa dos pesquisadores que terão de trabalhar com os dados coletados, pois nem sempre a utilização e os desdobramentos serão realizados pela(s) mesma(s) pessoa(s). Enfim, trata-se de fazer um levantamento bibliográfico exaustivo e mais concreto possível.

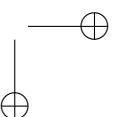
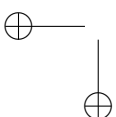
#### Observações

Trata-se, como já foi dito, de um campo de texto livre, onde devem ser anotadas todas as questões complementares de diferentes campos que, na maioria das vezes, são fechados. Recomendamos que o pesquisador coloque cada nota em parágrafos separados. Além disso, deve escrever o enunciado completo do campo da qual se colocará mais informações.

#### Referências

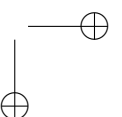
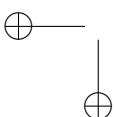
ALMUIÑA FERNÁNDEZ, Celso (dir.) (1992). *Catálogo de la prensa vallisoletana del siglo XX*. Valladolid: Universidad de Valladolid.

ANGUERA, Pere; GAVALDÀ, Antoni; PUJADAS, Xavier (editors) (1996). *La premsa a la província de Tarragona durant la Segona República 1931-1936*. Tarragona: Diputació.





- DÍAZ NOCI, Javier. *Euskarazko aldizkari, almanaka eta urtekarien errolda: 1834-1959*. Sociedad de Estudio Vasco, 1994.
- DÍAZ NOCI, Javier; LARRAÑAGA ZUBIZARRETA, José; LARRONDO URETA, Ainara; MESO AYERDI, Koldo (2007). *El impacto de Internet en los medios de comunicación vascos*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- RUIZ DE GAUNA, Adolfo (1991). *Catálogo de publicaciones periódicas vascas de los siglos XIX y XX*. San Sebastián: Sociedad de Estudios Vascos.
- GUILLAMET, Jaume (2003). *Els orígens de la premsa a Catalunya. Catàleg de periòdics antics, 1641-1833*. Barcelona: Arxiu Municipal.
- KAYSER, Jacques. *Le quotidien français*. Paris: A. Colin, 1963.
- LARA FERNÁNDEZ, Francisco de; FRESNEDA COLLADO, Rafael (1996). *Catálogo de publicaciones periódicas de la Región de Murcia (1786-1939)*. Murcia: Fundación Instituto de la Comunicación de Murcia.
- PALACIOS, Marcos e DÍAZ NOCI, Javier (2008). *Online Journalism: Research Methods. A Multidisciplinary Approach in comparative perspective*. Bilbao: University of the Basque Country.



## 1.2 Ficha

### Ferramenta para Catalogação de Cibermeios

#### Dados preliminares\*

Avaliador	
Data	<i>(Data de preenchimento da ficha)</i>
Pessoa de contato	<i>(Pessoa consultada para completar os dados do meio pesquisado)</i>
Período estudado	<i>(Considerar o período desde a criação do cibermeio até a data que se preenche a ficha).</i>

\* *Estes dados são de uso interno do grupo de investigação e não serão publicados.*

#### Dados gerais do meio

Nome do meio	<i>Indicar o título exato que aparece no cabeçalho. Indicar possíveis mudanças na denominação do meio ao longo de sua história.</i>
Subtítulo	<i>(indicar o subtítulo que acompanha o nome do meio no cabeçalho).</i>
URL	http://...
Tipo de meio	Boletim (Newsletter) Diário Revista Rádio Televisão Suplemento (Cadernos) Outros

## Localização

Endereço:	
Cidade:	
Estado (Brasil), Comunidade Autónoma (Espanha)	
Província (Espanha)/Município (Brasil)	
Onde se localiza acervo (biblioteca pública, arquivo ou coleção privada, etc.)	

## Periodicidade

Data de surgimento (“primeiro número”)	
Data de término (somente quando o meio não é mais publicado)	
Período de publicação (indicando interrupções e mudanças de periodicidade)	
Periodicidade/Ritmo de atualização	Atualização contínua Atualização contínua a partir de números diários Atualização diária Semanal Mensal Outros (indicar)
Total de números publicados até a data de preenchimento da ficha	<i>(A numeração, normalmente, está no próprio meio. Quando indicada, verificar anos e épocas).</i>

## Aspectos legais e econômicos

Razão social	<i>(Nome da empresa)</i>
Regime de propriedade do meio	Meio público <i>(indicar tipo)</i> Sociedade Anônima Sociedade Limitada Sociedade Cooperativa Fundação sem fins lucrativos Outros
Copyright	<i>(A quem é atribuído o copyright. Indicar se houve mudanças nesta atribuição ao longo da história do meio.)</i>
Publicidade	Sim/Não
Outras fontes de financiamento	Apoio privado/Apoio público/Não consta <i>(indicar quais)</i>
Vínculos institucionais explícitos	<i>(Vinculação com instituições públicas ou privadas, partidos políticos, igrejas, associações culturais, esportivas, econômicas etc. Mencionar quais. Se existe alguma variação no período analisado, indicar quais e quando ocorreram.)</i>

## Pessoas responsáveis \*

Proprietário(s)	<i>(Nomes de pessoas, se possível com a identificação clara como proprietário único ou majoritário do meio; a empresa proprietária figura em outro campo).</i>
Diretores	
Subdiretores (editores)	
Redatores chefes	
Chefes de seção	

\* *Indicar, caso seja possível, principalmente no caso de proprietários e diretores, as mudanças ao longo da história. Indicar ao lado de cada nome o período (entre parênteses, os anos) em que ocuparam o cargo.*

## Aspectos editoriais

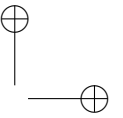
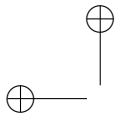
Correspondência com outros suportes	Sim/Não
Caso proceda de outro meio, indicar o nome.	<i>(Nome do meio matriz)</i>
Caso proceda de outro meio, indicar que tipo de meio.	Boletim(Newsletter) Diário Revista Rádio Televisão Suplemento (Cadernos) Outros
Caso proceda de outro meio, indicar a razão social ou denominação da empresa proprietária do meio matriz, e o tipo de propriedade (SA, SL, SCoop, etc.)	
Tipo de conteúdos	Informação geral Informação especializada
No caso de ser um meio de informação especializada, indicar o tema de especialização	Economia Cultura Esportes Política Outros
Secções	<i>(Indicar a evolução das secções no período estudado)</i>

## Idiomas\*

Português	
Castelhano	
Galego	
Vasco	
Catalão	
Outros	<i>(Indicar qual e a percentagem)</i>

*\*Indicar percentagem de uso de cada língua em cada um dos meios*



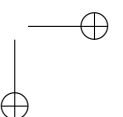
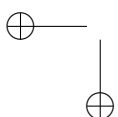


Referências bibliográficas

*(Livros e artigos que contenham informação sobre os meios analisados)*

Observações

*(Escrever neste campo toda a informação que considere relevante, e que não pode ser acrescentada em campos anteriores de tipo fechado).*







# Ferramenta para Análise Geral de Qualidade em Cibermeios

Lluís Codina *et al*\*

## 2.1. Manual

Esta é a versão final da Ficha de Análise Geral de Qualidade em Cibermeios. Sua produção foi o resultado de um trabalho conjunto dos pesquisadores do Convênio CAPES/DGU, a partir de um ponto de partida em um instrumento de análise originalmente criado pelo Professor Lluís Codina (Universitat Pompeu Fabra)<sup>1</sup>.

Várias versões foram sucessivamente produzidas e testadas, inclusive com a colaboração do Prof. Codina na revisão da versão final (2009).

O percurso que levou a esta forma final da Ferramenta está descrito em detalhes na Conclusão desta coletânea, em artigo de autoria conjunta dos Professores Javier Díaz Noci, Lluís Codina e Marcos Palacios.

Esta Ferramenta deve ser utilizada para gerar uma visão panorâmica do Cibermeio.

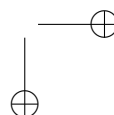
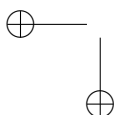
Pode ser útil como um instrumento preliminar em situações de consultoria técnica, ou mesmo para análises comparativas entre as características mais gerais de dois ou mais Cibermeios.

Os resultados obtidos com a aplicação desta Ferramenta devem ser considerados de caráter preliminar e exploratório, sendo necessário proceder à sua complementação e aprofundamento através das análises mais pontuais e específicas, possibilitadas pelas demais Ferramentas incluídas nesta coletânea.

---

\*Tradução de Jan Alyne Barbosa Silva

<sup>1</sup>Hiperdocumentos: composición, estructura y evaluación. In: DÍAZ NOCI, Javier y SALAVERRÍA, Ramón (Coords.) **Manual de redacción ciberperiodística**, Barcelona: Ariel, 2003, pp. 141-193.



## 2.2. Ficha

### Ferramenta de avaliação geral de qualidade em Cibermeios

Avaliador:	
------------	--

#### IDENTIFICAÇÃO DO CIBERMEIO

Meio:	
URL:	http://...
Data:	Todos na mesma data.
Hora:	Recomenda-se fazer a avaliação em dois momentos diferentes do dia. No caso da Pesquisa CAPES/DGU as coletas foram realizadas entre 9 e 10 horas (sempre na hora local do meio analisado, que coincidia com a cidade de residência do avaliador) e entre 20 e 22 horas.

Avaliação total:	
------------------	--

TODO o site da Web é avaliado.

#### I. Conteúdo e Acesso à Informação

Avaliação Total da Parte I: conteúdo e acesso à informação	
--	--

### 1. Acesso à informação: Navegação e Recuperação

1.1. Navegação global	
A publicação dispõe de um resumo geral que forneça informações sobre as principais opções do site?	A publicação dispõe de um resumo geral que forneça informações sobre as principais opções do site? 0      1
Total:	

1.2. Expressividade	
A navegação global apresenta um número limitado de opções unitárias- ou conjuntos de opções bem agrupadas - de modo que seja possível visualizar as principais opções sem a necessidade de realizar deslocamentos com o cursor?	A navegação global apresenta um número limitado de opções unitárias- ou conjuntos de opções bem agrupadas - de modo que seja possível visualizar as principais opções sem a necessidade de realizar deslocamentos com o cursor? 0      1
Com ou sem deslocamento, o número total de opções do sumário principal é mantido em torno de poucas unidades - caso ideal - ou poucas dezenas, ou se aproxima, inclusive ultrapassando a centena - pior caso?	Com ou sem deslocamento, o número total de opções do sumário principal é mantido em torno de poucas unidades - caso ideal - ou poucas dezenas, ou se aproxima, inclusive ultrapassando a centena - pior caso? 0      1
Total:	

1.3. Identificação	
Cada página ou seção da publicação contém um título, um autor (se aplicável) e uma data de atualização (se aplicável)?	Cada página ou seção da publicação contém um título, um autor (se aplicável) e uma data de atualização (se aplicável)? 0      1
Total:	

<b>1.4. Trajeto sequencial</b>	
É possível acompanhar a estrutura de conteúdo de forma sequencial?	É possível acompanhar a estrutura de conteúdo de forma sequencial? 0      1
O site dispõe de um mapa de navegação?	O site dispõe de um mapa de navegação? 0      1
Total:	

<b>1.5. Navegação estrutural</b>	
É possível acessar diretamente qualquer seção importante da publicação, sem ter que passar por seções anteriores?	É possível acessar diretamente qualquer seção importante da publicação, sem ter que passar por seções anteriores? 0      1
A estrutura das seções da publicação é clara e adequadamente apoiada na navegação?	A estrutura das seções da publicação é clara e adequadamente apoiada na navegação? 0      1
É possível acessar a web a partir de qualquer outro lugar, mediante um pequeno número de escolhas, ou o que dá no mesmo, mediante um pequeno número de cliques relativamente pequeno, 5 cliques ou menos?	É possível acessar a web a partir de qualquer outro lugar, mediante um pequeno número de escolhas, ou o que dá no mesmo, mediante um pequeno número de cliques relativamente pequeno, 5 cliques ou menos? 0      1
Total:	

<b>1.6. Navegação Constante</b>	
Existe, pelo menos em uma parte da navegação do site que seja constante, ou seja, que permaneça a mesma em todas as seções do site?	Existe, pelo menos em uma parte da navegação do site que seja constante, ou seja, que permaneça a mesma em todas as seções do site? 0            1
Proporciona orientação de contexto que responda a perguntas do tipo <i>onde estou?, estou no início, no meio ou no fim de algo de que extensão?</i>	Proporciona orientação de contexto que responda a perguntas do tipo <i>onde estou?, estou no início, no meio ou no fim de algo de que extensão?</i> 0            1
Proporciona orientação para responder a perguntas do tipo <i>estou no início, no meio ou no fim de algo de que extensão?</i>	Proporciona orientação para responder a perguntas do tipo <i>estou no início, no meio ou no fim de algo de que extensão?</i> 0            1
Total:	

<b>1.7. Hierarquização</b>	
Há evidências de que o conteúdo dos sites foi hierarquizado de acordo com sua importância relativa na página inicial?	Há evidências de que o conteúdo dos sites foi hierarquizado de acordo com sua importância relativa na página inicial? 0            1
Há evidências de que o conteúdo da web foi hierarquizado de acordo com sua importância relativa em cada uma das seções	Há evidências de que o conteúdo da web foi hierarquizado de acordo com sua importância relativa em cada uma das seções 0            1
Total:	

<b>1.8. Navegação local</b>	
As seções da publicação contêm menus ou resumos locais que nos ajudem a conhecer detalhadamente seu conteúdo temático e a acessar quaisquer de suas partes com uma quantidade mínima de cliques?	As seções da publicação contêm menus ou resumos locais que nos ajudem a conhecer detalhadamente seu conteúdo temático e a acessar quaisquer de suas partes com uma quantidade mínima de cliques?
	0      1
Total:	

<b>1.9. Navegação semântica</b>	
Existe navegação semântica, ou seja, existem links usados para conectar seções ou itens que mantêm entre si algum tipo de associação (que não sejam baseados em relação hierárquica): semelhança, causa/efeito, <i>definiens/ definiendum</i> , texto/nota de esclarecimento, citação/referência, explicação/exemplo, etc.?	Existe navegação semântica, ou seja, existem links usados para conectar seções ou itens que mantêm entre si algum tipo de associação (que não sejam baseados em relação hierárquica): semelhança, causa/efeito, <i>definiens/ definiendum</i> , texto/nota de esclarecimento, citação/referência, explicação/exemplo, etc.?
	0      1
Total:	



<b>1.10. Sistema de etiquetas</b>	
As etiquetas textuais - ou os ícones (se for o caso) - das opções do menu, (1) são ambíguas?	As etiquetas textuais - ou os ícones (se for o caso) das opções do menu, (1) são ambíguas? 0      1
São auto-excludentes ou se sobrepõem entre elas?	São auto-excludentes ou se sobrepõem entre elas? 0      1
O sistema de etiquetas é consistente ou nomes diferentes são designados para as mesmas coisas com distintos nomes, ou diversas convenções são usadas para as mesmas funções?	O sistema de etiquetas é consistente ou nomes diferentes são designados para as mesmas coisas com distintos nomes, ou diversas convenções são usadas para as mesmas funções? 0      1
Total:	

<b>1.11. Recuperação da Informação</b>	
Possui um sistema de acesso à informação através de busca por palavras?	Possui um sistema de acesso à informação através de busca por palavras? 0      1
Total:	

<b>1.12. Busca avançada</b>	
Permite algum tipo de busca avançada mediante pesquisa por campos, operadores booleanos, etc.?	Permite algum tipo de busca avançada mediante pesquisa por campos, operadores booleanos, etc.? 0      1
Total:	

<b>1.13. Linguagem documental</b>	
Contém um sistema de busca baseado em alguma forma de linguagem ou de tratamento documental: sistema de classificação, ontologia, descrição, dicionário de sinônimos ?	Contém um sistema de busca baseado em alguma forma de linguagem ou de tratamento documental: sistema de classificação, ontologia, descrição, dicionário de sinônimos ? 0            1
Total:	

Avaliação total de Acesso à informação: navegação e recuperação	
---	--

## 2. Ergonomia: Comodidade e facilidade de uso

<b>2.1. Facilidade</b>	
As ações aparentemente mais frequentes são as mais acessíveis ou, pelo contrário, exigem diversas ações deslocamentos, numerosos cliques, etc.?	As ações aparentemente mais frequentes são as mais acessíveis ou, pelo contrário, exigem diversas ações deslocamentos, numerosos cliques, etc.? 0            1
Total:	

<b>2.2. Flexibilidade</b>	
É possível executar as mesmas ações de maneiras diferentes?	É possível executar as mesmas ações de maneiras diferentes? 0            1
Total:	

<b>2.3. Clareza</b>	
Há uma boa relação figura/fundo na web, ou seja, existe um contraste adequado entre texto e fundo?	Há uma boa relação figura/fundo na web, ou seja, existe um contraste adequado entre texto e fundo? 0      1
Entre ilustrações e texto	Entre ilustrações e texto? 0      1
Entre ilustrações e fundo?	Entre ilustrações e fundo? 0      1
Total:	

<b>2.4. Legibilidade</b>	
A tipografia empregada: família de fonte e tamanho para os textos são apropriados para uma boa legibilidade?	A tipografia empregada: família de fonte e tamanho para os textos são apropriados para uma boa legibilidade? 0      1
As linhas de texto ocupam toda a largura da tela?	As linhas de texto ocupam toda a largura da tela? 0      1
Há poucos espaços em branco - o que provoca má legibilidade e fadiga visual - ou, ao contrário, o texto deixa margens amplas nas laterais e há espaços entre os parágrafos do texto?	Há poucos espaços em branco - o que provoca má legibilidade e fadiga visual - ou, ao contrário, o texto deixa margens amplas nas laterais e há espaços entre os parágrafos do texto? 0      1
Total:	

<b>2.5. Recursos Multimídia</b>	
As imagens ou os sons, se for o caso de existirem, complementam as informações textuais e são necessários para a exposição do assunto em discussão, ou dificultam a leitura do texto; ou, inversamente, o texto dificulta a leitura de imagens e do som?	As imagens ou os sons, se for o caso de existirem, complementam as informações textuais e são necessários para a exposição do assunto em discussão, ou dificultam a leitura do texto; ou, inversamente, o texto dificulta a leitura de imagens e do som? 0      1
Total:	

Avaliação total de ergonomia:	
-------------------------------	--

## II. VISIBILIDADE

Avaliação Total de Visibilidade	
---------------------------------	--

### 3. Luminosidade

<b>3.1. Links<sup>2</sup></b>	
Possui links para recursos externos?	Possui links para recursos externos? 0      1
Yahoo	Yahoo 1    2    3    4    5
PageRank do Google	PageRank do Google 1    2    3    4    5
Traffic Rank de Alexa	Traffic Rank de Alexa 1    2    3    4    5
Total:	

<sup>2</sup>Trata-se de um índice relativo ou posição intermediária analisados em relação ao conjunto dos meios analisados. Sugere-se medi-lo com o Yahoo, Google Page Rank e Traffic Rank de Alexa, e indicar os resultados de todos eles.

<b>3.2. Contexto de link</b>	
Aparecem os links para fontes externas no contexto oportuno, favorecendo, assim, o aproveitamento do material?	Aparecem os links para fontes externas no contexto oportuno, favorecendo, assim, o aproveitamento do material? 0      1
Total:	

<b>3.3. Antecedência</b>	
Caso o recurso use links embutidos no conteúdo da publicação, eles estão devidamente identificados, de modo que antecipem ao leitor o resultado de ativar o link e, em todo caso, é evidente para o leitor que, ao ativar o link, ele abandona o artigo ou seção que está lendo na publicação?	Caso o recurso use links embutidos no conteúdo da publicação, eles estão devidamente identificados, de modo que antecipem ao leitor o resultado de ativar o link e, em todo caso, é evidente para o leitor que, ao ativar o link, ele abandona o artigo ou seção que está lendo na publicação? 0      1
Total:	

<b>3.4. Oportunidade</b>	
O número e a natureza do link são adequados às características do recurso ou, pelo contrário, são insuficientes, excessivos ou injustificados?	O número e a natureza do link são adequados às características do recurso ou, pelo contrário, são insuficientes, excessivos ou injustificados? 0      1
Total:	

<b>3.5. Qualidade dos links externos</b>	
Apresenta indícios de que os links foram selecionados e avaliados de acordo com algum critério claro de qualidade intrínseca dos recursos linkados?	Apresenta indícios de que os links foram selecionados e avaliados de acordo com algum critério claro de qualidade intrínseca dos recursos linkados? 0      1
Total:	

<b>3.6. Atualização</b>	
Os links do recurso em questão são atualizados, ou, pelo contrário, há uma abundância relativa de links obsoletos ou “quebrados”?	Os links do recurso em questão são atualizados, ou, pelo contrário, há uma abundância relativa de links obsoletos ou “quebrados”? 0      1
Total:	

<b>3.7. Tratamento</b>	
No caso de apresentar links externos em uma seção bem diferenciada, propõe uma lista simples de títulos de sites ou, pelo contrário, apresenta algum tipo de informação de valor acrescentado sobre eles?	No caso de apresentar links externos em uma seção bem diferenciada, propõe uma lista simples de títulos de sites ou, pelo contrário, apresenta algum tipo de informação de valor acrescentado sobre eles? 0      1
Total:	

Avaliação total de luminosidade:	
----------------------------------	--

#### 4. Posicionamento

4.1. Metadados	
O elemento <b>head</b> da web contém pelo menos algumas etiquetas de metadados básicos como <title>, <author>, <keywords> e <description>?	O elemento <b>head</b> da web contém pelo menos algumas etiquetas de metadados básicos como <title>, <author>, <keywords> e <description>?
	0      1
Total:	

4.2. Dublin Core	
O elemento <b>head</b> contém um sistema avançado de metadados, como Dublin Core?	O elemento <b>head</b> contém um sistema avançado de metadados, como Dublin Core?
	0      1
Total:	

4.3. Popularidade	
É um site muito linkado? Quantos <b>inbound links (enlaces de fora para dentro)</b> a página inicial do meio recebe?	É um site muito linkado? Quantos <b>inbound links</b> a página inicial do meio recebe?
	1    2    3    4    5
Total:	

Avaliação total do posicionamento:	
------------------------------------	--

### III. USABILIDADE

Avaliação total da parte III: Usabilidade	
---	--

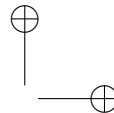
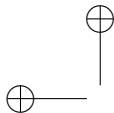
#### 5. Adaptação

5.1. Adaptação	
Os usuários do site podem adaptá-lo para atender às suas necessidades, linguagem, contexto ou interesses pessoais?	Os usuários do site podem adaptá-lo para atender às suas necessidades, linguagem, contexto ou interesses pessoais? 0      1
Total:	

5.2. Redundância	
É possível executar as ações mais comuns de diferentes maneiras ou é possível acessar as principais seções por diversas vias?	É possível executar as ações mais comuns de diferentes maneiras ou é possível acessar as principais seções por diversas vias? 0      1
Total:	

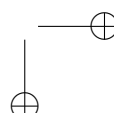
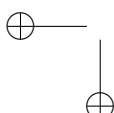
5.3. Acesso	
As ações mais comuns estão presentes na primeira seção do site e sem a necessidade de realizar rolagens ou, pelo contrário, requerem vários cliques?	As ações mais comuns estão presentes na primeira seção do site e sem a necessidade de realizar rolagens ou, pelo contrário, requerem vários cliques? 0      1
Total:	





<b>5.4. Política</b>	
Existe uma seção dedicada a expor as regras e a política da instituição editora, por exemplo, quanto à forma de assinatura, se for o caso, às regras de uso, ao envio de correções, etc.?	Existe uma seção dedicada a expor as regras e a política da instituição editora, por exemplo, quanto à forma de assinatura, se for o caso, às regras de uso, ao envio de correções, etc.? 0            1
Total:	

Avaliação total de adaptação:	
-------------------------------	--







# Ferramenta para Análise de Hipertextualidade em Cibermeios

Suzana Barbosa  
Luciana Mielniczuk

## 3.1 Manual

### 3.1.1 Apresentação da ferramenta

Trata-se de um instrumento de aferição da utilização do hipertexto nos gêneros jornalísticos da notícia e da reportagem em cibermeios de quarta geração. Com a preponderância de um formato dinâmico na web 2.0, fundamentado em bases de dados, em contraposição ao padrão estático que marcou fases anteriores do jornalismo digital, ocorrem mudanças nas estruturas em formato hipertextual e conseqüentemente na apresentação das informações jornalísticas nos ciberjornais. Além de apresentar recursos multimidiáticos, as notícias possuem associações a outros textos já publicados pelo cibermeio (links de memória ou documentais) bem como a opiniões e complementações agregadas através das opções de interatividade para os leitores/usuários.

São os links hipertextuais que estruturam, organizam e apresentam o grande volume de informações que pode passar a integrar a narrativa do fato jornalístico num cibermeio. Além disso, “hipertextualidade 2.0”, os links não são necessariamente criados a partir de relações estabelecidas um a um, como em sites estáticos. Agora, os sistemas de gerenciamento de conteúdos (SGC) ou *Content Management Systems (CMS)* passam a gerir também o processo de criação de links.

Quanto à aplicação da ferramenta, faz-se necessário esclarecer algumas orientações:

- a) A metodologia da ferramenta conjuga análise da home/portada da publicação e análise de matérias que correspondem à manchete principal na home para poder identificar as relações estabelecidas entre links propostos e os conteúdos a que remetem;

*Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo, 37-50*





- b) A ferramenta contempla o emprego da hipertextualidade quanto:
- à organização e à estruturação do mix de conteúdos oferecido pelo cibermeio a partir do que trazem os menus;
  - à aplicação na narrativa do fato jornalístico (*storytelling*), considerando a sua estrutura e formato a serem verificados a partir da análise da matéria de destaque, ou seja, a manchete, na página principal (home ou portada);
- c) sugere-se, para a aplicação da ferramenta, o período de uma semana porque ela se propõe a analisar o emprego do link. Não se trata apenas da presença ou não de uma característica, mas da utilização de um recurso que pode ser variável conforme o tipo de assunto, condições de apuração da notícia, entre outros fatores. Neste caso, no primeiro dia, aplica-se a ficha na íntegra e, nas vezes subsequentes, apenas a Parte 3 (referente à matéria de destaque na home). Também é possível realizar mais de uma aplicação, no mesmo dia, em horários variados.

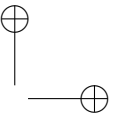
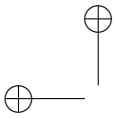
### 3.1.2. Conceitos e termos técnicos

**Cibermeios quarta geração** – estruturados em bases de dados, ou seja, dinâmicos, dentro do contexto atual da prevalência de recursos e ferramentas da web 2.0 em publicações de quarta geração do ciberjornalismo. Nesta fase, os cibermeios já desenvolvem modelos próprios, independentes de meras transposições ou metáforas de meios anteriores, buscando consolidar estruturas narrativas e formas de redação ciberjornalística mais condizentes com o que poderíamos chamar “hipertextualidade 2.0”;

**Links narrativos** — são aqueles que integram a narrativa do fato jornalístico, dizem respeito à matéria jornalística;

**Links disjuntivos e links conjuntivos** – no primeiro tipo o conteúdo aparece na mesma janela do navegador, a janela permanece, muda o conteúdo. No segundo tipo o conteúdo abre em uma segunda janela (ao estilo *pop up*, mas não necessariamente em tamanho menor).





### 3.1.3. Ferramenta e aplicação dos campos

Na sequência, a ferramenta será apresentada, conforme o preenchimento relatado anteriormente. Quando necessário serão realizados comentários explicativos sobre o preenchimento dos campos.

## 3.2. Ficha

### Ferramenta para Análise de Hipertextualidade em Cibermeios

#### Parte 1 – Identificação do Cibermeio

Cibermeio	
Grupo	
URL	
Data/Período de Observação	
Hora	
Avaliador	

#### Parte 2 – Área Geral – Home (Análise Formal)

1. O site apresenta mapa de navegação?

sim

não

Em caso positivo, onde se localiza?

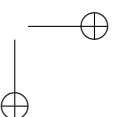
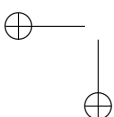
---

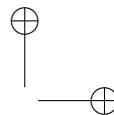
2. Esta questão tem o objetivo de averiguar três aspectos:

a) a localização do menu;

b) qual a sua classificação;

c) quais os nomes dos links para as seções/editorias que apresenta.



**2.1 Parte superior/disposto horizontalmente:**

a) Existe menu:

 sim  não

b) Classificação:

 informação-notícia informação-serviço informação-entretenimento informação-institucional

c) Escrever os nomes dos links para as seções/editorias existentes:

---

---

---

**2.2 Parte lateral esquerda/disposto verticalmente:**

a) Existe menu:

 sim  não

b) Classificação:

 informação-notícia informação-serviço informação-entretenimento informação-institucional

c) Escrever os links para as seções/editorias existentes:

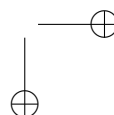
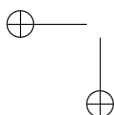
---

---

---

**2.3 Parte lateral direita/disposto verticalmente:**

a) Existe menu:

 sim  não



b) Classificação:

informação-notícia

informação-serviço

informação-entretenimento

informação-institucional

c) Escrever os links para as seções/editorias existentes:

---

---

---

**2.4 Parte inferior/disposto horizontalmente:**

a) Existe menu:

sim  não

b) Classificação:

informação-notícia

informação-serviço

informação-entretenimento

informação-institucional

c) Escrever os links para as seções/editorias existentes:

---

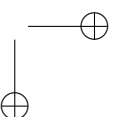
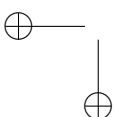
---

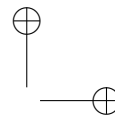
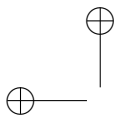
---

**3. Com base na navegação exploratória realizada, a partir dos links disponibilizados na home referentes às seções de “informação-notícia”, é possível indicar que os textos têm como fonte produtora:**

a)  O próprio o cibermeio em análise;

b)  O cibermeio em análise e outros meios do mesmo grupo a que ele pertence;





- c)  O cibermeio em análise e parceiros (outras empresas jornalísticas);
- d)  Somente agências de notícias;
- e)  O cibermeio em análise e agências de notícias;
- f)  Outro: \_\_\_\_\_

**Parte 3 – Análise a partir da(s) matéria(s), notícias, correspondente(s) à manchete/titular. Considerar aquela que estiver no topo com maior destaque na home/portada do cibermeio.**

**4. Identificação da matéria analisada:**

Título da matéria: \_\_\_\_\_

Número de parágrafos/nodos da matéria: \_\_\_\_\_

Seção/Editoria correspondente: \_\_\_\_\_

Horário de observação: \_\_\_\_\_

OBS: \_\_\_\_\_

**5. O lugar dos links narrativos é:**

no corpo do texto [incrustados, *embedded*]. Quantos? \_\_\_\_\_

fora do corpo do texto. Quantos? \_\_\_\_\_

**Comentário questão 5:** É possível marcar as duas opções.

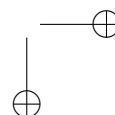
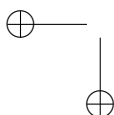
**6. (Caso na resposta anterior só tenha sido registrada a ocorrência de links fora do corpo do texto, ir direto para a questão de número 9). Quando empregados no corpo do texto, os links narrativos abrem:**

na mesma janela [link conjuntivo]

em uma nova janela [link disjuntivo]

**Comentário questão 6:**

Faz-se importante observar o caso dos links para votar em enquetes ou assistir a um vídeo. Esses, em geral, abrem na mesma tela/janela em que se está lendo a matéria principal, mas numa janela de tamanho reduzido. Tais links são denominados links conjuntivos, pois permitem a experiência da simultaneidade.

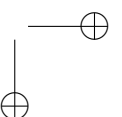
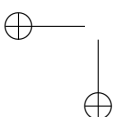






**7. Quando empregados no corpo do texto, os links narrativos podem ser classificados como? (Se necessário, marcar mais de uma opção):**

- a.1)  links (na mesma janela, link conjuntivo) para um texto complementar produzido pelo cibermeio para aquela matéria;
- a.2)  links (em nova janela, link disjuntivo) para um texto complementar produzido pelo cibermeio para aquela matéria;
- b.1)  links (na mesma janela, link conjuntivo) para matérias relacionadas ao mesmo assunto publicadas pelo cibermeio;
- b.2)  links (em nova janela, link disjuntivo) para matérias relacionada ao mesmo assunto publicadas pelo cibermeio;
- c.1)  links (na mesma janela, link conjuntivo) de memória/documentais relacionados ao assunto;
- c.2)  links (em nova janela, link disjuntivo) de memória/documentais relacionados ao assunto;
- d.1)  links (na mesma janela, link conjuntivo) para sites de instituições/fontes oficiais citadas na matéria;
- d.2)  links (em nova janela, link disjuntivo) para sites de instituições/fontes oficiais citadas na matéria;
- e.1)  links (na mesma janela, link conjuntivo) para sites pessoais de personagens citadas nas matérias;
- e.2)  links (em nova janela, link disjuntivo) para sites pessoais de personagens citadas nas matérias;
- f.1)  links (na mesma janela, link conjuntivo) para documentos e/ou listas;
- f.2)  links (em nova janela, link disjuntivo) para documentos e/ou listas;
- g.1)  links (na mesma janela, link conjuntivo) para material multimídia;
- g.2)  links (em nova janela, link disjuntivo) para material multimídia;
- h.1)  links (na mesma janela, link conjuntivo) que remetem para matérias da mesma seção/editoria, mas não necessariamente relacionadas ao mesmo assunto tratado no texto;





h.2)  links (em nova janela, link disjuntivo) que remetem para matérias da mesma seção/editoria, mas não necessariamente relacionadas ao mesmo assunto tratado no texto;

i)  outro. Qual? \_\_\_\_\_

**Comentário questão 7:** Para proceder à classificação de maneira mais acurada, é preciso verificar cada um dos links contidos na narrativa para que haja compreensão clara do que é cada um e do que cada um deles contém.

8. **Existem links no meio do texto que não são jornalísticos? (Ou seja: são de serviço, promocionais, publicitários, etc).**

Sim

Não

Se “sim”, de que tipo são:

a.1)  Serviço (na mesma janela, link conjuntivo)

a.2)  Serviço(em nova janela, link disjuntivo)

b.1)  Promocionais (na mesma janela, link conjuntivo)

b.2)  Promocionais (em nova janela, link disjuntivo)

c.1)  Publicitários (na mesma janela, link conjuntivo)

c.2)  Publicitários (em nova janela, link disjuntivo)

d)  outro. Qual? \_\_\_\_\_

9. **Quando os links narrativos são empregados fora do corpo do texto, onde se localizam esses links?**

a)  ao final do texto. Quantos são: \_\_\_\_\_

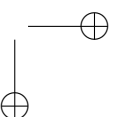
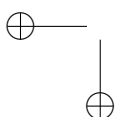
b)  ao lado direito. Quantos são: \_\_\_\_\_

c)  ao lado esquerdo Quantos são: \_\_\_\_\_

d)  outro. Qual? \_\_\_\_\_

10. **Quando empregados fora do texto, os links narrativos abrem:**

na mesma janela [link conjuntivo]





em uma nova janela [link disjuntivo]

**Comentário questão 10:** Seguir a mesma recomendação indicada na questão 6.

11. **Quando empregados fora do texto, os links narrativos podem ser classificados como? (Se necessário, marcar mais de uma opção)**

- a.1).  links (na mesma janela, link conjuntivo) para um texto complementar produzido pelo cibermeio para aquela matéria;
- a.2).  links (em nova janela, link disjuntivo) para um texto complementar produzido pelo cibermeio para aquela matéria;
- b.1).  links (na mesma janela, link conjuntivo) para matérias relacionadas ao mesmo assunto publicadas pelo cibermeio;
- b.2).  links (em nova janela, link disjuntivo) para matérias relacionadas ao mesmo assunto publicadas pelo cibermeio;
- c.1).  links (na mesma janela, link conjuntivo) de memória/documentais relacionados ao assunto;
- d.1).  links (em nova janela, link disjuntivo) de memória/documentais relacionados ao assunto;
- d.2).  links (na mesma janela, link conjuntivo) para sites de instituições/fontes oficiais citadas na matéria;
- e.1).  links (em nova janela, link disjuntivo) para sites de instituições/fontes oficiais citadas na matéria;
- f.1).  links (na mesma janela, link conjuntivo) para sites pessoais de personagens citadas nas matérias;
- f.2).  links (em nova janela, link disjuntivo) para sites pessoais de personagens citadas nas matérias;
- g.1).  links (na mesma janela, link conjuntivo) para documentos e/ou listas;
- g.2).  links (em nova janela, link disjuntivo) para documentos e/ou listas;
- h.1).  links (na mesma janela, link conjuntivo) para material multimídia;





- h.2).  links (em nova janela, link disjuntivo) para material multimídia;
- i.1).  links (na mesma janela, link conjuntivo) que remetem para matérias da mesma seção/editoria, mas não necessariamente ao mesmo assunto tratado no texto;
- i.2).  links (em nova janela, link disjuntivo) que remetem para matérias da mesma seção/editoria, mas não necessariamente ao mesmo assunto tratado no texto;
- j.1).  outro. Qual? \_\_\_\_\_

**Comentário questão 11:** Como na questão 7, recomenda-se verificar detidamente cada link para ter clareza do que é e do que contém cada um deles. Uma vez feito isso, se poderá marcar as opções com maior precisão.

12. **Existem links fora do texto que não são jornalísticos? (Ou seja: são de serviço, promocionais, publicitários, etc)**

Sim

Não

Se “sim”, são de que tipo:

Serviço

Promocionais

Publicitários

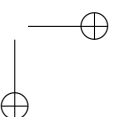
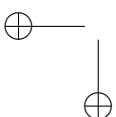
outro. Qual? \_\_\_\_\_

**Comentário questão 12:** Links não jornalísticos podem ser tanto os patrocinados, como os de publicidade, os que levam a promoções feitas pelo cibermeio, etc.

13. **Caso existam links empregados para designar notícias relacionadas (“Leia Mais”, “Saiba Mais”, “Veja Também”, “Notícias Relacionadas”...) qual a localização deste grupo de links? Qual é a denominação que recebe?**

Denominação:

- a)  não se aplica, não existe este grupo de links





- b.1)  localiza-se ao final do texto (na mesma janela, link conjuntivo)
- b.2)  localiza-se ao final do texto (em nova janela, link disjuntivo)
- c.1)  localiza-se ao lado direito (na mesma janela, link conjuntivo)
- c.2)  localiza-se ao lado direito (em nova janela, link disjuntivo)
- d.1)  localiza-se ao lado esquerdo (na mesma janela, link conjuntivo)
- d.2)  localiza-se ao lado esquerdo (em nova janela, link disjuntivo)
- e)  Outra localização. Qual? \_\_\_\_\_

14. **Caso existam links empregados para designar notícias relacionadas (“Leia Mais”, “Saiba Mais”, “Veja Também”, “Notícias Relacionadas”...) a que tipo de conteúdo eles remetem?**

- a)  matérias produzidas pelo cibermeio sobre o mesmo assunto;
- b)  matérias da mesma seção/editoria, não necessariamente relacionadas ao assunto;
- c)  recursos complementares como multimídia;
- d)  outros sites informativos dentro do grupo ao qual o cibermeio pertence;
- e)  sites externos de instituições ou organizações citadas na matéria;
- f)  outro. Qual? \_\_\_\_\_

**Comentário questão 14:** Como ocorre nas questões 7 e 11, recomenda-se verificar detidamente cada link para ter clareza do que é e do que contém cada um deles.

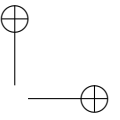
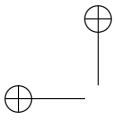
15. **Quanto à navegação para o conteúdo de notícias, se empregam as tags (marcadores/palavras-chaves) para recuperar a informação relacionada a um assunto?**

- sim
- não

16. **A matéria apresenta links que remetem a recursos multimídia relacionados ao assunto tratado?**

- não





sim

Caso sim, quais tipos?

- a.1)  áudios (na mesma janela, link conjuntivo)
- a.2)  áudios (em nova janela, link disjuntivo)
- b.1)  vídeos (na mesma janela, link conjuntivo)
- b.2)  vídeos (em nova janela, link disjuntivo)
- c.1)  gráficos estáticos (na mesma janela, link conjuntivo)
- c.2)  gráficos estáticos (em nova janela, link disjuntivo)
- d.1)  mapas de geolocalização (na mesma janela, link conjuntivo)
- d.2)  mapas de geolocalização (em nova janela, link disjuntivo)
- e.1)  infográficos animados/interativos (na mesma janela, link conjuntivo)
- e.2)  infográficos animados/interativos (em nova janela, link disjuntivo)
- f)  outro. Qual? \_\_\_\_\_

17. **Caso apresente infografia interativa/animada, como se enquadra a proposta de navegação? (Se não apresenta, deixar em branco esta questão).**

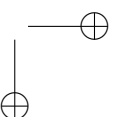
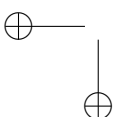
linear, com flechas para avançar

propõe navegação não-linear

**Comentário questão 17:** Quando a navegação é não-linear, cada leitor/ usuário poderá escolher a sua maneira de explorar o conteúdo da infografia. Por outro lado, se ela possui apenas uma única possibilidade para se acessar o conteúdo, então será linear.

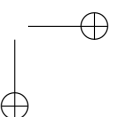
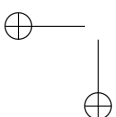
18. **A matéria analisada apresenta links que remetem para opções de interatividade de que tipo?**

- a.1)  Chat com especialista sobre assunto abordado na matéria (na mesma janela, link conjuntivo) ;





- a.2) [ ] Chat com especialista sobre assunto abordado na matéria (em nova janela, link disjuntivo);
- b.1) [ ] Fórum de discussão (na mesma janela, link conjuntivo);
- b.2) [ ] Fórum de discussão (em nova janela, link disjuntivo);
- c.1) [ ] Registro de comentários (na mesma janela, link conjuntivo);
- c.2) [ ] Registro de comentários (em nova janela, link disjuntivo);
- d.1) [ ] Envio de perguntas para entrevistado a ser ouvido sobre o assunto (na mesma janela, link conjuntivo);
- d.2) [ ] Envio de perguntas para entrevistado a ser ouvido sobre o assunto (em nova janela, link disjuntivo);
- e.1) [ ] Colaboração através de sugestão de pauta ou envio de texto relacionado ao assunto tratado (na mesma janela, link conjuntivo);
- e.2) [ ] Colaboração através de sugestão de pauta ou envio de texto relacionado ao assunto tratado (em nova janela, link disjuntivo);
- f.1) [ ] Convite para o leitor/usuário enviar fotos e/ou vídeo com seu depoimento sobre o assunto (na mesma janela, link conjuntivo);
- f.2) [ ] Convite para o leitor/usuário enviar fotos e/ou vídeo com seu depoimento sobre o assunto (em nova janela, link disjuntivo);
- g.1) [ ] Convite para o leitor/usuário enviar textos de caráter geral (na mesma janela, link conjuntivo);
- g.2) [ ] Convite para o leitor/usuário enviar textos de caráter geral (em nova janela, link disjuntivo);
- h.1) [ ] Convite para o leitor/usuário enviar vídeos de caráter geral (na mesma janela, link conjuntivo);
- h.2) [ ] Convite para o leitor/usuário enviar vídeos de caráter geral (em nova janela, link disjuntivo);
- i.1) [ ] Convite para o leitor/usuário participar da apuração (na mesma janela, link conjuntivo);
- i.2) [ ] Convite para o leitor/usuário participar da apuração (em nova janela, link disjuntivo);
- j.1) [ ] Manifestar voto através de enquetes (na mesma janela, link conjuntivo);



- j.2)  Manifestar voto através de enquetes (em nova janela, link disjuntivo);
- k.1)  Recomendação da matéria para compartilhar em bookmarks sociais (na mesma janela, link conjuntivo);
- k.2)  Recomendação da matéria para compartilhar em bookmarks sociais (em nova janela, link disjuntivo);
- l.1)  Indicação/envio para amigos (na mesma janela, link conjuntivo);
- l.2)  Indicação/envio para amigos (em nova janela, link disjuntivo);
- m.1)  Aumentar a letra do texto (na mesma janela, link conjuntivo);
- m.2)  Aumentar a letra do texto (em nova janela, link disjuntivo);
- n.1)  Enviar correção do texto jornalístico (na mesma janela, link conjuntivo);
- n.2)  Enviar correção do texto jornalístico (em nova janela, link disjuntivo);
- o.1)  Outro. Qual? \_\_\_\_\_

**Comentário questão 18:** Os recursos de interatividade agregados à narrativa do fato jornalístico vêm se ampliando cada vez mais e pode acontecer que as distintas versões de uma matéria atualizada ao longo do período de observação tenham opções distintas adicionadas em momentos variados. Por isso, sugere-se atenção quanto à detecção da presença de tais recursos.





## Ferramenta para Análise de Interatividade em Cibermeios

Koldo Meso  
Graciela Natansohn  
Bella Palomo  
Claudia Quadros\*

### 4.1 Manual

O objetivo deste instrumento é avaliar como os cibermeios exploram a interatividade, uma das principais características do jornalismo digital. Potencializada na internet, a interatividade pode ocorrer de variadas formas, seja na possibilidade de enviar uma foto, um comentário ou até criar um blog.

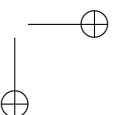
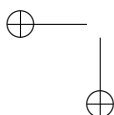
A interatividade tem sido definida como uma série de processos diferenciados que ocorrem em relação à máquina, à publicação e a outras pessoas por meio do computador conectado à internet. (LEMOS,1997; MIELNICZUK, 2000). Na elaboração desta ficha, considerou-se a comunicação surgida graças às potencialidades específicas de configurações tecnológicas (VITTADINI, 1995) que permitem ações recíprocas a modo de diálogo, com o objetivo de simular ou promover a interação entre as pessoas e o produto jornalístico.

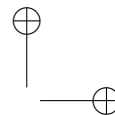
No jornalismo, esses recursos tecnológicos representam uma alternativa de serviços agregados à informação que possibilitam ao leitor intervir, dialogar e recuperar dados da maneira que desejar. Essas formas de interação com o público têm merecido atenção de muitas empresas de comunicação e de pesquisas acadêmicas. São muitos os estudos sobre o tema, mas poucos apresentam procedimentos metodológicos adequados para observar a interatividade nos cibermeios.

Na tentativa de oferecer uma ferramenta específica para analisar a interatividade, a presente ficha foi elaborada por pesquisadores envolvidos no projeto “Jornalismo na Internet: um estudo comparado dos cibermeios Brasil/Espanha” que tem apoio do convênio Capes/DGU. Em 2008, uma ficha de ava-

---

\*Tradução de Claudia Quadros

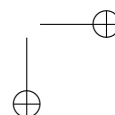
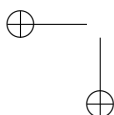




liação com parâmetros e indicadores de qualidade de publicações digitais criada por Codina (2003) passou por uma adaptação para um teste piloto. No entanto, o grupo entendeu que os instrumentos deveriam ser mais específicos para avaliar com maior profundidade diferentes características do jornalismo digital. Por isso, da ficha adaptada de Codina foram retiradas as questões relacionadas à interatividade e acrescentadas outras tantas na construção desta ferramenta. Ainda que tenha sido elaborada por pesquisadores envolvidos com o tema, é importante salientar que a ficha de avaliação de interatividade pode sofrer alterações para acompanhar as rápidas mudanças que ocorrem no jornalismo feito na internet.

Quanto à aplicação do instrumento, seguem algumas orientações:

- a) A pesquisa pode ser aplicada de forma individual ou em grupo. Em ambos os casos, é imprescindível ter bem claro os conceitos relacionados à interatividade. Alguns deles, como a participação cidadã, podem ter diferentes significados para os avaliadores, tal como ocorre na bibliografia existente sobre o tema (BRAGA, 2006; QUADROS et. al., 2007). Na presente ficha de avaliação o termo foi relacionado ao jornalismo participativo.
- b) A pesquisa pode ser realizada em um só dia, mas recomenda-se a análise de notícias mais lidas e comentadas de edições anteriores de pelo menos três dias. Alguns recursos interativos, normalmente, variam de acordo com o assunto tratado. Pesquisas anteriores (DAL-VITT, 2009; COSTA, 2009) mostram, por exemplo, que temas polêmicos e/ou catástrofes geram uma maior participação do público e, por sua vez, mobilizam jornalistas na construção de recursos que possam atender essa demanda. No caso das enchentes no Estado de Santa Catarina, entre novembro e dezembro de 2008, diversos jornais brasileiros contaram com a participação do público na cobertura deste fato jornalístico.
- c) As questões da ficha dão ênfase aos recursos interativos explorados nas notícias. A partir desta pesquisa quantitativa do produto, é possível fazer uma análise qualitativa sobre o uso da interatividade dos jornais digitais. Nesse sentido, entende-se que essa ferramenta deve ser associada a outros procedimentos metodológicos. É importante salientar, no entanto, que os dispositivos tecnológicos analisados na ficha de





interatividade não são apenas de natureza material, eles também são responsáveis pelas manifestações do leitor e, conseqüentemente, pelas transformações do jornalismo.

#### 4.1.2 Orientações para a aplicação da ferramenta

As orientações para a aplicação do instrumento de pesquisa tentam esclarecer possíveis dúvidas que possam surgir ao longo do preenchimento da ficha que tem o propósito de avaliar como os cibermeios utilizam os recursos de interatividade. Tendo sido aplicado um texto piloto no jornal *O Público* (Portugal), vários exemplos ilustrativos neste Manual estão construídos a partir dessa aplicação o piloto.

##### 4.1.2.1 Informação geral

No cabeçalho da ficha aparecem dados básicos do ciberdiário (nome e *URL*), além da data de observação e o nome do avaliador. Com relação à data destaca-se a necessidade de registrá-la, pois ao parar um processo, no caso um ciberdiário, é preciso ter consciência de que se trata de um objeto que sofre constantes mutações. Logo, os resultados da pesquisa serão de um momento específico. O registro também contribui para a realização de futuras comparações com o mesmo ou outro objeto. Ao inserir o nome do avaliador, os envolvidos na pesquisa podem consultá-lo no momento da análise dos resultados. Caso houver necessidade de buscar informações complementares no ciberdiário pesquisado, o nome do responsável que fornecer os dados também deve ser acrescentado.



INFORMACIÓN GENERAL/INFORMAÇÃO GERAL
Cibermedio/Cibermeio:
URL:
Fecha de la observación/data da observação:
Hora :
Evaluador/Avaliador:
Responsable por las informaciones complementares en el medio/Responsável pelas informações complementares no meio:

Fig. 1. Cabeçalho da ficha

#### 4.1.2.2 Participação do público

A primeira questão está relacionada com o jornalismo participativo, no qual o cidadão pode enviar uma matéria e/ou uma foto sobre determinado fato jornalístico e assiná-las como autor. No Brasil, diversos jornais da mídia *mainstream* têm utilizado a participação cidadã para cobertura de fatos jornalísticos. O *Vc no G1*, da versão digital de *O Globo*, é um exemplo brasileiro. Na Espanha, o *El País* apresenta o *Yo Periodista*. Tanto no caso brasileiro como no espanhol, o leitor escreve sobre fatos que presenciou. O número de caracteres é limitado e as informações, normalmente, são verificadas pelos jornalistas contratados pelos cibermeios.

1. ¿Existe un espacio exclusivo para a la participación ciudadana, donde el usuario pueda interactuar, claramente identificado en el medio? Existe um espaço exclusivo para a participação do cidadão, onde o usuário possa interagir e ser claramente identificado no meio?	
	Sí/Sim
	No/Não

Fig 2. Participação do público.

#### 4.1.2.3 Enquetes

As enquetes são utilizadas com bastante frequência no webjornalismo, sobretudo quando há um tema em que os jornalistas e os leitores querem saber a opinião do público. O jornal brasileiro *Zero Hora* faz uso das enquetes para tratar de assuntos em pauta ou para questionar o público sobre o tema que poderia tratar. O jornal avaliado como teste piloto para a ferramenta foi *O Publico* (Portugal) que também utiliza enquetes e enfatiza que os resultados não têm validade científica, mas “[...] um valor meramente indicativo das preferências dos nossos leitores.”

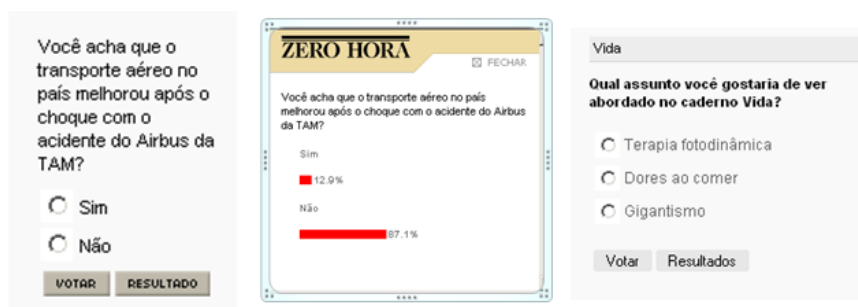


Fig 3. Modelos de enquetes do jornal *Zero Hora*.

Alex Primo (1998) classifica a interatividade em dois níveis: a mútua e a reativa. Neste caso, as enquetes seriam reativas, pois não permitem que o usuário inclua uma informação como ocorreria na mútua. Nas enquetes, ele só pode escolher uma entre as opções apresentadas.

#### 4.1.2.4 Concurso/Promoções

Recursos explorados há bastante tempo em programas radiofônicos (QUADROS, 2008a), os concursos e as promoções são utilizados para atrair a audiência. No webjornalismo, esses recursos podem aparecer sob as mais variadas formas. Um caderno cultural, por exemplo, oferece ingressos para uma peça de teatro para o primeiro leitor que responder um desafio. O jornal *Gazeta do Povo*, do sul do Brasil, promove por meio do seu suplemento infanto-juvenil

concursos de banda de música entre seus leitores. Há também um curso de treinamento para que o público adolescente vivencie a redação do referido diário. Nesse sentido, não tenta apenas atrair a atenção do público, mas procura interagir com ele para conhecer seus anseios e, caso seja preciso, redefinir o conteúdo do jornal. Na Espanha, o jornal *El Mundo* faz associações com outras empresas para que o leitor possa fazer a sua aposta, no próprio jornal, em loterias tradicionais do referido país, como *Primitiva*, *Bonoloto* e *El Gordo*.



Fig. 4. Jogos da sorte no *El Mundo*.

<http://www.elmundo.es/elmundo/barcelona.html>.

#### 4.1.2.5 Fóruns

Os fóruns podem ser utilizados como um espaço para formar comunidades sobre determinado assunto ou tópico. Para participar de alguns fóruns de jornais é necessário ler o regulamento e registrar o apelido que gostaria de ser identificado. Outros, no entanto, dispensam essas regras.

Os fóruns foram comuns na segunda geração do jornalismo digital. (PAVLIK, 2001). Na primeira, havia apenas uma transposição do jornal impresso para a rede. Ao considerar esta classificação baseada no produto, percebemos que o jornalismo de terceira geração<sup>1</sup> (MIELNICZUK, 2003) e o de quarta geração<sup>2</sup> (BARBOSA, 2007) possibilitaram o surgimento do ciberjornalismo de quinta geração, no qual o público ocupa lugar de destaque e, conseqüentemente, o jornal passa a valorizar ainda mais a interatividade. Nesse sentido, infere-se que a evolução das redes sociais digitais, que se apresentam em diversos sistemas de comunicação – blogs, microblogs como o *Twitter* e comu-

<sup>1</sup>Para Mielniczuk, o webjornalismo de terceira geração apresenta características próprias, não é apenas uma metáfora do impresso como ocorre no de primeira geração e tem muito mais possibilidades que o de segunda geração. Diversos autores defendem uma classificação semelhante, como Pavlik (1997) e Quadros (1999), para compreender os fenômenos do ciberjornalismo.

<sup>2</sup>Para Barbosa, o jornalismo de quarta geração está estruturado em base de dados. Dinâmica, essa base também facilita a participação do usuário no processo de produção de um jornal.

nidades virtuais do tipo *Facebook*, *Orkut*, *MySpace* etc., pode ser percebida também nos ciberdiários (QUADROS, 2008b). Eles têm se apropriado cada vez mais do uso que o público faz da internet, como observados em outros recursos interativos presentes nesta ferramenta.

#### 4.1.2.6 Notícias do meio

Neste item são avaliadas as possíveis formas de interação com a notícia publicada no cibermeio. O usuário pode fazer comentários sobre as notícias publicadas? Nos testes aplicados, em outubro de 2009, no jornal português *O Público* constatou-se, por exemplo, que os comentários das notícias são permitidos. No entanto, o usuário precisa fazer um breve cadastro para enviá-lo. Do contrário, não tem o seu comentário publicado ainda que envie a sua mensagem como anônimo.

**Comentar** critérios para publicação de comentários dos leitores ▶

Titulo Restam 1200 caracteres

Texto

Nome  Email

Localidade, País   Anônimo

Os comentários deste site são publicados sem edição prévia, pelo que pedimos que respeite os nossos Critérios de Publicação. O seu IP não será divulgado, mas ficará registado na nossa base de dados.

Quaisquer comentários inadequados deverão ser reportados utilizando o botão "Denunciar este comentário" próximo da cada um. Por favor, não submeta o seu comentário mais de uma vez.

Fig. 5. Formulário do jornal *O Público* para o leitor comentar as notícias. (outubro de 2009).

Dessa forma, no momento de preencher o instrumento de pesquisa o avaliador deve apontar que é necessário fazer um registro. No jornal *O Público*, há a opção de enviar o comentário como anônimo. Logo, a sua mensagem não precisa ser identificada.

Os comentários são publicados sem prévia moderação, mas logo abaixo do formulário há um pedido para que o usuário respeite os critérios de publicação como mostra a figura 4. E ainda alerta: “O seu IP não será divulgado, mas ficará registrado na nossa base de dados.” O leitor também pode denunciar, responder e votar nos comentários publicados no referido jornal.

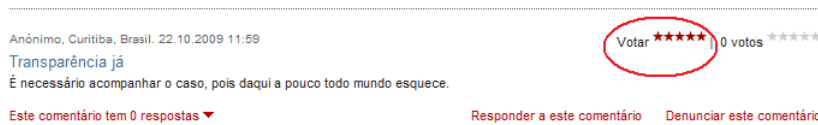


Fig 6. Possibilidade de votar nos comentários do leitor do jornal *O Público*.

#### 4.1.2.7 Notícias

As notícias também podem ser votadas. No alto de cada notícia, à direita do leitor, aparecem sempre cinco estrelas brancas com fundo cinza. Ao passar o cursor sobre as estrelas, o leitor pode preenchê-las com vermelho conforme a sua decisão. (ver figura 6). Com o intuito didático, alguns dos recursos interativos do jornal *O Público* foram reunidos na figura 7 para elucidar questões do item *Notícias* que constam na ficha de avaliação sobre interatividade.



Fig 7. Recursos de *O Público* reunidos nesta figura.

Os leitores de *O Público* têm a possibilidade de imprimir e enviar uma notícia a outras pessoas. Eles também podem corrigir uma informação equi-





vocada prestada pelo jornalista que elaborou a matéria, fazer um comentário e compartilhar a informação em mais de 170 mídias sociais, tais como *Facebook*, *Twitter* etc. Existe ainda a função de syndicar a notícia em agregadores de conteúdos, blogs pessoais etc.

#### 4.1.2.8 Chats

Neste item é avaliada a existência de *chats* para manter conversações on-line entre os jornalistas, os convidados e o público. O *chat*, nos jornais, é geralmente feito em salas de bate-papo, mediante a linguagem escrita. No Brasil, muitos meios audiovisuais têm adotado a prática do *chat* para criar vínculos com o seu telespectador ou ouvinte além do horário de determinado programa. Nas avaliações realizadas em *O Público*, não foram encontrados *chats*.

#### 4.1.2.9 Videochats

Os videochats são usados nos jornais para entrevistas ao vivo com um jornalista ou um convidado. As perguntas são encaminhadas de forma escrita, como nos *chats* convencionais, pelos leitores, enquanto as respostas são dadas pelo entrevistado a uma câmara de vídeo que transmite ao vivo. Em geral, são usados para entrevistar personalidades públicas, em eventos ao vivo organizados pelo meio. Alguns jornais, como a *Folha Online*, procura transcrever, posteriormente, o conteúdo do bate-papo.



Fig. 8. Videochat de *La Nación*.

<http://www.lanacion.com.ar/registracion/LN/tutorial.asp#ParticiparVideochat>



#### 4.1.2.10 Blogs

Atualmente, a imprensa utiliza os blogs como ferramenta na divulgação de conteúdo jornalístico, tanto que a maioria dos jornais digitais adota este sistema de comunicação. O papel dos blogs e da blogosfera em relação ao jornalismo e a participação cidadã na produção de informação tem sido objeto de muita discussão acadêmica (BLOOD, 2000; QUADROS et. al. 2005; GRANIERI, 2005; ORIHUELA, 2005; PALACIOS, 2007). Por serem ferramentas interativas de destaque e constituírem um âmbito de comunicação com especificidades, a análise dos blogs jornalísticos foi aprofundada em uma ficha específica.

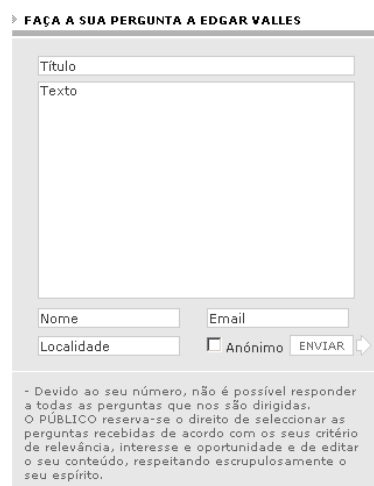
Nesta seção, registra-se apenas a presença/ausência de blogs, bem como a sua origem. Os blogs dos jornais são, em geral, de autoria do *staff* de jornalistas, colunistas e convidados do próprio meio. No entanto, muitos jornais oferecem a possibilidade de os usuários criarem seus próprios blogs ou participarem em um blog único e geral. No caso de blogs de usuários, alguns jornais disponibilizam ferramentas para a sua criação, como o jornal *Clarín* ([www.clarin.com](http://www.clarin.com)). Às vezes, há apenas um blog que aceita comentários de diferentes leitores, como o jornal argentino *La Nación*, (ver <http://blogs.lanacion.com.ar/blog-del-lector/>). Nos dois últimos casos, a resposta deverá ser positiva para este apartado.



Fig. 9. Blog do leitor, em *LaNacion.com* e criação de blogs de leitores em *Clarín.com*

#### 4.1.2.11 Consultórios

Consultórios são os espaços interativos dos jornais, onde, mediante formulário específico, é possível consultar especialistas, como médicos, advogados e psicólogos. O jornal *O Público* possui uma seção denominada *Consultório de Justiça*, que visa auxiliar os leitores sobre seus direitos e sobre a organização e funcionamento da Justiça portuguesa, respondido por um advogado (ver figura 10). Neste item do instrumento, a resposta é binária (sim ou não).



FAÇA A SUA PERGUNTA A EDGAR VALLES

Título

Texto

Nome

Email

Localidade

Anónimo

ENVIAR

- Devido ao seu número, não é possível responder a todas as perguntas que nos são dirigidas. O PÚBLICO reserva-se o direito de seleccionar as perguntas recebidas de acordo com os seus critérios de relevância, interesse e oportunidade e de editar o seu conteúdo, respeitando escrupulosamente o seu espírito.

Fig. 10. Formulário do Consultório de Justiça do jornal *O Público*.

#### 4.1.2.12 Fotografias

Registra a possibilidade de o leitor enviar suas próprias fotografias. Em alguns jornais, para realizar tal ação antes é preciso fazer um registro (login e senha). As fotos podem estar organizadas em galerias. Neste caso, se a galeria tem fotos enviadas pelos leitores, a resposta na ferramenta de pesquisa deve ser sim.

Cada vez mais diários criam espaços específicos para os leitores enviarem suas imagens sobre temas variados, que podem ser de livre escolha ou requisitados pela redação de um cibermeio. No jornal *El Clarín*, na seção

*Testigo Urbano* (<http://blogs.clarin.com/testigourbano/posts>) é possível registrar flagrantes de delinquência e/ou outros problemas comuns às grandes cidades. Neste espaço, há uma sub-seção para que as pessoas possam enviar fotos sobre temas específicos. No exemplo citado, fotos de buracos no asfalto foram enviadas pelos leitores por meio de um sistema semelhante ao utilizado em blogs.



Fig. 11. *Clarín.com* oferece a opção de enviar fotos sobre buracos no asfalto. (<http://blogs.clarin.com/rankingdebaches/posts>)

O instrumento permite registrar os agregados temáticos de fotos enviadas pelos leitores, como: denúncias, curiosidades, fotos de férias, de concertos, de momentos pessoais que o leitor deseje compartilhar, de fotos antigas, de eventos e de festas. Estes conjuntos de fotos podem ou não estar agregados às galerias. Quando existe a possibilidade de enviar fotos organizadas por tema, como no *El País* (ver figura 12), a resposta, na ferramenta de pesquisa, será positiva.



Fig. 12. *El País*, de Espanha ([elpais.com/participacion/](http://elpais.com/participacion/))



#### 4.1.2.13 Vídeos

Muitos periódicos na web também permitem o envio de vídeos. Às vezes, solicita-se registro (login e senha). A procura por este tipo de recurso na rede mundial de computadores tem sido grande com o avanço da tecnologia. Se antes as fotos e os vídeos eram evitados nos cibermeios por conta da baixa velocidade de conexão à internet, atualmente os recursos audiovisuais são bastante utilizados. A divulgação de vídeos produzidos por leitores em muitos cibermeios é uma prática corriqueira. No entanto, no jornal *O Público* não é possível enviá-los, como no *O Globo.com*.

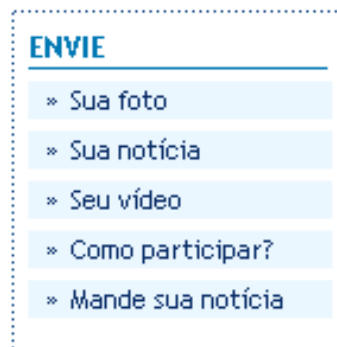


Fig. 13. *O Globo.com*

#### 4.1.2.14 Comunidades

Registra a possibilidade de os usuários criarem e participarem de redes sociais digitais, o que acaba por estabelecer novos canais de relacionamento com os leitores dos cibermeios. As comunidades propostas pelos webjornais assumem diferentes formatos e organização. Algumas iniciativas, como o setor *La Comunidad*, do jornal espanhol *El País* (<http://lacomunidad.elpais.com>) ou *Igooh*, do *La Nación.com* (<http://www.igooh.com/registrate/>) funcionam como um espaço onde os usuários podem criar e manter páginas pessoais na forma de blogs. Neste espaço, o usuário pode escrever, inserir fotos, vídeos e áudios para compartilhar com outros leitores.



A comunidade *Limão*, do jornal *O Estado de S. Paulo* (*estadao.com*), funciona de forma diferente, pois ali se misturam serviços, conteúdos e redes sociais. Nesta comunidade, é possível criar páginas pessoais com conteúdo personalizado, perfil, endereço de e-mail, adicionar e compartilhar fotos, vídeos e áudios, além de wikisites sobre assuntos do interesse do usuário. Neste espaço, ainda há possibilidade de participar de outros wikis, fazer e encontrar amigos, ter miniblogs, e-mail do site, dentre outras possibilidades de interação e personalização.



Fig. 14. O *Estadao* apresenta o *Limão*.

Qualquer que seja o formato, o instrumento solicita a identificação de um espaço personalizado e de interação com os internautas, pedindo-se apenas uma resposta binária para saber se há ou não comunidades.

#### 4.1.2.15 E-mail

Avalia-se como o cibermeio utiliza o e-mail, seja oferecendo aos usuários uma conta própria ou a possibilidade de entrar em contato com jornalistas ou com a redação do jornal. A maioria dos jornais facilita a criação de contas de e-mail. Normalmente, o acesso gratuito é via webmail, como ocorre no *Clarín.com*.

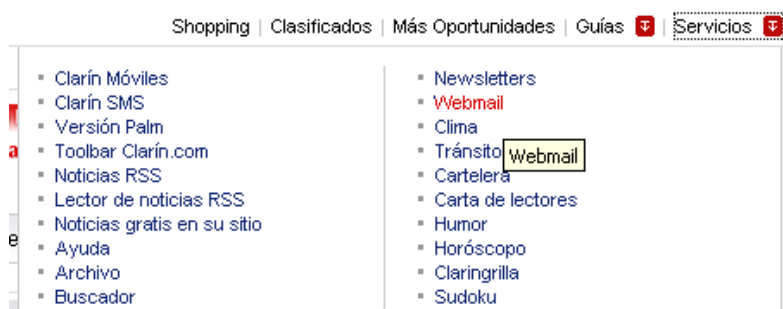
















Fig. 15. Serviço de Webmail do *Clarín.com*

Enquanto alguns jornais informam o endereço de email de editores e de jornalistas, possibilitando o contato direto, outros, como *O Público*, não o fazem. Apenas permitem enviar mensagens a determinados setores da redação, como cartas do leitor, seção de artigos, cartas ao diretor etc. no link “contatos”.

#### 4.1.2.16 Feed

Nesta seção, avalia-se o uso dos *feeds* nos jornais digitais. *Feed* (do inglês *alimentar*) é um formato de dados que permite ao usuário da internet acompanhar e divulgar as atualizações sem precisar visitar o site do cibermeio. Entre as especificações para a criação de arquivos de feed, está o RSS – *Really Simple Syndication* que funciona na linguagem XML. O ícone de RSS , que mais aparece nos jornais, foi adotado pela primeira vez no navegador *Firefox*, da *Mozilla Foundation*. As atualizações podem ser recebidas diretamente no computador ou em agregadores de RSS. O jornal digital *O Público* oferece *feeds* por editorias, mas nem todas as notícias podem ser incluídas como RSS.

» ÚLTIMA HORA		
GERAL	<a href="http://feeds.feedburner.com/publicoRSS">http://feeds.feedburner.com/publicoRSS</a>	
MUNDO	<a href="http://feeds.feedburner.com/PublicoMundo">http://feeds.feedburner.com/PublicoMundo</a>	
ECOSFERA	<a href="http://feeds.feedburner.com/PublicoEcosfera">http://feeds.feedburner.com/PublicoEcosfera</a>	
POLÍTICA	<a href="http://feeds.feedburner.com/PublicoPolitica">http://feeds.feedburner.com/PublicoPolitica</a>	
CIÊNCIAS	<a href="http://feeds.feedburner.com/PublicoCiencias">http://feeds.feedburner.com/PublicoCiencias</a>	
DESPORTO	<a href="http://feeds.feedburner.com/PublicoDesporto">http://feeds.feedburner.com/PublicoDesporto</a>	
CULTURA	<a href="http://feeds.feedburner.com/PublicoCultura">http://feeds.feedburner.com/PublicoCultura</a>	
ECONOMIA	<a href="http://feeds.feedburner.com/PublicoEconomia">http://feeds.feedburner.com/PublicoEconomia</a>	
EDUCAÇÃO	<a href="http://feeds.feedburner.com/PublicoEducacao">http://feeds.feedburner.com/PublicoEducacao</a>	
LOCAL	<a href="http://feeds.feedburner.com/PublicoLocal">http://feeds.feedburner.com/PublicoLocal</a>	
SOCIEDADE	<a href="http://feeds.feedburner.com/PublicoSociedade">http://feeds.feedburner.com/PublicoSociedade</a>	
MEDIA	<a href="http://feeds.feedburner.com/Publico-Media">http://feeds.feedburner.com/Publico-Media</a>	
TECNOLOGIA	<a href="http://feeds.feedburner.com/PublicoTecnologia">http://feeds.feedburner.com/PublicoTecnologia</a>	


» EDIÇÃO IMPRESSA		
EDIÇÃO IMPRESSA	<a href="http://feeds.feedburner.com/jornalPublico">http://feeds.feedburner.com/jornalPublico</a>	

Figura 16. Possibilidades de RSS no jornal *O Público*

#### 4.1.2.17 Usabilidade

A usabilidade, termo criado para definir a relação estabelecida entre uma interface e seu usuário, é observada neste item com o objetivo de estudar as interações do leitor com o produto jornalístico. Pesquisadores deste tema, como Jacob Nielsen (2007) e Itanel Quadros (2006), defendem que um bom design deve ser associado à facilidade com que o leitor de um jornal, por exemplo, utiliza seus recursos. Enquanto zona de interação com o leitor, a usabilidade avaliada neste instrumento refere-se à possibilidade de selecionar temas de interesse, personalizando a página do leitor, e à modificação dos recursos de visualização da página. No jornal *Estado de S. Paulo*, o leitor pode construir um jornal de acordo com o seu perfil a partir do conteúdo oferecido. Para tanto, há um espaço específico denominado *Meu Estadão*.



Fig. 17. O leitor pode fazer o seu jornal a partir das notícias do *Estadão*.

Alguns jornais também possibilitam que o leitor escolha o tamanho da letra, a tipografia, a cor, o layout etc. No caso do jornal *O Público*, é possível aumentar e diminuir o tamanho de uma letra no momento de ler uma notícia.

A possibilidade de hierarquizar uma notícia, conforme a preferência do leitor, também é verificada nesta ferramenta de pesquisa. Nos jornais digitais, as últimas notícias, normalmente, são disponibilizadas por ordem cronológica. Quando o leitor pode hierarquizar uma notícia, ele decide a ordem da notícia de acordo com a importância que atribui à determinada notícia. A *Folha de S.*



Fig. 18. Funcionalidades de *O Público*

*Paulo*, por exemplo, oferece ao leitor a possibilidade de selecionar as notícias preferidas nos favoritos do navegador.

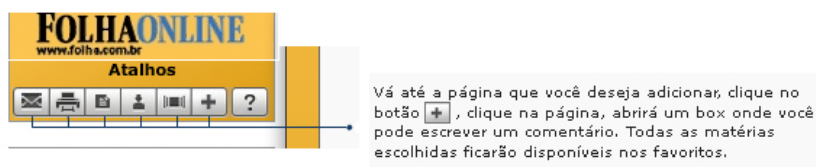


Fig. 19. Possibilidade de selecionar as notícias preferidas.

#### 4.1.2.18 Acessibilidade

Este item tem o objetivo de verificar se o jornal digital apresenta recursos para interagir com todos os usuários, sobretudo com os portadores de necessidades visuais. As técnicas de acessibilidade, neste caso, devem ser utilizadas no desenvolvimento de conteúdo de um ciberdiário para que um deficiente visual possa acessá-lo. Atualmente, os sintetizadores de voz, como Obrigado(a), *Webvox*, são capazes de transformar o conteúdo escrito em um *script* de áudio. O seu funcionamento, no entanto, depende de como as páginas são desenvolvidas (RODRIGUES et al, s/d). Quando uma imagem não tem texto explicativo, por exemplo, o programa só imite um sinal sonoro. Nesse sentido, há um problema de acessibilidade.

Alguns cibermeios também apresentam acesso aos portadores de outras necessidades especiais, como dificuldade motora. A *BBC*, por exemplo, apresenta uma série de possibilidades para facilitar o acesso ao seu conteúdo a um maior número de pessoas.



Fig. 20. Acessibilidade da BBC.

#### 4.1.2.19 Considerações sobre o teste piloto

Para a validação desta ferramenta, o teste piloto desta ferramenta de pesquisa foi aplicado por quatro vezes no diário *O Público*, sendo duas no mesmo dia 15 de outubro de 2009 e outras duas em datas e horários diferentes dos meses de setembro e outubro. Tal ação permitiu ajustes no instrumento de pesquisa e mostrou que alguns recursos variavam de edição para a edição. Por isso, destaca-se a necessidade de avaliar pelo menos três edições do mesmo jornal para descrever como a sua interatividade é utilizada.

O quadro abaixo representa, de modo quantitativo, a interatividade no jornal *O Público*. Sem contar as especificidades de alguns itens, como os que aparecem nos números 6, 7, 10, 12, 13, 15, 16 e 17 da ferramenta de pesquisa, o diário português tem resposta negativa para oito das dez questões restantes. As perguntas que exigiram desdobramentos sobre os dispositivos utilizados, como notícias, blogs, e-mail, *feeds*, fotografias e vídeos, tiveram respostas que mostraram maior ou menor interação com o usuário. Os dispositivos utilizados nos itens que tratam de notícias (6 e 7), por exemplo, procuram incentivar a sua participação do leitor. Das quinze perguntas desses referidos itens, apenas três receberam não como resposta. Para o caso específico dos blogs, houve três questões, sendo duas com respostas afirmativas e uma negativa. O leitor

de *O Público* pode interagir com os comentários feitos nos blogs de jornalistas e/ou pessoas convidadas, no entanto não pode ter um blog próprio.

Nº	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Sim		x				4	6	8	9		2	3	
Não	x		x	x	x	2	6	1	9	x	x	1	3
Nº	11	12	13	14	15	16	17	18					
Sim	x	0	2	0	1		1	3	2	3	1	3	
Não		2	2	1	1	x	2	3	1	3	2	3	x

Quadro 1. Resultados do teste piloto do jornal *O Público*.

*O Público* ainda não segue outra tendência da rede mundial de computadores, que é a possibilidade dos leitores enviarem fotografias e vídeos produzidos por eles. O uso do e-mail também é limitado, pois não oferece a criação de uma conta ao seu leitor e muito menos facilita o endereço eletrônico dos jornalistas da redação. Das três questões sobre *feeds*, duas tiveram respostas afirmativas. O problema é que nem todas as notícias apresentam RSS. A usabilidade é questionada em apenas três perguntas da ferramenta, mas *O Público* só conseguiu atingir apenas uma delas e, ainda assim, por apresentar apenas uma possibilidade da questão 17.2. Neste caso, o leitor só pode aumentar ou diminuir a corpo da letra da notícia.

De forma geral, a partir dos dados coletados, a interatividade é pouco explorada no jornal *O Público*.

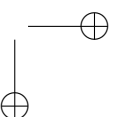
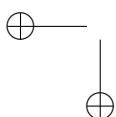
## Referências

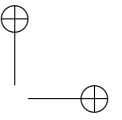
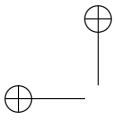
- BARBOSA, Suzana. *Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD): um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos*, 2007. 331p. Tese de doutorado defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, UFBA, Salvador, 2007.
- BLOOD, Rebeca. *The weblog handbook: practical advice on creating and maintaining your blog*. Perseus Publishing, 2002.
- BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta a sua mídia*. Editora Paulus, São Paulo, 2006.

- CARRARO DAL-VITT, Fernanda. (2009). *A Notícia no Webjornalismo Participativo: um estudo de caso de Vc no G1, do Portal Globo*. Dissertação defendida no Programa de Mestrado em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná.
- CODINA, Lluís. (2003) Hiperdocumentos: composición, estructura y evaluación. En: NOCI, DÍAZ NOCI, Javier e SALAVERRÍA, Ramon (orgs.) *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ed. Ariel, 2003. Capítulo 3, págs. 141 a 194.
- COSTA, Cibele B. (2009). *Interatividade e Comunicação corporativa em processos de procuração colaborativa: um estudo de caso da camiseta.com*. Dissertação defendida no programa de Mestrado em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná.
- GRANIERI, Giuseppe – *Geração Blog*. Lisboa: Editorial Presença, 2005.
- LEMONS, André. *Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais*. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>. Acesso em 03/11/2009.
- MIELNICZUK, L. Interatividade como dispositivo do jornalismo online. In: GOMES, Itania Maria Mota; MIELNICZUK, Luciana; OLIVEIRA, Augusto de Sá; SANTOS, Suzy dos. (Org.). *Temas em Comunicação e Cultura Contemporâneas II*. Salvador: EDUFBA, 2000.
- \_\_\_\_\_. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web. In: PALACIOS, Marcos; MACHADO, Elias.. (Org.). *Modelos de jornalismo digital*. Salvador: Calandra, 2003, v., p. 37-54.
- NIELSEN, Jakob e LORANGER, Hoa. *Usabilidade na Web. Projetando websites com qualidade*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- ORIHUELA, J. L. *Weblogs y blogosfera: El médío y la comunidad*. In: ROJAS, O. et. Al. *Blogs: la conversación em internet que está revolucionando médíos, empresas y a ciudadanos*. Madri: Esic, 2005.
- PALACIOS, Marcos. *Os blogs e o alargamento do campo jornalístico*. In: Seminário Cultura e Pensamento (MINC/MEC), Recife, 2007.



- PAVLIK, John. *Journalism and new media*. New York. Columbia University Press, 2001.
- QUADROS, Claudia; ROSA, Ana Paula da; VIEIRA, Josiany. Blogs e as transformações no jornalismo. *E-Compós*, Brasília, número 3, 2005.
- QUADROS, Claudia; HOLANDA, Andre; PALACIOS, Marcos e SILVA, Jan Alyne Barbosa. *Pesquisa em Jornalismo Participativo no Brasil*. Trabalho apresentado no I Colóquio Internacional Brasil-Espanha sobre jornalismo na Internet, de 3 a 7 de dezembro de 2007.
- QUADROS, Claudia. Cebrián Herreros e a inovação radiofônica. In: MEDITSCH, Eduardo e ZUCOLOTTI, Valci. (Org.). *Teorias do Rádio II*. Florianópolis: Insular, 2008a, v. II, p. 337-349.
- \_\_\_\_\_. O público como centro de convergência. Trabalho apresentado no VI Encontro de Pesquisadores em Jornalismo, na Universidade Metodista, em São Bernardo, novembro de 2008b.
- QUADROS, Itanel. *Las páginas web: un nuevo campo para el diseño gráfico*. Tese de doutorado defendida na Universidade de La Laguna, Espanha, 2006.
- RODRIGUES, Andréa S.; SOUZA FILHO, Guido L.; BORGES, José A. *Acessibilidade na internet para deficientes visuais*. Disponível em [intervox.nce.ufrj.br/dosvoix/textos/guido.doc](http://intervox.nce.ufrj.br/dosvoix/textos/guido.doc). Acesso em 15 de outubro de 2009.
- VITTADINI, N. Comunicar con los nuevos media. In: BETTETINI, G, e COLOMBO, F. *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Barcelona: Paidós, 1995, pp. 103-176.





## 4.2. Ficha

### Ferramenta para Análise de Interatividade em Cibermeios

#### 1. Informação Geral

Cibermeio:

URL:

Data da observação:

Hora:

Avaliador:

Responsável pelas informações complementares no meio:

#### 2. Participação Cidadã

Existe um espaço exclusivo para a participação cidadã, onde o usuário possa interagir, claramente identificado no meio?

<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não

#### 3. Enquetes

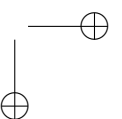
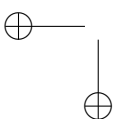
<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não

Possibilidade de ver os resultados

<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não

#### 4. Promoções

<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não





## 5. Fóruns

5.1 Existem fóruns?

<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não

Funcionou o último mês?

<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não

5.2 Existe regulamento do fórum?

<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não

5.3 É necessário registrar apelidos?

<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não

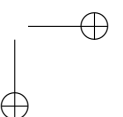
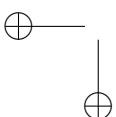
## 6. Notícias do Meio

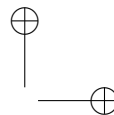
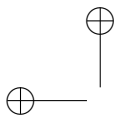
6.1. É possível comentar as notícias do meio?

<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não

6.2 Para isso, é necessário fazer um registro?

<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não





6.3 É preciso identificar-se?

	Sim
	Não

6.4. Existe a possibilidade de denunciar comentários de outros usuários?

	Sim
	Sim, prévio registro
	Não

6.5 Existe moderação prévia para os comentários dos usuários?

	Sim
	Não

6.6 Existe a possibilidade de votar (a favor/ contra) os comentários (de outros usuários)?

	Sim
	Não

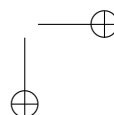
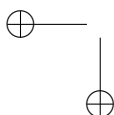
## 7. Notícias

7.1. É possível votar nas notícias do meio?

	Sim
	Não

7.2 Existe a possibilidade de imprimir notícias?

	Sim
	Não







7.3 Existe a possibilidade de corrigir a notícia?

<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não

7.4 Há possibilidade de vincular a notícia?

<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não

7.5 Existe a possibilidade de enviar a noticia (a outra pessoa)?

<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não

7.6 Existe a possibilidade de arquivar e compartilhar a notícia?

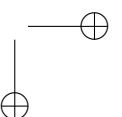
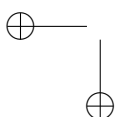
<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não

7.7 Marque os recursos que oferece:

<input type="checkbox"/>	Del.icio.us
<input type="checkbox"/>	Google bookmark
<input type="checkbox"/>	My2 Yahoo
<input type="checkbox"/>	Menéame
<input type="checkbox"/>	Aupatu
<input type="checkbox"/>	Enviar ao seu blog
<input type="checkbox"/>	Adicionar aos favoritos
<input type="checkbox"/>	Outro...
<input type="checkbox"/>	Se possível quantifique as mídias sociais.

7.8 Existe a possibilidade de fazer um registro para receber *newsletter*?

<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não





7.9 Existe algum destaque para as notícias mais vistas? (Exemplos: nuvens de palavras, ou notícias mais lidas?)

	Sim
	Não

7.10 Existe a possibilidade de ver as estatísticas da notícia?

	Sim
	Não

## 8. Chat

	Sim
	Não

## 9. Videochat

	Sim
	Não

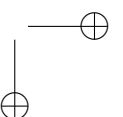
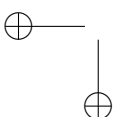
## 10. Blogs

10.1 Existem blogs?

	Sim
	Não

10.2 Do próprio meio (de jornalistas? De convidados? Outros?)

	Sim
	Não





10.3 Dos usuários

	Sim
	Não

10.4 Caso a resposta da última questão seja afirmativa, há uma ferramenta específica para a criação dos blogs?

	Sim
	Não

11. **Consultórios**

	Sim
	Não

12. **Fotografias**

12.1. Existe a possibilidade de enviar fotografias?

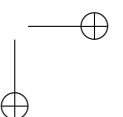
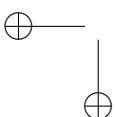
	Sim
	Não

12.2 Para enviar as fotos, é necessário fazer um registro.

	Sim
	Não

12.3 Existem seções temáticas que aceitam fotos enviadas pelos leitores?

	Sim
	Não





12.4 Sobre quais temas é possível enviar fotos?

	Fotodenúncia
	Curiosas
	Férias
	Concertos
	Seu momento
	Antigas
	Vida Noturna
	Festas
	Outras

13. Vídeos

13.1 Existe a possibilidade de enviar vídeos?

	Sim
	Não

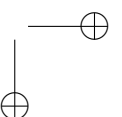
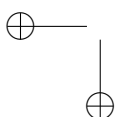
13.2 Para enviar os vídeos é necessário fazer um registro?

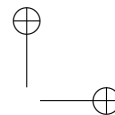
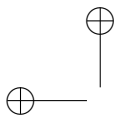
	Sim
	Não

14. Comunidades

Oferece ao usuário a possibilidade de criar comunidades com outros usuários, como wikis, como faz o *Estadão*, <http://www.estadao.com.br/home/index.shtm>, ver Limão, no link abaixo do banner superior?

	Sim
	Não





**15. E-Mail**

15.1 O meio proporciona uma conta de e-mail aos usuários?

	Sim
	Não

15.2 É possível enviar mensagens para a redação do meio?

	Sim
	Não

15.3 Os e-mails dos autores (jornalistas/fotógrafos) são informados? É possível contatar o jornalista através do sistema:

	Sim
	Não

**16. Feeds**

16.1. É possível fazer um registro para receber feeds?

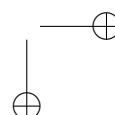
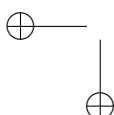
	Sim
	Não

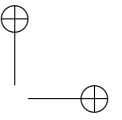
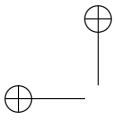
16.2 Todas as notícias vão para o feed?

	Sim
	Não

16.3 Os feeds são divididos por editoriais/secções?

	Sim
	Não





**17. Usabilidade**

17.1 O usuário pode hierarquizar as notícias em alguma área específica do site?

	Sim
	Não

17.2. Existe a possibilidade de modificar os recursos visuais e gráficos, como a cor, tamanho das letras, tipografia, layout etc.?

	Sim
	Não

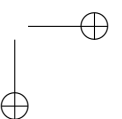
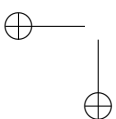
17.3 O conteúdo é modificado de acordo com o perfil do usuário?

	Sim
	Não

**18. Acessibilidade**

18.1 Existem aplicativos que possibilitam a navegação para cegos?

	Sim
	Não





## Ferramenta para Análise de Multimídia em Cibermeios

Pere Masip  
Josep Lluís Micó  
Tattiana Teixeira\*

### 5.1. Manual

#### 5.1.1. Critérios Básicos de Aplicação

Serão analisados todos os elementos multimídia de caráter informativo que apareçam na página inicial do cibermeio.

A presente ferramenta é constituída de 9 fichas de análise. A saber:

A. Ficha geral de recursos multimídia

B1. Ficha específica para a análise de fotografias

B2. Ficha específica para a análise de galerias de fotografias (só se aparecerem na página inicial)

B3. Ficha específica para a análise de vídeo

B4. Ficha específica para a análise de galerias de vídeos (só se aparecerem na página inicial)

B5. Ficha específica para a análise de áudio

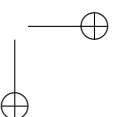
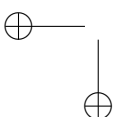
B6. Ficha específica para a análise de infografias

C1. Ficha específica para a análise de arquivos (*contenedores*) de infografias

C2. Ficha específica para a análise de arquivos (*contenedores*) de vídeo

---

\*Tradução de Camila Martins Alves





Para cada observação, deve-se preencher uma vez a ficha A, e as fichas Bx, tantas vezes quanto os elementos multimídia aparecerem na página inicial. Por exemplo, X fichas B1 em função do número de fotografias que apareçam na página inicial. A ficha deve ser aplicada duas vezes por dia: às 9h e às 19h do horário local.

### 5.1.2 Definições

- **Número de peças:** Entende-se como peça qualquer unidade de caráter informativo autônomo (um artigo, um vídeo, uma fotografia, uma infografia, etc.) com título independente. Se uma fotografia ilustra uma notícia, não se a considera como unidade informativa autônoma. Uma galeria de fotografias ou de vídeos é considerada como uma única peça.
- **Título.** Faz referência ao título da notícia ao qual se vincula a peça (fotografia, vídeo...). Na sua ausência, se indicará qualquer elemento que permita identificar a peça como, por exemplo, legenda.

### 5.1.3 Utilidade da fotografia

- **Complemento (matiza ou enriquece o texto):** a imagem faz parte da notícia, é atual e inclui elementos básicos para entender a informação globalmente. Por exemplo, uma peça sobre um acordo internacional entre dois chefes de estado, apareceriam ambos os mandatários apertando as mãos.
- **Recurso ou ilustração:** a imagem não faz parte da notícia, não tem porque ser atual e, além do mais, a informação pode ser entendida globalmente sem ela. Por exemplo, em uma peça sobre um futuro de show de um cantor de pop, aparece um pequeno retrato desse artista, em um local indeterminado e em uma data não definida.
- **Independente.** Imagens independentes sem vinculação nenhuma com nenhum elemento informativo. Por exemplo, foto do dia. (Veja por exemplo: [www.publico.pt](http://www.publico.pt))





### 5.1.4 Localização

Três opções são possíveis.

- a) Fotografia integrada em zona de notícias:

Exemplo 1. *La Vanguardia*. Fotografia integrada em zona de notícias



Exemplo 2. *A Tarde*. Fotografia integrada em zona de notícias



Exemplo 3. *El Mundo*. Fotografia integrada em zona de notícias

**ECONOMÍA** Subida de impuestos

### Zapatero garantiza que las rentas altas asumirán el 'máximo' esfuerzo fiscal

No concreta en cuánto aumentará los impuestos para estos contribuyentes. Será el sábado cuando Salgado desvele los detalles.

- Solchaga: 'Imposible' que la subida aporte lo previsto
- El presidente visitará Oriente Próximo tras verse con Obama
- El PP preguntará por el viaje de la mujer e hijas de Zapatero



Un niño busca comida en un supermercado saqueado en Tegucigalpa. | Reuters

**MUNDO** Disturbios en Honduras

### Un muerto en los enfrentamientos entre seguidores de Zelaya y la policía

36

**FÚTBOL** Cua

### Cristia en Villi

Tras la exhibi Cristiano resp gozazo y una s dio el triunfo z

- Pellegr por las
- El sol y
- Videos:
- Clasific
- Vídeo: t

Exemplo 4. *Folha de S. Paulo*. Fotografia integrada em zona de notícias

jogador teve por um tempo paralisado nos braços.

- Mano Menezes usa críticas para motivar Ronaldo
- Vagner Love promete atuação melhor no Mineirão
- Afastado do Santos, Domingos acerta com a Lusa
- Ricardinho pode estreiar pelo Atlético-MG domingo

SÉRIE A | SÉRIE B

**esporte** ÍNDICE

**AUTOMOBILISMO**

### Pívó de escândalo, Nelsinho exhibe novo capacete e fala em correr

O piloto Nelsinho Piquet (foto) divulgou fotos de seu novo capacete em sua página pessoal no Twitter.



F-1 Ferrari diz que Felipe Massa continua em 2010  
 ITÁLIA Inter de Milão vence e assume ponta provisória  
 JUSTIÇA Renault desiste de processo contra Nelsinho  
 ESPANHA Kaká marca, e Real Madrid bate Villarreal

DESTAQUES DA TV | REGRA 10 | FUTEBOL NA REDE

**mun**do ÍNDICE

**ESPERANÇA**

### Pais de Madeleine voltam a Portugal para procurar filha

Garota britânica desapareceu há mais de dois anos. Pais dizem não ver razão para acreditar que ela esteja morta.



CLIMA Fidel elogia Obama por admitir culpa dos ricos  
 TÁTICA Mafioso italiano usou credito para intimidar

Exemplo 5. *La Vanguardia*. Vídeo integrado em zona de notícias

39 comentarios

Cartas: Millet, pilllet

**BMW 320d CON 177 CV ES DISFRUTAR POR 29.900 EUROS**



00:00 00:00

REPRODUCIR

Atlas / EFE

**Chávez se jacta de la "gran operación de engaño" que permitió la vuelta de Zelaya a Honduras**

Según altas esferas del Gobierno brasileño el presidente venezolano intervino decisivamente

30 comentarios

España y la OAE acuerdan el regreso de los embajadores a Honduras en apoyo a Zelaya | Zelaya asegura que diez personas han muerto en los incidentes | Micheletti restablece indefinidamente el toque de queda | [HagoClick.com](#): Más noticias sobre la crisis en Honduras

**Veinte años en un psiquiátrico penitenciario para el joven que decapitó a su madre en Santomera**

El joven, de 35 años, ha quedado absuelto debido a que en el momento de los hechos estaba en pleno brote psicótico

11 comentarios

**Estudios revelan que hay agua en Marte y en la Luna**

Entre el polo norte y el ecuador marciano podría haber bajo su superficie agua, pura en un 99%

17 comentarios

**Una serpiente causa alarma en una zona comercial de Ciudad Rodrigo**

La policía local optó por decapitar a la víbora, venenosa, de procedencia tropical y probablemente escapada de un terrario

8 comentarios

Exemplo 6. *El Mundo*. Infografía integrada em zona de notícias

245

Un 46,6% de los adultos no sabe hablar ninguna lengua extranjera. En el extremo contrario están Lituania, Suecia y Letonia.

**SALUD Reduce en un tercio los casos de contagio**

**La OMS, optimista ante la vacuna contra el sida tras años de fracasos**

María Valero

Los expertos reconocen que es uno de los mayores logros, pero alertan de que es pronto para pensar en su comercialización.

Gráfico | Especial | Historias del virus | La prueba | El reto de Bruni contra el sida

**MUNDO El argentino Julio Alberto Poch fue detenido en Valencia**

**El último vuelo del 'piloto muerte' antes de jubilarse lo llevó a prisión**

Juan Ignacio Igaray | Buenos Aires

Está acusado de ser uno de los pilotos de los vuelos de la muerte de la dictadura argentina. Desde aviones de la Armada arrojaron al Atlántico a miles de opositores.

Fran terroristas y no sufrían porque estaban drogados

**nuega sin lujos**

Esther Mucentes | Madrid | 26

Los empleados del emblemático hotel permanecen en paro hoy y mañana para exigir la readmisión de 17 despedidos.

**ENCUENTRO Tras la moción**

**Alcalde de Benidorm: 'El Pacto Antitransfuguismo es papel mojado'**

El nuevo alcalde de Benidorm, Agustín Navarro, ha respondido a las preguntas de los lectores de elmundo.es

Lea el encuentro íntegro

**ENCUENTRO Ciclismo**

**Pregunte al campeón del Tour Alberto Contador**

Ganador de dos Tour, un Giro y una Vuelta, responde a las preguntas de los lectores a partir de las 18.00 horas.

Exemplo 7. *El Mundo*. Vídeo e fotografía integrados em zona de notícias


La imagen de los Obama y los Zapatero en el Metropolitan. | L. Jackson

**EL MUNDO** Moncloa les recordó que el presidente no quiere  
**La agencia Efe censuró la fotografía de las hijas de Zapatero en la ONU**

M. C. | Nueva York 380

La foto quedó congelada en los archivos de Efe cuando Moncloa advirtió que Zapatero no quiere que se difundan fotos de sus hijas.

- La agencia Efe afirma que no hubo llamada de Moncloa
- Vídeo: José Luis, ¿qué pasó?
- Debate: ¿Tenía la agencia Efe que haber distribuido la foto?

Exemplo 8. *La Vanguardia*. Vídeo integrado em zona de notícias

**LA VANGUARDIA**.es 24 de septiembre 2009

INICIO | SERVICIOS | PARTICIPACIÓN | FOTOS | VIDEOS | BLOGS | HEMEROTECA | HAGOLIC.COM | INMO | EMPLEO

Al minuto | Internacional | Política | Ciudadanos | Sucesos | Gente y TV | Deportes | Cultura | Economía

**RATIFICADA POR UNANIMIDAD**

**El Consejo de Seguridad aprueba la resolución contra la proliferación nuclear**

Barack Obama sentencia que la amenaza nuclear requiere de "nuevas estrategias y nuevas actitudes". El documento insta a todos los países a negociar una progresiva desnuclearización

**Oliver reconoce que el Barça investigó a 4 vicepresidentes sin que 3 de ellos lo supieran**

**ROBERTO RODRÍGUEZ**  
El director general niega que la auditoría tenga que ver con las elecciones pero excluye a Godall de las investigaciones por descartarse como candidato

94 comentarios

cuenta **NÓMINA** sin comisiones **Abre** **ING. DIRECTE**

**El Barça descubre en el Camp Nou una estatua en honor a Ladislao Kubala**  
Laporta debía atender a los medios informativos pero ha

03:00 00:00  
REPRODUCIR Marta Cuatrecasas

Exemplo 9. *Diário Catarinense*. Galeria de fotografias e vídeo integrados em zona de notícias

**Trânsito**  
**Urbanista defende que obras na Capital sejam bem planejadas**

Reportagem do DC acompanhou comerciante em dia de obras em Florianópolis

Confira aqui imagens do congestionamento em Florianópolis

Acompanhe o movimento nas principais vias na Capital

Obra na Beira-Mar Norte deve ser retomada nesta sexta

Blog Trânsito: confira as informações sobre o tráfego

**VIOLÊN**  
**Cadel: São Pe**

b) Fotografia integrada na zona de notícias mas segregada e/ou destacada

Exemplo 10. *La Vanguardia*. Fotografia integrada em zona de notícias em zona destacada

1 2 3 4

AP / Rodrigo Abad

**ña y la OAE acuerdan el so de los embajadores a uras en apoyo a Zelaya**

Moratinos precisó que el objetivo de esta decisión, que se materializará en los próximos días, es ayudar a sentar las bases para resolver el conflicto

mentarios

asegura que diez personas han muerto en los es | Micheletti restablece indefinidamente el toque la | El toque de queda provoca el caos en Honduras mbre muerto durante los disturbios | lre.com: Más noticias sobre la crisis en Honduras

1 2

EFE / Domenech Castelló

**El Madrid sigue ganando pero pierde el liderato**

Ronaldo y Kaká marcaron en El Madrigal ante un Villarreal que terminó con 10 jugadores

82 comentarios

Pellegrini: "A Cristiano no le condiciona lo que haga Messi" | Valverde: "La expulsión ha determinado el curso del partido"

1 2

César Rangel

**El Espanyol consigue su primera victoria en casa**

El equipo culmina la remontada en el último minuto (2-1)

21 comentarios

Exemplo 11. *La Vanguardia*. Vídeo integrado em zona de notícias em zona destacada

The screenshot shows a news page layout with several articles and video players. The first article is titled "Chávez se jacta de la 'gran operación de engaño' que permitió la vuelta de Zelaya a Honduras" with a sub-headline "Según altas esferas del Gobierno brasileño el presidente venezolano intervino decisivamente". It has 30 comments. Below it is an article "PSOE y PP critican la sentencia del TSJPV que autoriza la exhibición de fotografías de presos etarras" with 2 comments. To the right, there is a video player for "Una serpiente causa alarma en una zona comercial de Ciudad Rodrigo" with 8 comments. Below that is another video player for "Restauran un vídeo con los poetas de la Generación del 27" with 3 comments. At the bottom right, there is a text-based article "España, tercer país de la UE con más adultos que no hablan otro idioma" with 3 comments. The video players are integrated into the news grid, showing a play button and a progress bar.

c) Fotografia segregada em zona específica (e habitualmente fixa)

Exemplo 12. *La Vanguardia*. Vídeo segregado em zona específica

The screenshot shows a news page layout with several articles and a video player. The first article is titled "El Consejo de Seguridad aprueba la resolución contra la proliferación nuclear" with a sub-headline "Obama sentencia que la amenaza nuclear requiere de 'nuevas estrategias y nuevas actitudes'". It has 1 comment. Below it is an article "Oliver reconoce que el Barça investigó a 4 vicepresidentes sin que 3 de ellos lo supieran" with 91 comments. To the right, there is a video player for "El Barça descubre en el Camp Nou una estatua en honor a Ladislao Kubala" with 7 comments. Below that is another video player for "Sistach rechaza la reforma de la ley del aborto en la misa de la Mercè" with 7 comments. The video players are segregated into specific zones, showing a play button and a progress bar.



### 5.1.5 Autoria

Sob a epígrafe “Agência”. Inclui-se qualquer provedor externo. Além de qualquer agência, são incluídas cadeias de televisão, Youtube, outros cibermeios, audiência...

Sempre se deve identificar o nome do provedor externo.

Se a fotografia ou o vídeo de agência está acompanhado do nome do jornalista autor do mesmo, deve-se indicar unicamente o nome da agência. Reservando a categoria “Forma pessoal identificada” unicamente aos jornalistas do próprio meio.

Se o material multimídia acompanha um texto, indicar se o autor é o mesmo daquele do material multimídia.

### 5.1.6 Atualização

A observação das 9h será comparada com a observação das 19h do dia anterior. A observação das 19h, com a das 9h.

### 5.1.7 Seção

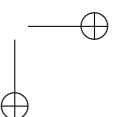
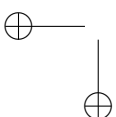
A seção de sociedade inclui: educação, infra-estruturais, ocorrências e tribunais. Se bem que na Espanha é habitual que se inclua saúde, ciência e tecnologia, dada a prática habitual no Brasil considerou-se melhor separar esses temas em uma seção específica.

A atribuição às seções será realizada de acordo com os conteúdos das informações, não das designações realizadas pelos meios.

### 5.1.8 Tipologia de galerias fotográficas

**Montagem monotemática de imagens:** a galeria inclui imagens referidas a um único assunto de interesse informativo. Seria o equivalente a um vídeo, ainda que sem imagens em movimento, só com fotografias.

**Apresentação conjunta de informações sobre diversos temas:** a galeria de imagens é uma vitrine de vários assuntos, distintos entre si. Cada uma das fotografias inclui um link que dá acesso a uma informação diferente, sem relação com o resto.





### 5.1.9 Apresentação

**Avanço automático:** as imagens da galeria se sucedem sem necessidade de acionar nenhum tipo de botão. Como em um vídeo, as fotografias passam de forma automática.

Exemplo 13. *El Periódico*. Galeria fotográfica com avanço automático



**Avanço manual:** para ver as distintas imagens da galeria, deve-se apertar em algum botão. Essa ação deve ser realizada cada vez que se queira passar à foto seguinte.

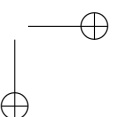
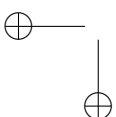
#### Avanço Manual e Automático

### 5.1.10 Extensão

No caso das galerias de fotografia com avanço automático, indicar a duração em segundos.

No caso de galerias de fotografias com avance manual, indicar o número de fotografias que a galeria inclui.

No caso de vídeos e áudios, indicar a duração em segundos.





Exemplo 14. *Folha de S. Paulo*. Galeria de fotografias com avanço automático



Exemplo 15. *El Mundo*. Galeria fotográfica com avanço manual



### 5.1.11 Forma de identificação

São definidos três sistemas para a identificação de informações multimídia: a) Fotograma com botão de play (habitualmente para vídeo ou infografias), b) Ícone e c) Rótulo indicando o tipo de recurso.

Quando o cibermeio utiliza mais de um sistema para identificar o mesmo

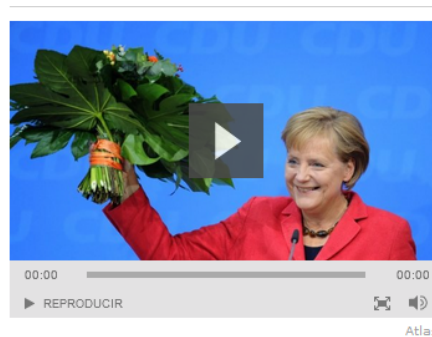
Exemplo 16. *La Vanguardia*. Galeria fotográfica com avanço manualExemplo 17. *Folha de S. Paulo*. Galeria de fotografias com avanço automático e manual



recurso multimídia deve-se levar em consideração aquele ao qual o meio tenha dado mais relevância (por tamanho, situação, etc.).

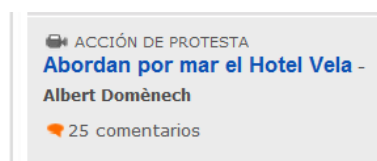
### Fotograma com botão de play

Exemplo 18. *La Vanguardia*. Vídeo identificado com um fotograma com botão de play

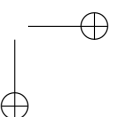
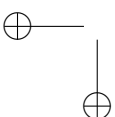


### Ícone

Exemplo 19. *La Vanguardia*. Vídeo identificado com ícone



### Rótulo (p. exemplo Vídeo)





Exemplo 20. *El Mundo*. Vídeo identificado com ícone

## El Bolonia priva a la Juve del liderato

El brasileño Adailton empató en Turín en el descuento (1-1) y deja a la Sampdoria como líder.

-  **El Liverpool más goleador**
-  Primera derrota del Chelsea
-  El Hamburgo avisa al Bayern
-  **Videos:** Inglaterra | Italia


Exemplo 21. *Diário Catarinense*. Vídeo identificado com ícone

Trânsito

### Urbanista defende que obras na Capital sejam bem planejadas



Reportagem do DC acompanhou comerciante em dia de obras em Florianópolis

 Confira aqui imagens do congestionamento em Florianópolis

 Acompanhe o movimento nas principais vias na Capital

> Obra na Beira-Mar Norte deve ser retomada nesta sexta

> **Blog Trânsito: confira as informações sobre o tráfego**

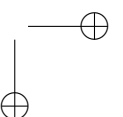
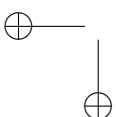
VIOLÊN

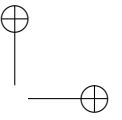
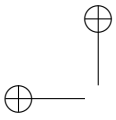
Cadel:  
São Pe



Pituca po

+ :







Exemplo 22. *Diário Catarinense*. Infográfico identificado com ícone

Temporais

## Granizo e vendavais atingem pelo menos 15 municípios do Estado



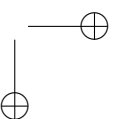
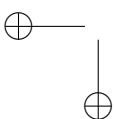
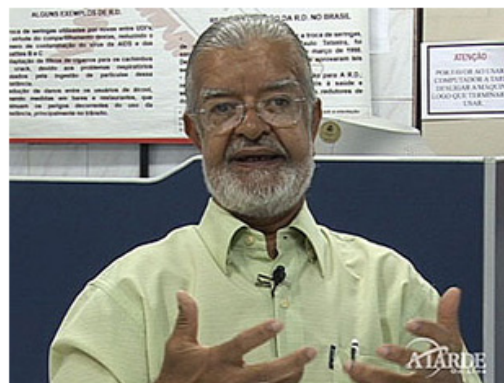
Mau tempo causou estragos em cidades do Sul, Grande Florianópolis e Oeste do Estado

-  Confira as fotos dos estragos causados pelo granizo em SC
-  Confira no gráfico a previsão para os próximos dias em SC
- > Chapecó decreta situação de emergência
- > Previsão é de chuva para segunda-feira em SC

Exemplo 23. *A Tarde*. Vídeo identificado com rótulo

## VÍDEOS

### Antônio Nery Filho: "Eu nasci um grande provocador"





### 5.1.12 Grau de elaboração

**Declaração.** Manifestação de qualquer uma das pessoas que intervenham na notícia (testemunhas, especialistas, etc.)

**Voz em off.** Voz do redator não pronunciada visualmente diante da câmera.

**Stand up.** Aparição do jornalista no vídeo narrando parte da informação.

### 5.1.13 Arquivo de vídeo

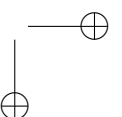
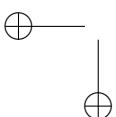
Entendemos como Arquivo de Vídeo (“Contendor de vídeo” no uso corrente espanhol) a seção que alguns cibermeios oferecem dentro da qual aglutinam toda sua coleção videográfica. Com frequência aparecem identificadas sob denominações como Vídeos, Videoteca, PúblicoTV.

Em alguns casos, as galerias de vídeo exercem uma função de preâmbulo ou porta de entrada da página inicial do meio a esses “Arquivos”.

### 5.1.14 Infografia

Entendemos como infografia, uma modalidade discursiva, ou subgênero do jornalismo informativo, na qual a presença indissociável de imagem e texto em uma construção narrativa permite a compreensão de um fenômeno específico como um acontecimento jornalístico ou o funcionamento de algo complexo ou difícil de ser descrito em uma narrativa textual convencional. A infografia é composta por elementos icônicos e tipográficos e deve, necessariamente, ter título, texto de entrada (espécie de lead), indicação de autor e fontes utilizadas.

Uma infografia pode ser composta por mapas, fotografias, ilustrações, gráficos e outros recursos visuais. Na internet, a produção de infografias pode incluir recursos multimídia – como vídeos e áudios – e, no caso da chamada infografia dinâmica, permitir que o leitor utilize informações dispostas em uma base de dados para construir sua própria infografia a partir de demandas específicas. Geralmente, em qualquer suporte, acompanha, de forma complementar, uma reportagem ou notícia. Apesar disso, a infografia de qualidade deve ser construída de modo que permita sua autonomia enunciativa, quer dizer, o público deve entender o que sua narrativa contém sem ter que recorrer obrigatoriamente a outros textos.



Deve-se compreender que uma tabela e/ou mapa, isoladamente, mesmo que sejam bem trabalhados do ponto de vista gráfico não constituem por si sós uma infografia. Essa diferenciação é importante porque ainda é comum chamar de infografia (ou entender como tal) os recursos utilizados pela editoria de arte para dar mais dinamismo à diagramação como uma tabela ilustrada com ícones que cumprem uma função estética importante, mas sem a intenção de estabelecer uma narrativa jornalística através da associação imagem + texto. Sendo assim, exemplos como os disponíveis mais adiante NÃO devem ser classificados como infografias, pelo menos para essa pesquisa, mesmo que estejam arquivados em seção específica chamada infografia ou infográficos:

#### Exemplo 24. G1

<http://g1.globo.com/Noticias/SaoPaulo/0,,MUL1293148-5605,00-PAULISTANA+BEBE+COM+MAIOR+FREQUENCIA+E+COMECA+A+FUMAR+MAIS+CEDO.html>



## Exemplo 25. UOL

<http://noticias.uol.com.br/ultnot/cienciaesaude/ultnot/2009/04/30/ult4476u42.jhtm>

The screenshot shows a UOL article page. At the top, there is a navigation bar with links for 'UOL', 'ASSINE', 'EMAIL', 'SAC', 'SHOPPING', and 'ÍNDICE PRINCIPAL'. Below this is a search bar and the text 'UOL Ciência e Saúde'. The main heading of the article is 'Teste: você é hipocondríaco?'. The text below the heading explains the Whiteley Index test, which is used to identify signs of hypochondria. It states that all test results should be interpreted with caution and that a high score may indicate the need for a specialist's opinion. It also mentions that the article contains questions about the user's health, where they should mark the number that best defines their feelings and sensations. A 'Começar' button is visible at the bottom right of the article content. The source is cited as 'Fonte: University of Bergen | Institute of Medicine'.

## Exemplo 26. UOL

<http://noticias.uol.com.br/ultnot/infografico/2009/03/25/ult3224u118.jhtm>





**Categorias/tipos de infografias.** Distinguem-se dois tipos de infografias: enciclopédicas e jornalísticas. As enciclopédicas centram-se em explicações de carácter mais universal como, por exemplo, detalhes do funcionamento do corpo humano, como se formam as nuvens, o que são as bactérias, a crise financeira; os partidos políticos ou sobre os controles e comandos da cabine de um avião, entre outros. Costumam ser, por isso, bastante generalistas. As jornalísticas, não. Elas são focadas em aspectos mais próximos da singularidade. São bastante comuns em casos como acidentes – reproduzem o que aconteceu a partir de declarações; quando se pretende explicar um novo procedimento cirúrgico; Em uma eleição, quando são mostradas a composição das assembleias a partir panoramas provinciais e partidários.

Exemplo 27. UOL Notícias – Infografia enciclopédica:

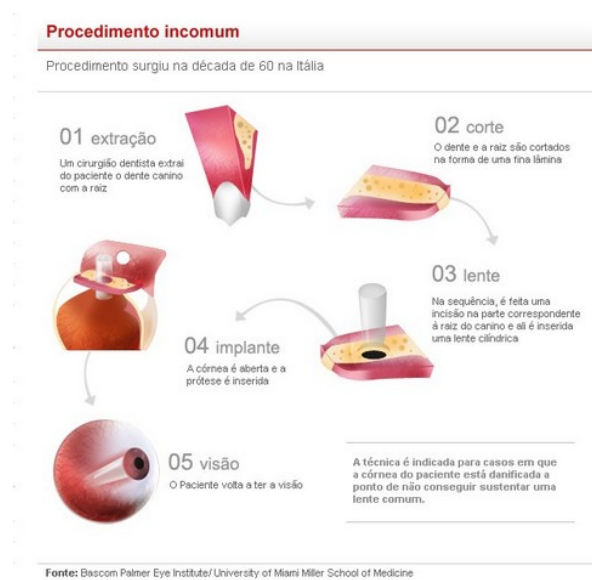


Exemplo 28. *El Mundo* – Infografia jornalística:

**Gerações de infografias:** Tomando como base uma explicação que já é empregada para descrever o jornalismo digital, adota-se uma classificação semelhante para mapear e compreender a “evolução” do uso das infografias nos cibermeios. Assim, distinguem-se: infografias de primeira, segunda, terceira e quarta geração.

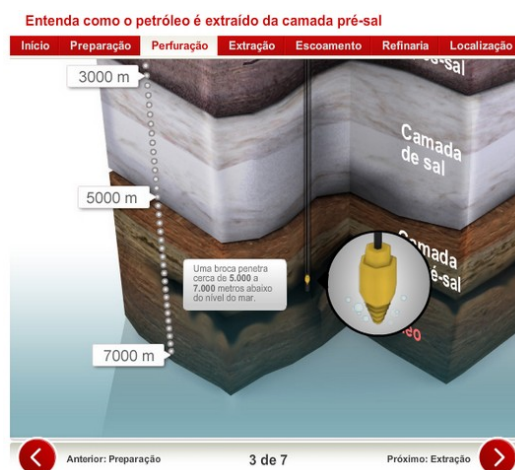
As infografias de primeira geração são as transpositivas, quer dizer, ainda são concebidas e publicadas a partir da mesma lógica daquelas criadas para os meios impressos, sem nenhum recurso que lembre aqueles considerados essenciais para caracterizar a linguagem do webjornalismo; infografias de segunda geração, metafóricas, isto é, metáforas das infografias produzidas para o meio impresso, usando como diferença, essencialmente, a animação para levar ao leitor a seguir uma sequência de quadros narrativos ou a descoberta de novas informações “escondidas” atrás da ilustração, provocando em maior ou menos grau – a interatividade com o seu público; as infografias de terceira geração seriam as multimídias – compreendendo o termo aqui em seu sentido amplo – e as mais adequadas – pelo menos na perspectiva de alguns autores – ao ambiente digital. As infografias de quarta geração seriam aquelas que utilizam bases de dados.

Exemplo 29. G1 – Infografia de primeira geração  
<http://g1.globo.com/Noticias/Ciencia/0,,MUL1307346-5603,00-CEGA+RECUPERA+VISA0+APOS+REIMPLANTE+DE+DENTE+NOS+ESTADOS+UNIDOS.html>



Exemplo 30. *G1* – Infografia de segunda geração

[http://g1.globo.com/Noticias/Economia\\_Negocios/0,,MUL1287660-9356,00-ENTENDA+COMO+E+FEITA+A+EXTRACAO+DO+PETROLEO+DO+PRESAL.html](http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,MUL1287660-9356,00-ENTENDA+COMO+E+FEITA+A+EXTRACAO+DO+PETROLEO+DO+PRESAL.html)



**Arquivo de Infografia.** Entendemos como Arquivo de Infografia (“Contenedor de Infografia” no uso corrente espanhol) a seção que alguns cybermeios oferecem dentro da qual aglutinam total ou parcialmente sua coleção infográfica. Com frequência tais seções aparecem identificadas sob denominações como Infográficos, Biblioteca de Infográficos, Outros Infográficos, Nossos Infográficos etc

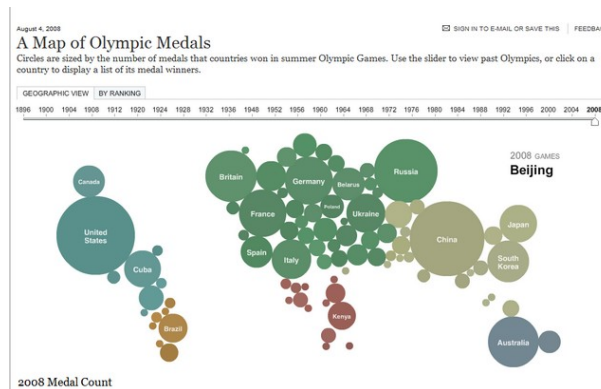
Exemplo 31. *El País*. Infografia de terceira geração

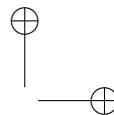
[http://www.elpais.com/graficos/internacional/Accidente/aereo/Brasil/elpgraint/20070718elpepuint\\_1/Ges/](http://www.elpais.com/graficos/internacional/Accidente/aereo/Brasil/elpgraint/20070718elpepuint_1/Ges/)



Exemplo 32. *NYTimes.com* – Infografia de quarta geração

[http://www.nytimes.com/interactive/2008/08/04/sports/olympics/20080804\\_MEDALCOUNT\\_MAP.html](http://www.nytimes.com/interactive/2008/08/04/sports/olympics/20080804_MEDALCOUNT_MAP.html)





## 5.2. Ficha

### Ferramenta para Análise de Multimídia em Cibermeios

#### IDENTIFICAÇÃO DO CIBERMEIO

Nome do cibermeio

Dia de observação

Hora de observação

Nome do avaliador

#### **Recurso multimídia (na página inicial)**      **Sim**      **Não**

Fotografia (individual)

Fotografia (galeria)

Vídeo (individual)

Vídeo (galeria)

Áudio

Infografia

Gráficos e mapas estáticos

Mash-up

Newsgame

#### **Recurso multimedia (em qualquer parte do cibermeio)**      **Sim**      **Não**

Arquivo de infografias (Contenedor)

Arquivo de vídeos (Contenedor)

Arquivo de audios (Contenedor)

Outros (especificar.....)

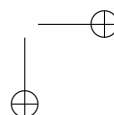
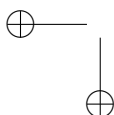
Outros (especificar.....)

Outros (especificar.....)

#### **FICHA B1. Ficha para análise de Fotografia individual**

##### **Observações**

Não serão analisadas fotografias publicitárias, nem imagens que tenham função de identificar autores de colunas, weblogs, suplementos – por exemplo, “Yo

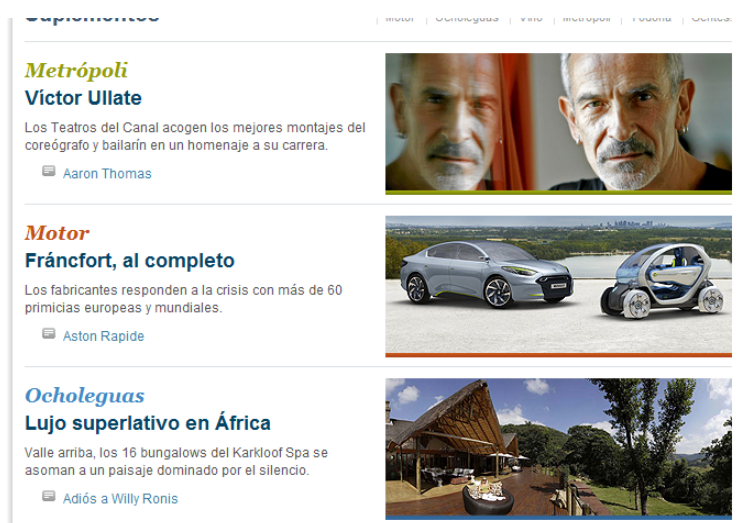


dona”, “Mundovino”... em *El Mundo* – ou qualquer outro tipo de conteúdo que não seja estritamente informativo.

Não serão analisadas fotografias incluídas em galerias. Estas serão analisadas na ficha de galerias.

Exemplos de fotografias que não serão objeto de análise:

#### Exemplo 1: *El Mundo*



Exemplo 2: *La Vanguardia*

ARTÍCULO DEL DIRECTOR



**JOSÉ ANTICH**  
**Es hora de avanzar**  
 Con la contundencia dialéctica que le caracteriza, el presidente de...

---

OPINIONES DEL DÍA

	<b>Regidos por libros caducos</b> Quim Monzó		<b>¡Qué divertido es Hitler!</b> Pilar Rahola
	<b>Top secret</b> Joana Bonet		<b>El ladrón y 'la bona gent'</b> Francesc-Marc Álvaro
	<b>Los carteristas no son lo que eran</b> Màrius Carol		<b>La galerna del Cantábrico</b> Enric Bañeres

Exemplo 3: *La Vanguardia*

¿Qué encuestas



Alex Sagner

mana en ato, que ...

grafías a te

**Millet, pillet**

PATRICIA PLAZA  
 Las cartas de los lectores expresan la gran indignación y sorpresa que el caso Millet ha provocado entre los ciudadanos

2 comentarios

CARTA DEL LECTOR

**'Meublés' del Raval**

Nosaltres tenim un meublé a la nostra finca, al carrer Sant Josep Oriol. La nostra finca és vella, no ...

ANNA B. C.  
 Barcelona

2 comentarios

**Debat i urnes**

Lectores  
 Blog Pàgina oberta

LVE / Alex García

**'I'm Your Man, Leonard'**

GUILLERMO GRANELL  
 El cantante brindó un inolvidable concierto de más de tres horas en el que repasó la banda sonora de toda una vida sobre los escenarios

1 comentario

**Escala de psicopatía en el Sr. Millet y el Sr. Montuïl**

Xaro Sánchez  
 Blog Ctrl+Alt+Supr

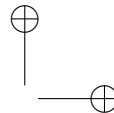
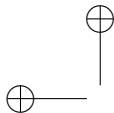
OPINIÓN DE LOS LECTORES

**Honduras: un país para dos presidentes**

JON IRADIER  
 Honduras es uno de los países de Centroamérica con mayor injusticia social: el escenario perfecto para una guerra

35 comentarios





Exemplo 4: *A Tarde*



**Informação geral**

Nome do meio:

Data de observação:

Número de fotografias  
(só as da página inicial):

Hora de observação:

Número total de peças  
(página inicial):

**Análise de fotografias**

Título:

Inclui legenda?:

5.2 Sim

5.3 Não

Utilidade da fotografia (marcar o que proceder)

15. Complemento (realça ou enriquece o texto)

16. Recurso ou ilustração

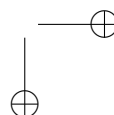
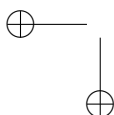
17. Independente

Localização:

- Integrada na zona de notícias
- Integrada na zona de notícias destacada e/ou segregada
- Segregada em uma zona específica

Autoria:

- Agência (identificar)
- Assinatura pessoal identificada





- Sem identificação

Autoria:

6. O texto e a fotografia são do mesmo autor?

6.1 Sim

6.2 Não

6.3 Não procede

Atualização:

7. Manteve-se a fotografia da última observação?

7.1 Sim

7.2 Não

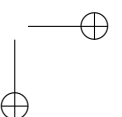
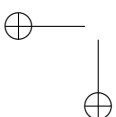
Seção:

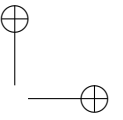
- Internacional
- Nacional / Espanha / Brasil / Política
- Sociedade
- Ciência, tecnologia e saúde
- Economia
- Esportes
- Cultura / Comunicação
- Opinião
- Outras

## **FICHA B2. Ficha para análise de fotografias em galerias**

### **Observações**

Entende-se por galeria de fotografias um conjunto de imagens agrupadas. A imagem não tem porque referir-se a um único tema.



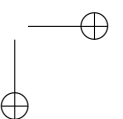
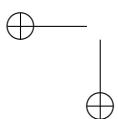


Exemplo de galeria:

Exemplo: 1 *La Vanguardia*

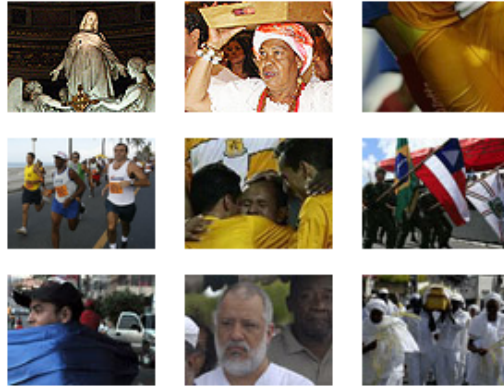


Exemplo 2: *Folha de S. Paulo*



Exemplo 3: *A Tarde*

**GALERIA DE FOTOS**



**mais fotos**

Exemplo 4. *La Vanguardia*

or  
:a



1 2 3 4 AP

**Hallado un valioso tesoro anglosajón en Inglaterra**  
Se trata de una colección de 1.500 piezas de oro y plata y datado del siglo VII

24 comentarios

ENTREVISTA · FITO CABRALES

[Fito Cabrales: "Triunfo](#)



**Informação geral**

Nome do meio:

Data de observação:

Número de galerias

(só as da página inicial):

Hora de observação:

Número total de peças

(página inicial):

**Análise de galeria de fotografias**

Título:

Tipologia de galerias:

- Montagem monotemática de imagens
- Apresentação conjunta de informações sobre diversos temas

Inclui título? (aplicável a montagens monotemáticas de imagens):

5.2 Sim

5.3 Não

Localização:

- Integrada na zona de notícias
- Integrada na zona de notícias destacadas e/ou segregada
- Segregada em uma zona específica

Utilidade da galeria:

15. Justaposição com o texto (mesmo conteúdo/redundante)

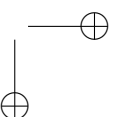
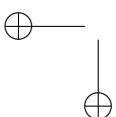
16. Complemento (realça ou enriquece o texto)

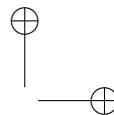
17. Integrado em um discurso multimídia (texto, imagens) através de links

18. Galeria independente. Entidade própria.

Apresentação:

- Avanço automático
- Avanço manual





## Extensão:

- Se o avanço é automático (duração em segundos)  
.....
- Número de fotografias (em qualquer um dos tipos de apresentação)  
.....

## Autoria das fotografias da galeria:

- Agência (identificar) ¿Quantas em relação ao total?  
.....
- Assinatura pessoal identificada ¿Quantas em relação ao total?  
.....
- Sem identificação ¿Quantas em relação ao total?  
.....

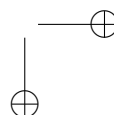
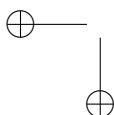
## Atualização:

6. Manteve-se a galeria da última observação?

- 6.1 Sim
- 6.2 Não

## Seção:

- Internacional
- Nacional/Espanha/Brasil/Política
- Sociedade
- Ciência, tecnologia e saúde
- Economia
- Esportes





- Cultura/Comunicação
- Opinião
- Outra

Grau de elaboração. Elementos incluídos na galeria.

- Só imagens
- Música
- Declaração
- Voz em off
- Rótulos
- Efeitos sonoros

### **FICHA B3. Ficha para análise de Vídeo individual**

#### **Observação**

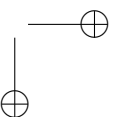
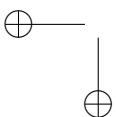
Não serão analisados e nem serão levados em consideração vídeos publicitários, nem trailers de filmes ou qualquer outra peça sem caráter informativo.

#### **Informação geral**

Nome do meio:

Data de observação:  
Número de galerias  
(só na página inicial):

Hora de observação:  
Número total de peças  
(página inicial):



**Análise de vídeos:**

## Título:

Forma de identificação:

- Fotograma com botão de play
- Ícone
- Rótulo (Por exemplo, Vídeo)

Localização:

- Integrado na zona de notícias junto com informações textuais
- Integrado na zona de notícias, mas segregado
- Segregado em zona específica
- Segregado formando galeria de vídeos

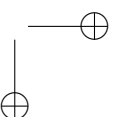
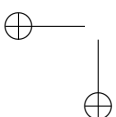
Utilidade do vídeo:

15. Justaposição com o texto (mesmo conteúdo/ redundante)
16. Complemento (realça ou enriquece el texto)
17. Integrado em discurso multimídia (texto, imagens) através de links
18. Vídeo independente. Entidade própria.

Duração do vídeo:

Autoria:

- Agência ou outro provedor externo (identificar)  
.....
- Elaboração própria com autoria identificada  
.....
- Elaboração própria com autoria genérica (logotipo do veículo)  
.....







- Sem identificação

.....

Autoria:

6. O texto e o vídeo são do mesmo autor?

6.1 Sim

6.2 Não

6.3 Não procede

Atualização:

7. Manteve-se o vídeo da última observação?

7.1 Sim

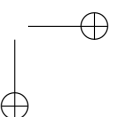
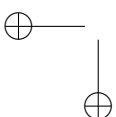
7.2 Não

Seção:

- Internacional
- Nacional / Espanha / Brasil / Política
- Sociedade
- Ciência, tecnologia e saúde
- Economia
- Esportes
- Cultura / Comunicação
- Opinião
- Outra

Grau de elaboração:

- Imagens
- Imagens com declaração
- Imagens com off





- Imagens com rótulos
- Imagens com stand up
- Imagens com declaração e stand up
- Imagens com declaração e rótulo
- Imagens com declaração e off
- Imagens com declaração, off e stand up
- Imagens com declaração, off e rótulo
- Imagens com declaração, stand up e rótulo
- Imagens com declaração, off, rótulo e stand up
- Imagens com off e rótulo
- Imagens com off e stand up
- Imagens com off, rótulo e stand up
- Imagens com rótulo e stand up

Gêneros:

- Notícia / Informação do dia
- Reportagem
- Entrevista
- Opinião
- Outros

#### **Ficha B4. Ficha para análise de galerias de vídeo**

##### **Observações**

Não serão analisadas nem levadas em consideração galerias de vídeos publicitários, nem trailers de filmes ou qualquer outra peça sem caráter informativo.





**Informação geral**

Nome do meio:

Data de observação:

Hora de observação:

Número de galerias

Número total de peças

(só na página inicial):

(página inicial):

**Análise da galeria:**

Título:

Tipologia de galerias:

- Montagem monotemática de imagens
- Apresentação conjunta de informações sobre diversos temas

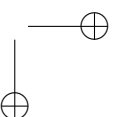
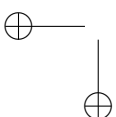
Localização:

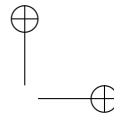
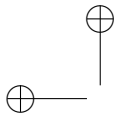
- Integrada na zona de notícias
- Integrada na zona de notícias, mas segregada
- Segregada em uma zona específica

Utilidade da galeria:

15. Justaposição com o texto (mesmo conteúdo/ redundante)
16. Complemento (realça ou enriquece o texto)
17. Integrado em discurso multimídia (texto, imagens) através de links
18. Galeria independente. Entidade própria.
19. Número de vídeos incluídos na galeria (identificáveis desde a página inicial) .....

Autoria dos vídeos da galeria:





- Agência (identificar). Quantas em relação ao total?  
.....
- Assinatura pessoal identificada. Quantas em relação ao total?  
.....
- Sem identificação. Quantas em relação ao total?  
.....

Atualização:

6 Foram mantidos os vídeos da última observação?

6.1 Sim

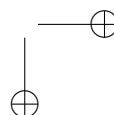
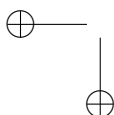
6.2 Não

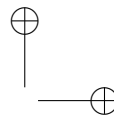
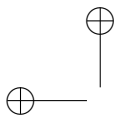
Arquivos (Contenedores) de vídeo

- Da galeria de vídeos pode-se acessar através de um link um “Arquivo” (Contenedor) de vídeos mais amplo onde estão estocados produtos anteriormente publicados?  
6.3 Sim  
6.4 Não

Seção (nos vídeos identificados desde a página inicial, é possível mais de uma opção):

- Internacional
- Nacional / Espanha / Brasil / Política
- Sociedade
- Ciência, tecnologia e saúde
- Economia
- Esportes
- Cultura / Comunicação





- Opinião
- Outros

## Ficha B5. Ficha para análise de Áudio

### Observações

Devem ser incluídos qualquer tipo de áudio, independentemente da denominação com que apareça: áudio, *podcast*, etc.

Exemplo: 1. *Folha de S. Paulo* (3 peças de áudio)

**PODCAST**  
ELIANE CANTANHÊDE  
[Chávez tenta tirar foco do Brasil na crise em Honduras](#)  
▶ 00:00 [download](#) 00:00

**AGENDA CULTURAL**  
[Catraca Livre destaca eventos desta quinta em SP](#)  
▶ 00:00 [download](#) 00:00

**RODOLFO LUCENA**  
[Atenção redobrada na hora de trocar o computador](#)  
▶ 00:00 [download](#) 00:00

MARIA INÊS DOLCI | LUCIANA COELHO | ÍNDICE

**ENQUETE**

### Informação geral

Nome do meio:

Data de observação:

Número de áudios

(só na página inicial):

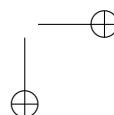
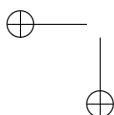
Hora de observação:

Número total de peças

(página inicial):

### Análise de áudios:

Título:





Forma de identificação:

- Fotograma com botão de play
- Ícone
- Rótulo (Por exemplo, Áudio)

Localização:

- Integrado em uma notícia
- Segregado

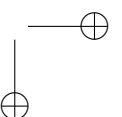
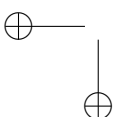
Utilidade do vídeo:

15. Justaposição com o texto (mesmo conteúdo / redundante)
16. Complemento (realça ou enriquece el texto)
17. Integrado em discurso multimídia através de links
18. Áudio independente. Entidade própria

Duração do áudio:

Autoria:

- Agência (identificar)  
.....
- Elaboração própria com autoria identificadas  
.....
- Elaboração própria com autoria genérica (logo do veículo)  
.....
- Sem identificação  
.....





Autoria:

6. O texto e o áudio são do mesmo autor?

6.1 Sim

6.2 Não

6.3 Não procede

Atualização:

7. Manteve-se o áudio da última observação?

7.1 Sim

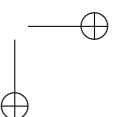
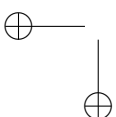
7.2 Não

Seção:

- Internacional
- Nacional / Espanha / Brasil / Política
- Sociedade
- Ciência, tecnologia e saúde
- Economia
- Esportes
- Cultura / Comunicação
- Opinião

Grau de elaboração:

- Elementos inclusos no áudio:
  - Voz em off
  - Declaração
  - Música
  - Efeitos sonoros



## Ficha B6. Ficha específica para análise de infografias

### Observações

Não serão incluídos dentro da categoria infografia recursos como tabelas ilustradas, mapas e gráficos estáticos.

Exemplos de recursos gráficos que não serão objeto de análise na categoria de infografias:

#### Exemplo 1. – GI

<http://g1.globo.com/Noticias/SaoPaulo/0,,MUL1293148-5605,00-PAULISTANA+BEBE+COM+MAIOR+FREQUENCIA+E+COMECA+A+FUMAR+MAIS+CEDO.html>





Exemplo 2. – UOL

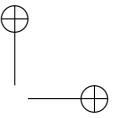
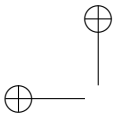
<http://noticias.uol.com.br/ultnot/cienciaesaude/ultnot/2009/04/30/ult4476u42.jhtm>



Exemplo 3. – UOL

<http://noticias.uol.com.br/ultnot/infografico/2009/03/25/ult3224u118.jhtm>



**Informação geral**

Nome do meio:

Data de observação:

Hora de observação:

Número de infografias

Número total de peças

(só na página inicial):

(página inicial):

**Análise de infografias:**

Título:

Localização:

- Integrada na zona de notícias junto com informações textuais
- Integrada na zona de notícias, mas segregada
- Segregada em zona específica
- Segregada formando galeria de infografias

Utilidade da infografia:

15. Justaposição com o texto (mesmo conteúdo / redundante)

16. Complemento (realça ou enriquece el texto)

17. Integrado em discurso multimídia (texto, imagens) através de links

18. Infografia independente. Entidade própria

Autoria:

- Agência (identificar)

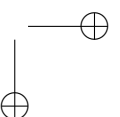
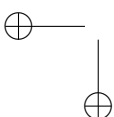
.....

- Elaboração própria com autoria identificada

.....

- Elaboração própria com autoria genérica

.....





- Sem identificação

.....

Autoria:

6. O texto e a infografia são do mesmo autor?

6.1 Sim

6.2 Não

6.3 Não procede

Atualização?

7. Manteve-se a infografia da última observação?

7.1 Sim

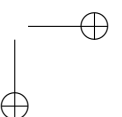
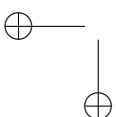
7.2 Não

Seção:

- Internacional
- Nacional / Espanha / Brasil / Política
- Sociedade
- Ciência, tecnologia e saúde
- Economia
- Esportes
- Cultura / Comunicação
- Opinião
- Outros

Grau de elaboração:

- Elementos inclusos na infografia:





- Fotografias
- Vídeo
- Imagens estáticas geradas digitalmente
- Imagens animadas geradas digitalmente
- Tabelas e estatísticas
- Rótulos
- Voz em off
- Declaração
- Efeitos sonoros
- Efeitos visuais

Categoria:

- Jornalística
- Enciclopédica

Geração:

- Primeira geração
- Segunda geração
- Terceira geração
- Quarta geração

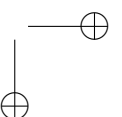
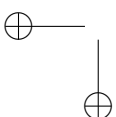
### **Ficha C1. Ficha específica para análise de seções de armazenamento de infografias**

#### **Informação geral:**

Nome do meio:

Data de observação:

Hora de observação:





**Análise de “Arquivo” (Contenedor) de Infografias:**

Nome que recebe o Arquivo (Contenedor) de Infografias (especiais, infografias, etc.)

Número de infografias incluídas no Arquivo (Contenedor) de Infografias nos últimos 30 dias:

As infografias incluídas no Arquivo de Infografias são agrupadas por seções ou canais?

5.2 Sim

5.3 Não

Quantas infografias deste período podem ser consideradas de primeira geração?

5.4 Todas (100%)

5.5 A maioria (>75%)

5.6 Algumas (50-74%)

5.7 Poucas (25-49%)

5.8 Quase nenhuma (< 24%)

Quantas infografias deste período podem ser consideradas de segunda geração?

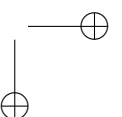
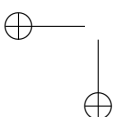
5.9 Todas (100%)

5.10 A maioria (>75%)

5.11 Algumas (50-74%)

5.12 Poucas (25-49%)

5.13 Quase nenhuma (< 24%)





Quantas infografias deste período podem ser consideradas de terceira geração?

- 5.14 Todas (100%)
- 5.15 A maioria (>75%)
- 5.16 Algumas (50-74%)
- 5.17 Poucas (25-49%)
- 5.18 Quase nenhuma (< 24%)

Quantas infografias deste período podem ser consideradas de primeira geração?

- 5.19 Todas (100%)
- 5.20 A maioria (>75%)
- 5.21 Algumas (50-74%)
- 5.22 Poucas (25-49%)
- 5.23 Quase nenhuma (< 24%)

## **Ficha C2. Ficha específica para análise de “Arquivos” (Contenedores) de vídeos**

### **Informação geral:**

Nome do meio:

Data de observação:

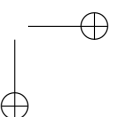
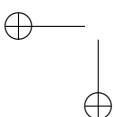
Hora de observação:

### **Análise de “Arquivos” de vídeos**

Nome que recebe o “Arquivo” de vídeos (por exemplo, Público.TV, LV Vídeos, Multimídia):

Número de vídeos incluídos no “Arquivo” de vídeos:

Número de vídeos incluídos no “Arquivo” de vídeos e disponíveis também na galeria da página inicial (no caso de ser aplicável):





Número de vídeos incluídos no “Arquivo” de vídeos e disponíveis também na página inicial como vídeos independentes:

15. Os vídeos incluídos no “Arquivo” de vídeos são agrupados por seções e canais?

5.2 Sim

5.3 Não

• Os vídeos incluídos no “Arquivo” de vídeos incluem informação textual complementar (além de uma legenda)?

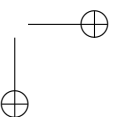
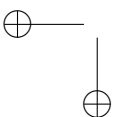
5.4 Sim, todos (100%)

5.5 A maioria (>75%)

5.6 Alguns (50-74%)

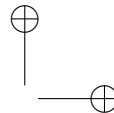
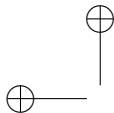
5.7 Poucos (25-49%)

5.8 Quase nenhum (< 24%)









# Ferramenta para Análise de Design em Cibermeios

Bella Palomo  
Itanel Quadros  
Fernando Firmino da Silva\*

## 6.1. Manual

As páginas da *homepage* deverão ser guardadas em formato Web, imagem e também em PDF durante a mesma aplicação, visando o procedimento das análises.

### A. Desenho da Interface Gráfica da Homepage

#### 1. Dimensão da página inicial

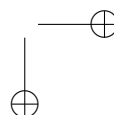
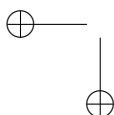
*Descrição:* Refere-se à resolução, ao número de pontos ou pixels com os quais se desenha uma página Web para visualização no monitor. As medidas padrão são 640x480, 800x600 e 1024x768. Nos últimos anos, com a ampliação do tamanho dos monitores, tem sido comum esta última resolução, que permite mostrar 1024 pontos distintos na largura de cada uma de suas 768 linhas. Segundo Nielsen, em 2006, 60% dos monitores utilizavam esta resolução.

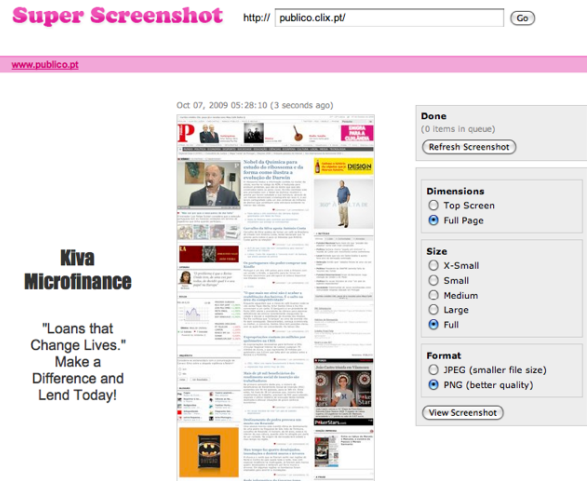
Para conhecer a resolução de cada computador, sem a necessidade de buscar informação no disco rígido, há mecanismos automatizados como <http://www.screenresolution.org/>, mas nesta análise proposta o que se pretende é saber em que tamanho os cibermeios estão sendo projetados.

*Procedimento:* Guardar a página inicial ou *homepage* do cibermeio em formato imagem, preferencialmente \*.png tendo em vista que sua qualidade é superior ao formato \*.jpg, utilizado o *plug-in* do *Firefox*, o *Fireshot*. Alternativamente, pode-se recorrer a recursos da web como o SuperScreenshot (<http://www.superscreenshot.com/>).

---

\*Tradução de Fernando Firmino da Silva





Abra o arquivo com um programa de edição de imagem como o Photoshop. No menu, localizar Imagem/Tamanho de Imagem. Uma janela será aberta contendo os dados da dimensão horizontal e vertical da mancha gráfica da web em pixels. Em seguida, selecione aquela caixa que seja coincidente ou, em caso de não existir entre as opções pré-definidas, adicionar o dado na opção “outros”. Este seria o caso dos dados obtidos na seguinte janela: 994x4173 pixels.





## 2. Comprimento da página inicial

*Descrição:* Trata-se de traduzir o comprimento obtido em pixels para número de páginas. Ou seja: se imprimíssemos a *homepage*, quantas páginas obteríamos? Outra possibilidade consiste em contabilizar o número de telas, mas detectou-se que este sistema oferece resultados menos consistentes porque depende da precisão aplicada por cada pesquisador.

*Procedimento:* Um sistema ecológico que evita a impressão consiste em guardar a *homepage* como pdf. Ao abrir a página no Acrobat Reader pode-se identificar o número de páginas que ocupa. O analista deve indicar o número total.

## 3. Esquema de estruturação da página inicial

*Descrição:* Transformar a *homepage* em um conjunto de módulos que permita comparar em porcentagem o espaço dedicado na tela a cabeça da página, às ferramentas de busca, ao menu de navegação, às composições informativas completas (título+foto e os links e/ou parágrafo), às composições de títulos. Verificar se existem referências a outros meios do grupo (rádios, televisão, edições impressas) e/ou a promoções cruzadas, uma agenda ou calendário de eventos, elementos multimídia, informação corporativa, publicidade, serviços ou se o cibermeio oferece comércio eletrônico em sua *homepage* e seções de participação.

Recomendações:

- Não é necessário fazer um segmento por cada peça informativa; podem-se agrupar várias peças, sempre que todas estejam dentro da mesma categoria como no caso de composições informativas completas ou composições de títulos.
- As enquetes a usuários serão consideradas no item “participação”.
- Se os blogs forem elaborados pelos membros da equipe do cibermeio e colaboradores, e somente aparecem seus títulos, serão considerados dentro do item “composição de títulos”; somente no caso em que apareçam assinados por usuários serão considerados pertencentes à seção “participação”.



**Procedimento:** Abrir o arquivo de imagem da *homepage* no Photoshop. Ampliar a imagem com a lupa até 100%. Abrir a janela “registro de medidas”. A imagem constituirá a camada de fundo e devem ser criados segmentos em função de um conjunto de cores pré-determinadas. O resultado final deve ser similar ao seguinte:

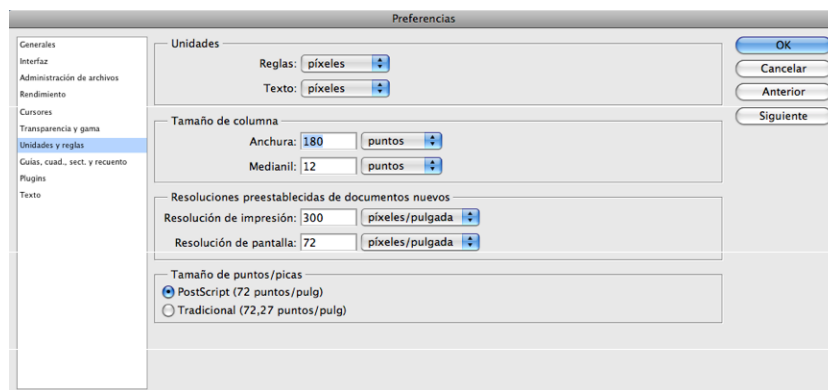
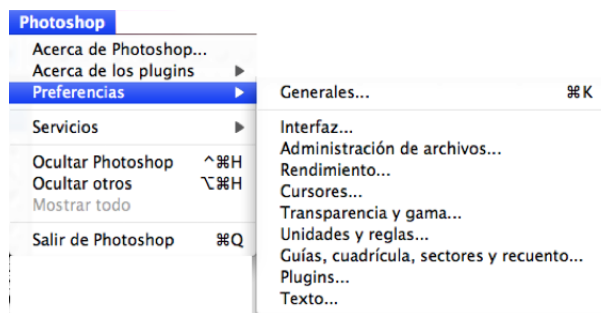


Cada um destes segmentos possui uma dimensão em pixels e cada vez que se cria um retângulo clica-se no botão “gravar medida”, localizada dentro da janela “Registro de Medidas”. Muitos dados serão gerados na ação, mas o mais interessante será o de “Área”, que faz referência ao total da superfície em pixels. O analista deverá tomar nota destes dados e escrevê-los sobre a tal superfície para que ao final seja mais fácil localizar cada dado e construir os totais:



Este arquivo criado deverá ser guardado com o nome de “esquema.tiff”, sem achatar as camadas para que se possa realizar possíveis modificações posteriormente. Também deverá ser guardada uma cópia em versão \*.jpg para incluí-la na folha de análise.

Se o analista não possui a versão adequada do editor de imagens para visualizar o “registro de medidas”, também poderá recorrer à janela “informação”. Em primeiro lugar, deve-se ir até “Preferências” do programa para indicar que os parâmetros “Unidades e Regras” sejam contabilizados em pixels.



Uma vez modificado estes parâmetros, serão obtidas a largura e altura em pixels de qualquer retângulo que marquemos na imagem através da janela “informação”



#### 4. Barra de rolagem (*scroll*)

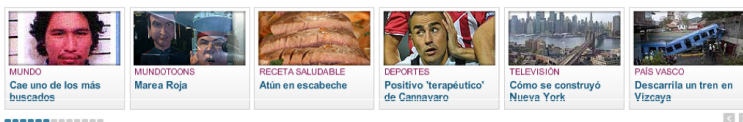
*Descrição:* Texto dinâmico, normalmente emoldurado dentro de uma janela para distinguir-se do estático, que circula vertical ou horizontalmente na web. No caso dos cibermeios, seu uso tem sido identificado normalmente com a apresentação de notícias de última hora.

*Procedimento:* Se existe na página inicial alguma barra de rolagem (*scroll*), indicar o número dentro da caixa “Sim”, e “0” se a resposta for negativa.

#### 5. Colunas

*Descrição:* Determinar quantas divisões verticais possui a página inicial para reconhecer os modelos predominantes. Neste item se diferenciam três aspectos: o número total de colunas, o número predominante na página inicial e se possuem uma largura homogênea ou se são desiguais.

*Procedimento:* localizar o maior número de divisões verticais da web para indicar o número total de colunas que foram aplicadas. Dentro do site *El-mundo.es* encontram-se até seis:



Em seguida, determinar o número de colunas predominantes, o mais utilizado para distribuir os conteúdos, que possa ser menor ou coincidente com o anterior:



Ao final da operação, deve-se especificar se dentro do esquema predominante, a largura resulta homogênea ou não. No exemplo anterior, observa-se claramente que a coluna da esquerda é a mais larga, segue no tamanho a de saída e, finalmente, a menor é a central.

## 6. Localização do menu/barra de navegação

*Descrição:* Indicar a posição da barra que orienta o usuário na sua navegação porque normalmente é um reflexo da estrutura lógica que organiza a informação. Além do mais, deve-se especificar se a barra de navegação se baseia exclusivamente no texto ou se contém elementos gráficos como ícones ou metáforas.

*Procedimento:* especificar a modalidade de menu presente na *homepage*.

### 1) Horizontal



## 2) Vertical

Switch to <b>Global Edition</b> ,
JOB REAL ESTATE AUTOS ALL CLASSIFIEDS
WORLD U.S. POLITICS N.Y./REGION BUSINESS TECHNOLOGY SPORTS SCIENCE HEALTH OPINION ARTS Books Movies Music Television Theater STYLE Dining & Wine Fashion & Style Home & Garden Weddings/ Celebrations TRAVEL

3) Misto: *homepage* que combina a presença de ambos menus.

The screenshot shows the homepage of AngoNotícias, a news website for Angola. The header includes the site name "AngoNotícias" and the tagline "Notícias de Angola em Tempo Real". Navigation links include "Página Principal", "Anuncie Aqui", "Recomendar este site", "Contacte-nos", and "Pesquisar no Angobusca". A left sidebar contains a "Canais" menu with options like "Generalista", "O Povo", "Desporto", "Entrevista", and "Arquivo". The main content area features a large article titled "Autoridades não deverão adoptar atitude de expulsar cidadãos da RD Congo" with a photo of General Francisco Purtado. A right sidebar contains a search bar, a "Recursos Humanos" button, and a "Publicidade" section with a "Pesquisar" button.



Nos três casos, deve-se indicar se o menu é desdobrável, ou seja, se ao passar o cursor sobre ele aparece uma janela com links para subseções:



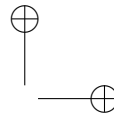
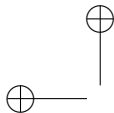
Também se deve contabilizar o número de filas que aparecem no caso de um menu horizontal e se o menu se localiza na cabeça da página.

Em seguida, deve-se indicar se seu conteúdo é exclusivamente textual ou se contém ícones.

## 7. Número de itens informativos na página inicial

*Descrição:* Este item permite relacionar a tendência atual em apresentar *homepages* que simulam grandes bases de dados, caracterizadas por uma grande verticalidade, que somente se justifica por uma ampla oferta de conteúdos.

*Procedimento:* contabilizar quantas informações de temáticas distintas são oferecidas na *homepage*, tanto se for um simples título com hiperlink, como se for um formato mais complexo com fotografia, título e parágrafo. No exemplo a seguir a temática é a mesma e se contabiliza como apenas uma unidade temática:



MADRID 'En Valencia no hay ninguna persona imputada', recuerda

## Aguirre, sobre el 'caso Gürtel' : 'No pretendo ponerme de ejemplo'



Aguirre dice que "políticamente hay que asumir responsabilidades" y que sus militantes y sus votantes "entienden" su decisión.

- Los diputados de Aguirre imputados dejan el Grupo Popular
- La rama madrileña de Gürtel
- López Viejo, el 'muñidor'

Além do mais, deve-se contar o número de itens informativos totais de onde se incluem as partes de uma mesma unidade temática. No exemplo apresentado anteriormente seriam quatro.

Na definitiva são links relacionados tematicamente, mas que apontam a quatro informações que podem ser consumidas de forma independente, isoladamente.

### 8. Caixas ou *frames*

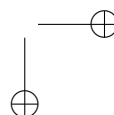
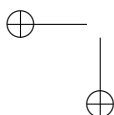
*Descrição:* Identificar se existem áreas retangulares na página web que se separam de outras através do uso de fundo pontilhado e/ou pela presença de caixas.

*Procedimento:* indicar a presença destas caixas. No campo "Observações" descrever alguma característica que as definam: se são aplicáveis somente à publicidade, se há homogeneidade no desenho desses *frames*. Finalmente deve ser indicada a quantidade, para determinar a existência de possíveis usos exagerados desta forma.

### 9. Atributo do fundo

*Descrição:* Determinar como é o cenário sobre o qual são dispostos todos os elementos textuais e gráficos da web que permitam identificar as tendências do desenho aplicadas e que também influam na legibilidade do site.

*Procedimento:* indicar de que cor é o fundo predominante da web, se há





uma imagem sobre ela ou se foram utilizadas outras opções como as texturas ou dégradés.

## 10. Gráficos na página inicial

*Descrição:* Refere-se à representação de dados/números por meio de coordenadas ou desenhos, eixo central de muitas infografias ou resultado de enquetes....

*Procedimento:* Além de indicar a existência de gráficos deve-se distinguir se são fixos, estáticos ou dinâmicos, no caso em que possuam movimento ou que estejam vinculados a um sistema de base de dados que possa ser alterado pelo usuário.

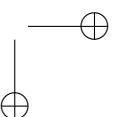
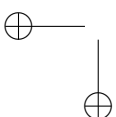
## 11. Características da fotografia

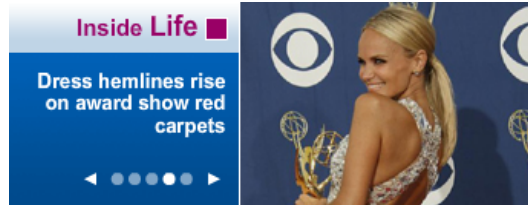
*Descrição:* O uso mais ou menos intensivo da fotografia influi na estética da página web e no tempo para seu carregamento. Sua forma e tamanho também definem a estética do cibermeio e o número permite identificar as estruturas predominantes de outras com menor aplicação.

*Procedimento:* Enumerar quantas fotografias estão publicadas em cores, quantas em preto e branco, se há possibilidade de *zoom* e analisar também sobre sua distribuição numérica em função de sua forma: quantas são retangulares, redondas, em silhueta, verticais, horizontais ou quadradas. Finalmente deve-se selecionar a imagem com maior tamanho, baixá-la para o computador do pesquisador e identificar o tamanho da mesma através de um editor de imagem como *Photoshop* e repetir a mesma operação vista no item 1 deste manual: clicar em Imagem/Tamanho de Imagem no menu e anotar o peso total em *kilobytes* (KB) e em pixels.

## 12. Aplicação de carrossel

*Descrição:* Os dispositivos de rotação de imagens são um recurso para introduzir mais conteúdos num mesmo espaço. Este item permitirá conhecer o nível de aplicação na página inicial do cibermeio e sua tipologia atendendo a sua interação com o usuário: se é automático, se permite avançar/retroceder pelas cenas pressionando setas, pontos, uma numeração ou imagens em miniatura.





*Procedimento:* Além de indicar a existência ou não de *carrossel*, há que indicar quantos aparecem na página principal, quantas histórias contêm e de



que mecanismos dispõe para que o usuário visite o site atendendo à tipologia anteriormente descrita.

### 13. Elementos ou objetos multimídia

*Descrição:* A aplicação da multimídia valoriza as páginas web, pois seu uso correto pode melhorar a compreensão ou, inclusive, oferecer à audiência informação adicional complexa, de difícil transmissão apenas com o apoio de texto. Este item trata de descobrir se é feito uso de vídeos e/ou se é possível acessar a arquivos de áudio a partir da *homepage*.

*Procedimento:* Identificar se há conteúdos de vídeo e/ou áudio expostos na *homepage*, indicando-se seu número para determinar se há uma modalidade explorada de forma mais frequente que outra.

### 14. Integração de ferramentas gratuitas no desenho do cibermeio

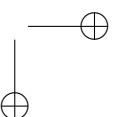
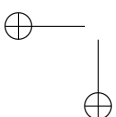
*Descrição:* A expansão da *Web 2.0*, unida ao uso destes meios sociais, provocou a integração na estética do cibermeio de elementos construídos fora do seu domínio.

*Procedimento:* Neste item será indicado a presença, na página inicial, de novas aplicações sociais criadas por empresas independentes do cibermeio como YouTube para *uploads* de vídeos do meio, *GoogleMaps* para geolocalizar acontecimentos, *Facebook* para construir uma comunidade de seguidores, *Blogger* para que os jornalistas do meio elaborem seus blogs o qualquer outro recurso que o analista identifique no cibermeio.

### 15. Fios e linhas

*Descrição:* Nos últimos anos tem ficado mais evidente as divisões reticulares dos cibermeios com fios e linhas como elementos que separam conteúdos informativos entre si ou para distinguir a publicidade da informação.

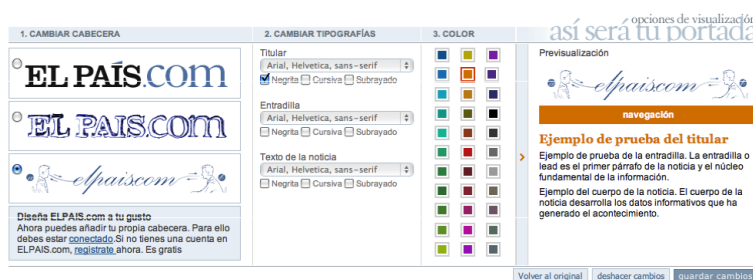
*Procedimento:* Além de indicar sua existência, deve-se diferenciar sua tipologia: se se trata de linha contínua, descontínua, se tem relevo e que cor utiliza.



## 16. Opções para criar diferentes *homepages*

*Descrição:* Em 1995, Nicholas Negroponte popularizou em seu livro “A vida digital” a idéia do “daily me”, um periódico *à la carte*, adaptado aos gostos pessoal de cada consumidor. O que parecia ficção científica se transformou em realidade, ainda que com múltiplas leituras desta personalização, que se diferenciarão neste item.

*Procedimento:* Existe a opção de visualizar na *homepage* uma hierarquia alternativa a tradicional do meio na apresentação dos conteúdos com as notícias mais lidas, as mais comentadas, as mais populares, as mais enviadas? É possível personalizar a *homepage*, de modo a que se ajuste aos conteúdos das seções que mais interessa a cada usuário? Pode-se alterar o corpo da fonte, a cabeça de página ou a paleta de cores? Pode-se mudar as fontes? Estas opções nem sempre aparecem descritas na *homepage*, requerendo que se busque o serviço/recursos no interior do site através do menu de navegação.



## 17. Localização da publicidade

*Descrição:* Esta seção permite comprovar em que lugares estratégicos se localizam os anúncios e se estes se fundem com a informação ou se permanecem distanciados desta.

*Procedimento:* Indicar com uma cruz se há:

- publicidade no topo da página (sobre a coluna central da homepage para integrar-se com a informação simulando uma fotografia de acompanhamento a um texto jornalístico),
- no pé de página da web (zona inferior),
- se a publicidade se sobrepõe sobre as notícias de forma flutuante ou mediante pop-up,
- se é utilizada para separar blocos de conteúdos.

The screenshot displays a webpage layout with several distinct sections:

- Top Left:** A news snippet titled "AV. ROSA E SILVA Incêndio provoca estragos em supermercado" with a "Video" icon.
- Top Center:** A news snippet titled "CAIXA ECONÔMICA Funcionários fazem assembleia hoje" with the subtext "Trabalhadores não aceitaram proposta da Fenaban".
- Top Right:** A large graphic with the text "EM GREVE" and a background image of a group of people.
- Middle Section:** A "Publicidade" (Advertisement) block for Fiat vehicles, featuring:
  - "Vitrine JC" with the Fiat logo and the text "Clique e aproveite."
  - "Novo Strada Adventure Locker 1.8 Flex" with pricing: "De R\$44.850 Por R\$42.990".
  - "Ducato Minibus Teto Alto" with pricing: "De R\$ 102.698 Por R\$ 89.348 - Ar com duto central".
  - "Punto 1.4 Flex 2010" with pricing: "De R\$ 39.152 Por R\$ 37.990 - Ar, Direção, Vidros e Travas Elétricas".
  - "Linea LX 1.9 16V Flex" with pricing: "A partir de R\$ 54.570 - Air Bag Duplo, Rádio CD Player com MP3, Frelso".
- Bottom Left:** A "CONCURSO" (Contest) section titled "Cara ou careta?" with a photo of a woman and the text: "Envie sua foto e concorra a vários prêmios no JC Kids".
- Bottom Right:** A "ÚLTIMAS NOTÍCIAS - LEIA MAIS" (Latest News - Read More) section with a vertical scrollbar and several news items:
  - "14h47 - Niemeyer responde bem a tratamento na UTI, diz hospital"
  - "14h12 - Duas lan houses fechadas por funcionarem como casa de bingo"
  - "13h58 - Casal morto na zona rural de Serra Talhada"
  - "13h43 - Com imagens para tocar, pequenos descobrem o mundo mágico da leitura"
  - "13h13 - Nadal derrota Safin e pega Cilic na semifinal em Pequim"

## 18. Tipologia da publicidade na *homepage*

*Descrição:* Indicar as fórmulas utilizadas para apresentar a publicidade na página principal dos cibermeios, em função das seguintes tipologias:

- Banner é o formato mais primitivo de anúncio para web e normalmente é retangular. A *Internet Advertising Bureau* define as medidas dos mesmos para que exista uma homogeneização na contratação da publicidade.
- Anúncio flutuante, de onde a publicidade se move pela tela, sobrepondo-se ao conteúdo.
- Patrocínio de conteúdos ou de seções. Alguns anúncios em formato vídeo ou texto se integram ao início de informações multimídia.



- Intersticial, anúncio que aparece e ocupa toda a tela quando passamos de uma página para outra.
- Pop-Up, ou nova janela que se abre ocupando total ou parcialmente a web que se visita.
- Pop-under, janela que se abre debaixo das que estão ativas, de forma que o usuário só chegue a ela quando começar a fechar janelas.





- Vídeo anúncio, que contém imagens animadas, vídeos que se ativam sem necessidade de clicar em “play”.

*Procedimento:* Selecionar qual ou quais desses exemplos descritos anteriormente aparecem na *homepage*.

## B. Tipografia


### 19. Considerações gerais

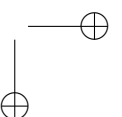
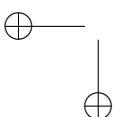
*Descrição:* O analista deve observar o nível de legibilidade dos textos utilizados na tela, se algum elemento apresenta dificuldade de leitura e identificar se seleção tipográfica (cor, estilo, fonte) para a página inicial se mantém nas páginas interiores.

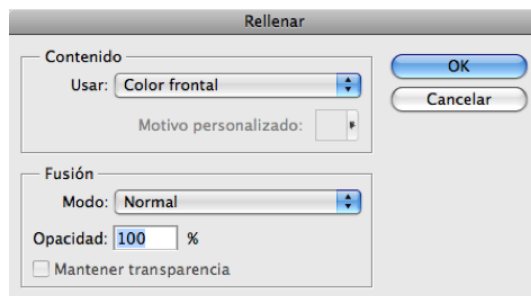
### 20. Logomarca do veículo

*Descrição:* Refere-se ao nome do cibermeio, que geralmente se localiza na zona superior da web. A relevância deste elemento tipográfico e sua legibilidade dependem da análise dos parâmetros indicados a seguir: cor predominante, uso de serifa/remate, o alinhamento, o estilo e sua elaboração em formato texto ou imagem.

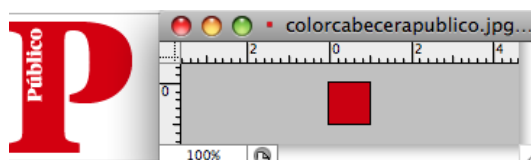
*Procedimento:* O estudo da logomarca requer seis análises diferentes:

1. Abrir a página inicial com Photoshop e selecionar a cor predominante na cabeça da página com a ferramenta de contagotas . Na sequência se abre um novo arquivo com as seguintes dimensões: 1x1 cm e resolução de 72 ppp. Assim que aparece a caixa na tela se indica no menu superior Edição/Preencher com cor frontal.



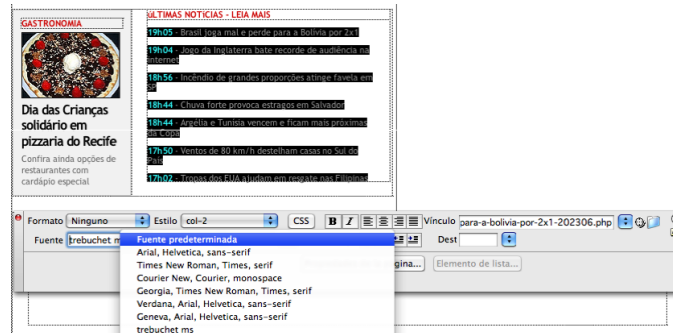


Uma vez pressionado “OK” na caixa preenche-se de cor selecionando com o conta-gotas, como se verifica na imagem seguinte:



A caixa deve ser guardada em formato \*.jpg com a denominação cor+ca-beça de página+nome do meio. Exemplo do caso anterior: “colorcabecera-publico.jpg”. Este arquivo se insere no Word para que se obtenha uma prova exata da cor e, assim, possibilitar a comparação da intensidade da tonalidade com os outros casos objeto de estudo.

2. Sempre o texto não esteja guardado em formato imagem, o analista deve abrir o arquivo web da *homepage* com *Dreamweaver* e localizar, através do código fonte ou na janela de Propriedades, a fonte utilizada pelo meio.



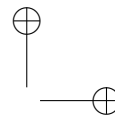
3. Na sequência se especifica se a tipografia utilizada é sem serifa (sem remate) ou com serifa (com remate):

Com serifa                  Sem serifa

4. Indica se é utilizado outra tipografia especial como, por exemplo, que simule os manuscritos em letra gótica, ou seja, de fantasia como nos seguintes exemplos do Elpaís.com:



5. Distinguir se o texto está escrito todo em maiúscula (caixa alta), todo em minúscula (caixa baixa) ou se constitui uma combinação de ambos.
6. Especificar o estilo de texto, se aparece em negrito, cursiva/itálica, sublinhado e/ou normal. Estes estilos podem ser cumulativos, ou seja, pode-se seleccionar mais de uma opção.



7. A localização faz referência ao tipo de alinhamento do texto: à esquerda, centralizado ou à direita da página da web.
8. Há que determinar se a cabeça da página está em formato texto ou em formato imagem. Para comprová-lo basta visitar a página web e clicar com o cursor sobre a logomarca e arrastá-la ao *desktop* para que se faça a cópia da imagem, se esta existir, gerando um arquivo semelhante ao seguinte:



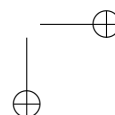
## 21. Títulos

*Descrição:* Neste item serão analisados os mesmos parâmetros do ponto anterior, porém aplicados ao texto principal de uma notícia ou artigo, destacado normalmente com um maior tamanho para chamar a atenção do leitor.

*Procedimento:* Aplicar as mesmas instruções que foram explicadas no item 16. No caso da coleta da amostra de cor com o conta-gotas, recomenda-se aplicar zoom para assegurar a adequada seleção.

## 22. Antetítulos

*Descrição:* Análise do elemento informativo que antecede ao título.





**CULTURA** Se han filtrado 45 segundos  
**'This is it', el nuevo tema  
de Michael Jackson**

*Procedimento:* aplicar as mesmas instruções que foram explicadas para item 16. No caso da coleta da amostra da cor com o conta-gotas, recomenda-se aplicar zoom para assegurar a adequada seleção. Se todos os itens forem deixados em branco, entende-se que não se aplica na página de início.

### 23. Bloco de texto

*Descrição:* Também definido como “corpo do texto”, é o espaço textual no qual se desenvolve a notícia. Deve-se analisar tanto na versão aplicada na *homepage* quanto na página interna da *homepage*.

*Procedimento:* aplicar as mesmas instruções que foram explicadas para o item 16. No caso da coleta da amostra de cor com o conta-gotas, recomenda-se aplicar zoom para assegurar a adequada seleção.

Após estudar sua cor, tipologia, o alinhamento e o estilo na página inicial, deve-se visitar a notícia principal da *homepage*, de onde serão obtidas as características mais detalhadas da aparência dos blocos de texto, tendo em vista que na *homepage* seu uso é restrito. Assim, deve-se identificar se há ocorrência de *links* integrados no texto; se aparece uma lista de *links* ao final da notícia ou na lateral da mesma; se os *hiperlinks* são sublinhados; se estes mudam de cor após o clique, além de determinar a cor ou cores utilizadas para

estas funções e qualquer outro recurso que o analista considere conveniente destacar.

## Detenidos en Montpellier dos responsables del aparato militar etarra

Los dos terroristas se dirigían a un 'zulo' en el que se cree que la banda preparaba los coches bomba que usan para atacar en España.- Con este son 15 los escondites localizados este año en Francia

JORGE A. RODRIGUEZ - Madrid - 11/10/2009

Vota ☆☆☆☆☆ Resultado ★★★★★ 139 votos

Comentarios - 76

Dos miembros de la banda terrorista ETA han sido detenidos esta mañana en una operación conjunta, y que continúa abierta, entre la Guardia Civil y la policía francesa contra la organización, según han informado fuentes de la lucha antiterrorista. Los terroristas, que según fuentes de la Guardia Civil ocupaban puestos de responsabilidad en el aparato militar de la banda, han sido detenidos en la localidad francesa de Rivières, cerca de Montpellier, cuando se dirigían en un Peugeot 307 con matrículas dobladas a un *zulo*, en el que se han encontrado placas dobladas y una troqueladora. Se trata de Iurgi Mendinueta Mintegi, alias *Aitor*, uno de los miembros más buscados de ETA y Joanes Larretxea Mendiola, aunque aún falta el cotejo de las huellas dactilares de ambos.

- Se entrega un etarra herido de bala
- La Guardia Civil localiza un zulo de ETA en una localidad de Alicante
- ETA frena las iniciativas de Arnaldo Otegi
- Desmantelados diez 'zulos' de ETA en Francia en una semana
- ETA explota una bomba en una casa cuartel donde dormían 117 personas
- ETA mata a dos guardias civiles en el corazón turístico de Mallorca
- ETA hace estallar tres artefactos de escasa potencia en varios locales comerciales de Palma de Mallorca

Fuentes de la lucha antiterrorista han explicado que el escondite podría ser el taller en el que la banda terrorista prepara los coches bomba que luego utiliza para atacar en España. La troqueladora, las matrículas y algunos detonadores encontrados en el *zulo* son vitales en este momento para la banda, según las mismas fuentes, ya que les permite tener autonomía para preparar los coches bombas y disponer de coches robados difícilmente identificables. Además, a los detenidos se les han incautado armas, documentación administrativa falsa, tanto francesa como española y material informático, según informa la Agencia EFE.



Detenidos dos presuntos etarras en Montpellier

VIDEO - VNEWS - 11-10-2009

Dos presuntos etarras han sido detenidos en la localidad francesa de Montpellier, Iurgi Mendinueta Mintegi, alias Aitor y Joanes Larretxea Mendiola. Ambos se dirigían en un coche con matrícula doblada a un *zulo* que podría ser el taller en el que la banda preparaba los coches bomba.

Otros vídeos



## 24. Legenda de foto

*Descrição:* Na fase primitiva dos cibermeios, estes textos (legendas) que acompanham as fotografias para explicar ou contextualizar seu conteúdo eram inexistentes. Trata-se de determinar qual é a tendência atual, se seu uso foi homogeneizado, tanto nas fotografias como nos vídeos, e como esse recurso se diferencia do resto dos elementos tipográficos.

*Procedimento:* Aplicar as mesmas instruções que foram explicadas para o item 16. No caso de coleta da amostra de cor com o conta-gotas, recomenda-se aplicar zoom para assegurar a adequada seleção. Além disso, será necessário especificar se todas as imagens estão acompanhadas de legenda de foto, o número de linhas que utiliza e outras particularidades com as quais o pesquisador pode se deparar, como no caso em que a legenda aparece no texto em negativa e sobre fundo pontilhado.

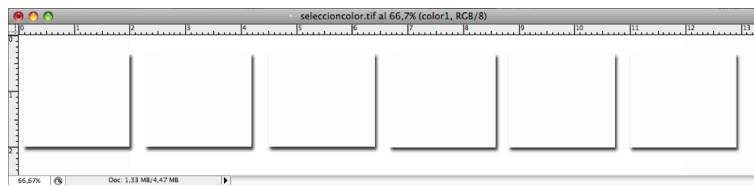



## C. Cores

### 25. Cor predominante na página inicial

*Descrição:* As cores podem refletir emoções e estados de espírito; elas têm identidade e produzem sensações. Neste item será analisado o uso de cores quentes e frias, as cores primárias e os complementos nos cibermeios.

*Procedimento:* A percepção da cor é diferente em cada indivíduo por motivos tão diversos como idade, disfuncionalidades na visão ou grau de saturação aplicado no monitor. Por este motivo, solicita-se ao analista neste trabalho, a coleta das amostras reais para construir a paleta de cores de um cibermeio. Junto à folha de análise se distribui o arquivo em formato tiff “seleçãocor”, que permite selecionar até seis cores.



Cada caixa possui uma camada independente, com o objetivo de que o analista com o conta-gotas possa selecionar uma cor da *homepage* em formato \*.png e preencha com esta cor um quadrado, que previamente deva ser selecionado com a ferramenta varinha mágica .





A idéia é que exista uma ordem descendente na sua aplicação, da esquerda para a direita. Ou seja: a cor predominante na página web será o primeiro quadrado esquerdo. Um exemplo da paleta de cores no *Elmundo.es* seria a seguinte:





## 26. Cores predominantes no interior do cibermeio

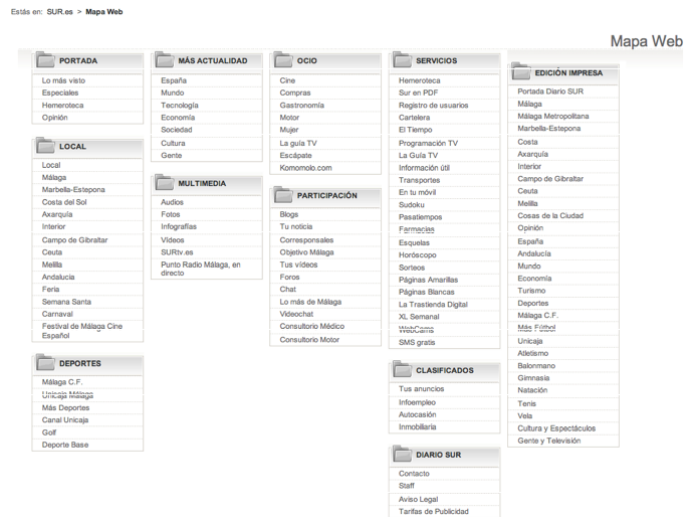
*Descrição:* Como o objetivo do estudo se ajusta ao desenho aplicado à página inicial, não há necessidade de analisar cada uma das seções aplicando o procedimento anteriormente descrito. Será suficiente indicar a cor predominante distinta em cada seção, prática que ajuda a orientar o usuário em sua navegação por uma web.

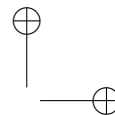
*Procedimento:* Visitar cada uma das seções do cibermeio que apareça no menu de navegação para identificar se essas páginas do interior do site priorizam uma cor para sua abertura de seção ou não. Também pode ocorrer que se aplique esta distinção somente em algumas seções como esportes, o que terá que ser especificado dentro do item “outras observações”.

## D. Estrutura de Navegação e Interatividade

### 27. Mapa do site

*Descrição:* Um mapa do site ou mapa web permite ao usuário obter uma visão geral da organização das distintas seções de um site, com objetivo de orientar o internauta/leitor em sua navegação, evitando que o usuário se perca ou que não se localize o que busca.

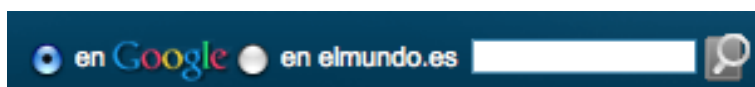




## 28. Buscador

*Descrição:* Os buscadores são ferramentas que favorecem o acesso aos conteúdos.

*Procedimento:* localizar se o cibermeio oferece na página inicial buscadores de conteúdos internos e/ou externos.



## 29. Correio eletrônico

*Descrição:* Às formas de contato tradicionais (endereço, telefone) se agregaram a outras que também facilitam o acesso dos usuários com o meio, como é o caso do email.

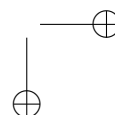
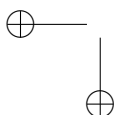
*Procedimento:* Localizar se o cibermeio oferece algum correio eletrônico para o internauta/leitor contatar a empresa através desta via, bem como mediante um geral, por seções, ou dos próprios jornalistas. Não se consideram válidos dentro deste item os formulários.

## 30. Outros recursos utilizados

*Descrição:* indicar se há links no texto, se as imagens também têm esta função, se existem botões, ícones ou metáforas (GIFs animados, cliparts) e qualquer outro elemento vinculado com a estrutura de navegação e a interatividade que o analista deseje destacar.

## 31. Valor da informação

*Descrição:* A distribuição dos conteúdos na página inicial também define sua estética. Para analisar os critérios aplicados pelo meio deve-se identificar se as notícias mais frívolas (secundárias, entretenimento) se fundem com os conteúdos sérios que caracterizam a imprensa de referência ou se há uma distinção

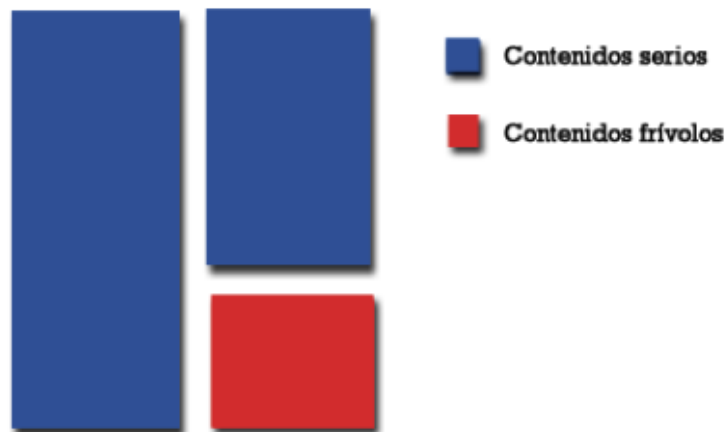




em sua distribuição. Também se deve determinar se na ordem da apresentação da informação influi a relevância informativa que para o meio possui tal conteúdo ou a atualidade do acontecimento.

*Procedimento:* Não é necessário realizar uma exaustiva análise de conteúdo para identificar se as notícias secundárias e as mais relevantes se distribuem em colunas distintas. É suficiente, com a observação geral da *homepage*, detectar algum padrão neste sentido. Desenhe dito esquema para que resulte numa comparação mais simples.

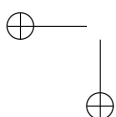
Exemplo do esquema da distribuição de conteúdos:

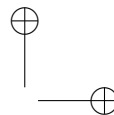


Finalmente, deve-se visitar as notícias da *homepage* para identificar se sua ordem de aparição atende a critérios cronológicos (a mais recente é a primeira na zona superior) ou se a hierarquia depende da relevância informativa definida pelo meio.

### 32. Localização da notícia mais relevante

*Descrição:* Este item refere-se à identificação de padrões na distribuição e na representação da informação mais relevante no período da aplicação da ferramenta.

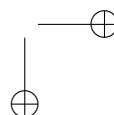
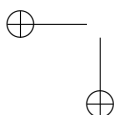


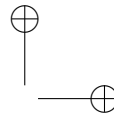
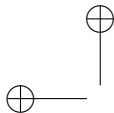


*Procedimento:* Indicar se a notícia mais relevante está na coluna da esquerda, na central ou na direita da página; se esta se apresenta usando a largura de várias colunas ou se aparecem outras informações sobre ela.

### 33. Outras observações

*Descrição:* Campo aberto para apontar detalhes relevantes que não foram especificados nos campos anteriores ou que necessitem de uma explicação mais ampla. Neste espaço se pode fazer alusão, por exemplo, a se o modelo de menu muda de *homepage* nas páginas internas; se o uso de fios e linhas tem como única função separar a informação da opinião; se existe apresentação cronológica de conteúdos com dados horários tipo blog; se na tipografia se usa outros estilos não contidos na folha de análise (letra vazia, sombra), localização de brancos e todas aquelas sugestões que decorram da análise do pesquisador.





## 6.2. Ficha

### Ferramenta para Análise de Design em Cibermeios

#### Identificação do Cibermeio

Nome	
URL	
Data da observação	
Analista	

A	DESENHO DA INTERFACE GRÁFICA DA <i>HOMEPAGE</i>
---	---

1. Dimensão da página inicial:














1024x768      800x600      Outro: \_\_\_\_\_

2. Comprimento da página inicial:

1 tela      até 2 telas      até 3 telas      mais de 3 telas

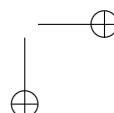
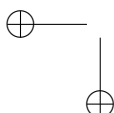
3. Esquema de estruturação da homepage

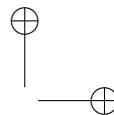
Esquema      Imagem

-  Cabeceira
-  Herramientas de búsqueda
-  Menú navegación
-  Composiciones completas (título+foto/enlaces/párrafo)
-  Composición de títulos
-  Referencia a otros medios y/o promociones cruzadas
-  Agenda/calendario de eventos
-  Multimedia (audio, video, infografía)
-  Información corporativa
-  Publicidad
-  Servicios
-  Participación
-  Comercio electrónico

4. barra de rolagem (*scroll*)

sim      não





5. **Colunas:** \_\_\_ n.º total \_\_\_ n.º predominante  
largura homogênea: sim não

6. **Localização do menu/barra de navegação**

Vertical	Com menu desdobrável	
Horizontal	Com menu desdobrável	___ Número de filas
Misto	Com menu desdobrável	___ Número de filas
Zona superior	Zona inferior	

7. **Número de itens informativos na página inicial**

\_\_\_ Unidades informativas diferentes \_\_\_ itens informativos totais

8. **Frames:** sim não

Número de Frames: 1 2 mais de 2

Observações: \_\_\_\_\_

9. **Atributo do fundo:** Cor: \_\_\_\_\_ Imagem Outro: \_\_\_\_\_

10. **Gráficos na página inicial:** sim não Infografia: sim não

**Tipologia:** gráficos estáticos gráficos dinâmicos

11. **Características da fotografia**

\_\_\_ n.º em cores \_\_\_ n.º em p/b \_\_\_ n.º com opção de zoom

**Forma:** \_\_\_ n.º retangular \_\_\_ n.º redonda \_\_\_ n.º silhueta

\_\_\_ n.º vertical \_\_\_ n.º horizontal \_\_\_ n.º quadrada

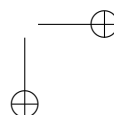
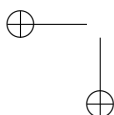
**Tamanho máximo:** \_\_\_\_\_ em pixels \_\_\_\_\_ em KB

12. **Aplicação de *carrocel*:** sim não

**Tipologia:** setas pontos numeração imagens em miniatura

Outro: \_\_\_\_\_

13. **Elementos multimídia:** \_\_\_ n.º vídeos \_\_\_ n.º áudios





14. **Integração de ferramentas gratuitas no desenho da *homepage*:**

Youtube    *GoogleMaps*    *Facebook*    *Twitter*    *Blogger*

Outras: \_\_\_\_\_

15. **Fios e linhas**    sim    não    Cor: \_\_\_\_\_

**Tipologia:**    linha contínua    linha descontínua    com relevo

16. **Opção de criar diferentes *homepage***

com as notícias mais lidas                      com as notícias mais comentadas  
com as notícias mais populares                paleta de cores personalizada  
seleção de fontes                                    seleção da cabeça de página

Outro: \_\_\_\_\_

17. **Localização da publicidade**

Cabeça da página    Coluna de entrada    Pé da página web    Flutuante  
Coluna de saída    Coluna central    Separação de blocos de conteúdos

18. **Tipologia da publicidade**

*Banner*    Anúncio flutuante    Patrocínio    Intersticial

*Pop-up*    *Pop-under*    vídeo anúncio    Outro: \_\_\_\_\_

<b>B</b>	<b>TIPOGRAFIA</b>
----------	-------------------

19. **Considerações gerais**

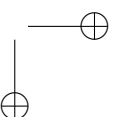
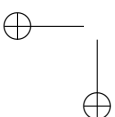
Os textos são legíveis na tela    sim    não

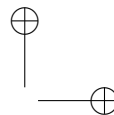
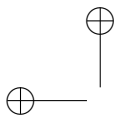
O padrão de tipos se mantém nas páginas internas?    sim    não

20. **Cabeça da página**

Cor predominante

**Fonte:** \_\_\_\_\_



**Características:**

com serifa    sem serifa    Tipografia especial

caixa alta    caixa baixa    caixa alta+caixa baixa

**Estilo:**    negrita    cursiva    sombra    normal    sublinhada**Alinhamento:**    esquerda    direita    central    justificado**Formato:**    texto    imagem21. **Títulos**Cor predominante **Fonte:** \_\_\_\_\_**Características**

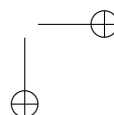
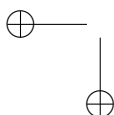
com serifa    sem serifa    Tipografia especial

caixa alta    caixa baixa    caixa alta+caixa baixa

**Estilo:**    negrita    cursiva    sombra    normal    sublinhada**Alinhamento:**    esquerda    direita    central    justificado**Formato:**    texto    imagem22. **Antetítulo**Cor predominante **Fonte:** \_\_\_\_\_**Características**

com serifa    sem serifa    Tipografia especial

caixa alta    caixa baixa    caixa alta+caixa baixa

**Estilo:**    negrita    cursiva    sombra    normal    sublinhada**Alinhamento:**    esquerda    direita    central    justificado**Formato:**    texto    imagem23. **Bloco de texto**Cor predominante 





**Fonte:** \_\_\_\_\_

**Características**

com serifa    sem serifa    Tipografia especial

caixa alta    caixa baixa    caixa alta+caixa baixa

**Estilo:**    negrita    cursiva    sombra    normal    sublinhada

**Alinhamento:**    esquerda    direita    central    justificado

**Formato:**    texto    imagem

**No desenvolvimento da notícia principal:**

parágrafos curtos (4/5 linhas)                      duplo espaço entre parágrafo

links integrados no bloco de texto                      resumo

lista de links na lateral do texto                      lista de links no final do texto

Hiperlink muda de cor depois da visita    hiperlink sublinhado

cor do link não visitado: \_\_\_\_\_ cor do link visitado: \_\_\_\_\_

Outro: \_\_\_\_\_

24. **legenda de foto**

Cor predominante

**Fonte:** \_\_\_\_\_

**Características**

com serifa    sem serifa    Tipografia especial

caixa alta    caixa baixa    caixa alta+caixa baixa

**Estilo:**    negrita    cursiva    sombra    normal    sublinhada

**Alinhamento:**    esquerda    direita    central    justificado

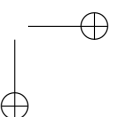
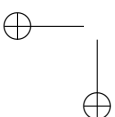
**Formato:**    texto    imagem

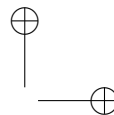
Aparece em todas as fotografias?    sim    não

Se utiliza em todos os vídeos?    sim    não

Número de linhas: \_\_\_\_\_

Outro: \_\_\_\_\_





<b>C</b>	<b>CORES</b>
----------	--------------

25. **Cor/es predominante/s na página inicial**

--	--	--	--	--	--

26. **Atribui-se uma cor predominante distinta em cada seção?**

sim    não

<b>D</b>	<b>ESTRUTURA DE NAVEGAÇÃO E INTERATIVIDADE</b>
----------	--

27. **Mapa do site:**    sim    não

28. **Buscador:**    interno    externo

29. **Correio eletrônico:**    geral    seções    jornalistas

30. **Outros recursos utilizados:**

Links nos parágrafos da *homepage*    links nas imagens

botões

ícones/metáforas

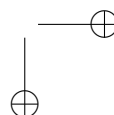
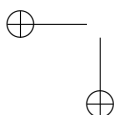
Outro: \_\_\_\_\_

31. **Valor da informação**

As notícias secundárias, de caráter mais frívolo, e as mais relevantes ou sérias se distribuem em colunas distintas?

sim    não

**Esquema:**





Na ordem da apresentação dos conteúdos atende a:  
motivos cronológicos      relevância informativa

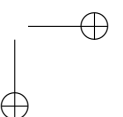
**32. Localização da notícia mais relevante:**

Coluna da esquerda      Coluna central

Uso de várias colunas

<b>E</b>	<b>OUTRAS OBSERVAÇÕES</b>
----------	---------------------------

**33. Outras observações:**







# Ferramenta para Análise de Bases de Dados em Cibermeios

Suzana Barbosa  
Elias Machado  
José Pereira

## 7.1. Manual

### 7.1.1 Introdução

A proposta da ferramenta deve ser vista como um desenvolvimento e uma complementação de lacunas observadas durante a aplicação do questionário Codina (2003) e sua ampliação realizada nos testes de 2008 do Convênio CAPES/DGU. A proposta, ao mesmo tempo em que inclui as bases de dados como um elemento constitutivo para a avaliação dos cibermeios propõe que se faça uma avaliação que considere o uso das bases de dados em todas as etapas do processo de produção no jornalismo: (Apuração, Produção, Circulação e Consumo). Parte-se do pressuposto que Apuração, Recuperação e Circulação de Informações são elementos indissociáveis e que devem ser analisados concomitantemente.

Conceitualmente, o emprego das bases de dados conforme se propõe analisar com esta ferramenta, está de acordo com a concepção do Jornalismo Digital em Base de Dados (Machado, 2004, 2006, 2008; Barbosa, 2004, 2007, 2008), definido como a modalidade jornalística que utiliza as bases de dados para estruturar e organizar todas as etapas do processo de produção jornalística: apuração, composição, edição, circulação bem como a apresentação dos conteúdos, de acordo com funcionalidades e categorias específicas, que vão permitir a criação, a manutenção, a atualização, a disponibilização e a circulação de produtos jornalísticos digitais dinâmicos (Machado, 2006, p.8; Barbosa, 2007, p.214). Segundo assinala José Pereira (2007, p.194): “Una base de datos ya no es sólo una aplicación utilitaria: es un vehículo de canalización de la producción periodística, es un condicionante de cómo la información se representa en pantalla y es la clave para generar hipertexto efectivo y rápido”.

*Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo, 167-182*

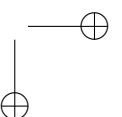
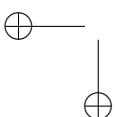




Orienta-se, para a aplicação da ferramenta, realizar observação prévia do cibermeio para conhecer melhor a composição dos seus conteúdos, bem como o seu funcionamento, antes do preenchimento da ficha em si. Como muitos dos itens da ferramenta requerem realização de visita *in loco* à redação do cibermeio para entrevista com o editor e com o responsável pela parte de tecnologia, recomenda-se o período de uma semana para a sua aplicação. Pode ocorrer, no entanto, que se conclua o processo de aplicação em menor tempo.

### 7.1.2 Conceitos e termos técnicos

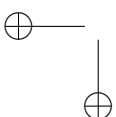
- **Bases de dados:** denomina qualquer grande coleção integrada de dados (texto, números, imagens fixas, e objetos multimídia, como vídeo, infografias interativas, **slideshows**, etc.), arquivados de forma estruturada. É um sistema de armazenamento de dados baseado em computador, cujo objetivo global é registrar e manter informação. Esta informação pode ser qualquer uma considerada significativa à organização servida pelo sistema. Qualquer coleção de dados ou informações que sejam organizadas para rápida pesquisa e recuperação por um computador é uma base de dados. As BDs são estruturadas para facilitar o armazenamento, a recuperação, modificação e manutenção dos dados, conforme várias operações de processamento de dados. Coube a Lev Manovich (2001) ampliar o significado das BDs na contemporaneidade, reconhecendo-as como uma forma cultural simbólica e percebendo-as como lógica e estrutura para forjar boa parte dos objetos da nova mídia. No jornalismo digital, o emprego das bases de dados para a estruturação e armazenamento dos conteúdos vai propiciar o padrão dinâmico para os cibermeios. As bases de dados são o elemento primordial para a construção e a administração dos cibermeios, ao lado da arquitetura da informação (AI) e dos sistemas de gerenciamento de conteúdos (SGC), segundo Barbosa e Ribas (2008).
- **Cibermeio:** conforme definido por López García *et al* (2005, p. 40), é aquele emissor de conteúdos que tem vontade de mediação entre fatos e público, utiliza fundamentalmente critérios e técnicas jornalísticas, usa a linguagem multimídia, é interativo e hipertextual, se atualiza e se publica na rede internet. Constitui-se um meio próprio, com estruturas





redacionais, narrativas e discursivas exclusivas. Tanto podem estar ligados a um jornal ou a um meio congênere como podem ter sido criados exclusivamente para a web.

- **Intranet:** sistema interconectado das redes locais de computadores das empresas, baseado no protocolo internet (TCP/IP);
- **Sistemas de gerenciamento de conteúdo ou sistemas editoriais:** de acordo com Plácido Moreno (2009, p. 119) são entornos de trabalho cooperativos nos quais se consegue harmonizar o trabalho em equipe de todos os departamentos implicados na produção editorial. São esses sistemas que facilitam à empresa jornalística, ferramentas não só orientadas à produção de conteúdos, como também a análise empresarial para o controle do negócio. Características de um sistema de gerenciamento de conteúdo: permite normalizar/organizar a informação para encontrá-la facilmente; gerir o acesso, a gestão e edição em arquivos de conteúdos para publicação impressa ou digital; assegura a integridade dos conteúdos do sistema; permite que os conteúdos e o *design* sejam tratados de maneira independente para criar novos produtos informativos; enriquece os conteúdos com etiquetas e metadados que permitem seu melhor aproveitamento posterior; funcionam num entorno baseado em navegador, embora também existam soluções com aplicações de escritório para o acesso, ficando disponível para o trabalho desde qualquer computador conectado à rede; são modulares e escaláveis, alguns construídos com tecnologias, softwares e linguagens abertas (*open source*) e outros com tecnologias proprietárias ou mistas;
- **Software livre ou de fonte aberta (*open source*):** software que é desenvolvido, mantido e distribuído coletivamente a muitas pessoas de todo o mundo. O software de fonte aberta está à disposição de todos e é “aberto”, permitindo a alteração do código fonte. Exemplos são o sistema operacional Linux, o software do servidor *Apache* e o software de base de dados *MySQL*;
- **Convergência jornalística e suas áreas de abrangência:** a convergência jornalística é um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicação,



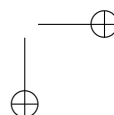
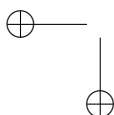


afeta os âmbitos tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação. Propicia a integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente desagregados, de forma que os jornalistas elaboram conteúdos que sejam distribuídos através de múltiplas plataformas, por meio das linguagens próprias a cada uma delas (Sádaba *et al*, 2008; López Pereira, 2010). As áreas de abrangência da convergência são: a tecnológica, a empresarial, a profissional, a editorial/conteúdos, os meios e a audiência ativa;

- **Mineração de dados:** exploração de dados. Conjunto de operações de diversos tipos que se pode realizar para explorar relações, tendências e projeções em conjuntos de dados de grandes dimensões (Colle, 2002). As ferramentas de *data mining* se baseiam no conhecimento acumulado que está invisível nas bases de dados. Trata-se de um processo não-trivial de identificar, em dados, padrões válidos, potencialmente úteis.
- **Sistemas inteligentes:** um tipo de sistema que aprende a responder de forma automática às demandas do seu entorno, possibilitando alcançar os objetivos previamente estipulados pelo programador. O jornalismo, segundo Machado (2006), depende da criação de sistemas inteligentes ao longo de todo o processo de produção;
- **Templates:** Modelos prontos.

## Referências

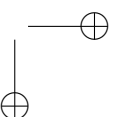
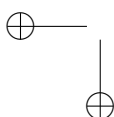
- BARBOSA, Suzana. *Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração*. 2008. Disponível em: [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2008\\_Barbosa\\_RedUCMx.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2008_Barbosa_RedUCMx.pdf).
- \_\_\_\_\_. *Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD)*. Um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos (Tese de Doutorado). POS-COM/ UFBA, 2007. Disponível em: [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/tese\\_suzana\\_barbosa.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/tese_suzana_barbosa.pdf).
- \_\_\_\_\_. *Banco de dados como metáfora para o jornalismo digital de terceira geração*. 2004. Disponível em: [http://www.livroslabcom.ubi.pt/sinopse/ficha\\_fidalgo\\_actaI.htm](http://www.livroslabcom.ubi.pt/sinopse/ficha_fidalgo_actaI.htm).







- BARBOSA, Suzana; RIBAS, Beatriz. “Bases de dados no ciberjornalismo: caminhos metodológicos”. 2008. In: DÍAZ NOCI, Javier; PALACIOS, Marcos. *Metodologia para o estudo dos cibermeios: estado da arte & perspectivas*. Salvador: Edufba, 2008. p. 113-140.
- CODINA, Lluís. Hiperdocumentos: composición, estructura y evaluación, 2003. In: DÍAZ NOCI, J., SALAVERRÍA, R. *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel, 2003.
- COLLE, Raymond. **Explotar la información noticiosa**. Data minning aplicado a la documentación periodística. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2002.
- LÓPEZ, Xosé; PEREIRA, Xosé. **Convergencia Digital**. Reconfiguración de los medios de comunicación en España. Santiago de Compostela: USC, 2010.
- LOPEZ GARCIA, Xosé *et al.* *Sistemas digitales de información*. Madrid: Pearson, 2006.
- \_\_\_\_\_. “Tipología de los cibermedios”. 2005. In: SALAVERRÍA, Ramón. (Coord.). *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2005. P. 39-82.
- LÓPEZ, Xosé.; GAGO, M.; PEREIRA, Xosé. (2003). Arquitectura y Organización de la Información. In: ALIAGA, R. S.; DÍAZ NOCI, J. (2003). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel. p. 195-230.
- MACHADO, Elias. KERBER, Diego; MANINI, Elaine. 2008. O Jornalismo digital no Diário.com.br: modelos de produção de conteúdos no Diário Catarinense On-line. VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), São Bernardo do Campo. Disponível em: <http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/coordenada4eliasmachado.pdf>.
- \_\_\_\_\_. *O Jornalismo Digital em Base de Dados*. Florianópolis: Calandra, 2006.





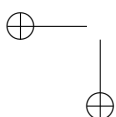
\_\_\_\_\_. Banco de dados como formato no jornalismo digital. In: *Anais III Sopcom, VI Lusocom, II Ibérico*, UBI (CD-ROM), 2004. Disponível em: [http://www.livroslabcom.ubi.pt/sinopse/ficha\\_fidalgo\\_acta1.htm](http://www.livroslabcom.ubi.pt/sinopse/ficha_fidalgo_acta1.htm).

MANOVICH, L. *The language of new media*. Cambridge: MIT Press, 2001.

MORENO, Plácido. *Reinventando el periódico: Una estrategia para la supervivencia de la prensa diaria*. Madrid: Euroeditions, 2009.

PEREIRA, Xosé. "Arquitetura de la Información. Ingeniería del periodismo. 2007. In: URETA, A. L.; TELLERÍA, A. S. (eds.). *Diseño periodístico en internet*. Leioa: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2007. p. 193-206.

SÁDABA, C., *et al.* Métodos de investigación sobre convergencia periodística. 2008. In: PALACIOS, Marcos; DÍAZ NOCI, Javier. *Metodología para o estudo dos cibermeios: Estado da arte & perspectivas*. Salvador: EDUFBA, 2008. p. 11-27.





## 7.2. Ficha

### Ferramenta para Análise de Bases de Dados em Cibermeios

#### Identificação do Cibermeio

<b>Cibermeio</b>	
<b>Grupo</b>	
<b>URL</b>	
<b>Data/ Período de Observação</b>	
<b>Responsável pelas informações complementares no cibermeio</b>	
<b>Avaliador</b>	

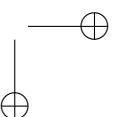
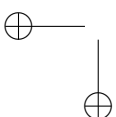
1. **O cibermeio exige cadastro prévio dos seus usuários para que possam ter acesso ao seu conteúdo e, assim, poder participar dos processos de produção e gestão dos conteúdos?**

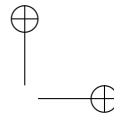
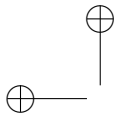
Sim  Não

- Esse cadastro guiará a experiência do usuário em um cibermeio. A partir dele é que o usuário poderá não apenas ler e ver os conteúdos, como também interagir, fazendo comentários nas matérias, votando em enquetes, participando de chats e fóruns, enviando correção de erros, compartilhando o conteúdo em *bookmarks* sociais, enviando sugestões de pautas, e contribuindo com textos, fotos, vídeos, etc.

2. **O cibermeio utiliza bases de dados em alguma das etapas de produção de informações?**

- a.  Apuração
- b.  Produção
- c.  Busca, recuperação e memória
- d.  Circulação





e.  Consumo

- Para responder adequadamente a esta questão, é necessário contactar com o editor do cibermeio, seja por meio de entrevista presencial, por telefone ou por e-mail.

**3. O cibermeio utiliza uma intranet estruturada em base de dados para o gerenciamento das informações produzidas?**

Sim  Não

- A intranet é a rede local de uma empresa jornalística que funciona usando o mesmo protocolo da internet – o TCP/IP. Nela, está interligada a redação do cibermeio, e esta intranet pode estar estruturada em uma base de dados para o melhor gerenciamento das informações produzidas e do fluxo informativo em um cibermeio. Esta é uma pergunta que pode requerer do avaliador contatar, além do editor, o responsável pela parte de tecnologia do cibermeio.

**4. O fluxo de conteúdo do cibermeio corre em uma única base de dados para produção e circulação?**

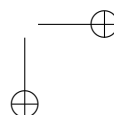
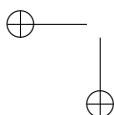
Sim  Não

- Este item tem como objetivo ajudar numa melhor tipificação da estrutura de bases de dados utilizada pelo cibermeio. É também recomendável ouvir o responsável pela parte de tecnologia, pois ele é quem poderá explicar sobre a tipificação e os detalhes técnicos da(s) base(s) de dados utilizada(s) na engenharia de construção e sustentação do cibermeio.

**5. As plataformas tecnológicas utilizadas para apuração, produção, circulação e consumo de informações são desenvolvidas pelo próprio cibermeio?**

Sim  Não

- Esta questão diz respeito à tecnologia em si empregada para dar sustentação ao sistema de apuração, produção, circulação e consumo. Em muitos casos, é o próprio cibermeio, por meio do seu





núcleo de tecnologia ou de empresa pertencente ao mesmo grupo, que constrói as plataformas tecnológicas. É recomendável ouvir o editor e o responsável pela parte de tecnologia.

**6. Em caso de ser desenvolvida por uma empresa especializada. O cibermeio especifica a empresa responsável pelo desenvolvimento da tecnologia especializada?**

Sim  Não

**Se sim, apontar o nome da empresa:** \_\_\_\_\_

**A denominação da tecnologia:** \_\_\_\_\_

– Este item é complementar ao anterior e a recomendação que se faz é a mesma: ouvir o editor e o responsável pela parte de tecnologia.

**7. As plataformas utilizadas para produção de conteúdos estão desenvolvidas a partir de software e aplicações proprietárias ou utilizam software livre:**

Software proprietário  Software livre  Ambos

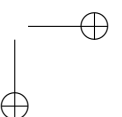
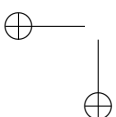
**Indicar quais são utilizados:**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

– O editor do cibermeio, assim como o responsável pela parte de tecnologia, poderão fornecer as informações. Porém, é com o responsável pela parte tecnológica que se poderá melhor averiguar quais são os nomes de softwares empregados.

**8. Quais das etapas abaixo estão integradas nas plataformas utilizadas pelo cibermeio:**

- a.  Apuração
- b.  Produção
- c.  Circulação
- d.  Consumo





- A depender do cibermeio, pode ocorrer que apenas uma ou algumas das etapas acima estejam integradas. A especificação poderá ser conseguida com o responsável pela parte de tecnologia, juntamente com o editor do cibermeio.

**9. Que tipo de convergência jornalística a plataforma utilizada possibilita:**

- a.  de meios
- b.  de conteúdos
- c.  de profissionais
- d.  tecnológica

- Aqui, se está referindo às quatro áreas de abrangência da convergência jornalística. Pode ocorrer que a plataforma utilizada por um cibermeio apenas permita a distribuição entre meios distintos, isto é, multiplataforma (web, impresso, celular, twitter, etc), por exemplo. Ou, pode acontecer, dos profissionais trabalharem usando plataformas distintas (uma para o impresso, outra para o website). Quanto mais tipos estiverem integrados, mais robusta será a plataforma, o que será um indicativo também do nível de integração existente na redação de um cibermeio.

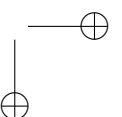
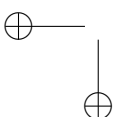
**10. O cibermeio utiliza serviços de alerta automatizados integrados ao sistema de apuração de informações utilizados pelos jornalistas?**

Sim  Não

- Aqui, se refere aos alertas noticiosos que os jornalistas possam receber a partir do sistema de apuração interligado à intranet e ao sistema de gerenciamento de conteúdo ou sistema editorial.

**11. O cibermeio utiliza serviço de alertas automatizados para informar aos usuários cadastrados na base de dados sobre últimas notícias?**

Sim  Não





- Para responder a esta questão, observar na home do cibermeio para quais canais ele distribui o seu conteúdo e em que formatos. Em geral, aparece ao lado das opções de newsletter, mobile, RSS, podcast, widgets, etc.

**12. Os conteúdos produzidos pelo cibermeio estão estruturados em forma de bases de dados de?**

- a.  Texto
- b.  Áudio
- c.  Vídeo
- d.  Foto

- Trata-se de saber se há o armazenamento estruturado dos conteúdos de acordo com seu formato.

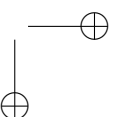
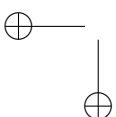
**13. A plataforma utilizada pelo cibermeio possibilita a recuperação de que tipo de conteúdos da memória quando da composição dos conteúdos pelos jornalistas?**

- a.  Texto
- b.  Áudio
- c.  Vídeo
- d.  Foto

- Aqui, se refere aos arquivos internos e de como os jornalistas têm acesso a esse material documental, de memória, para compor os conteúdos. Em muitos cibermeios, a recuperação desse material se dá através de base de dados integrada à intranet e ao sistema de gerenciamento de conteúdo ou sistema editorial.

**14. O cibermeio utiliza as bases de dados existentes para mineração de dados e proposição de pautas?**

- Sim  Não





- Ou seja, empregam a técnica do *data mining* para explorar as informações contidas na base de dados e as suas relações e, a partir disso, gerar pautas.

15. **A plataforma de produção e gestão de conteúdos incorpora os usuários cadastrados na base de dados em que etapas do processo:**

- a.  Apuração
- b.  Produção
- c.  Circulação
- d.  Consumo

- O objetivo desta questão é identificar de que modo os usuários podem atuar no processo jornalístico.

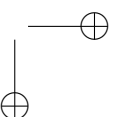
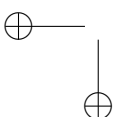
16. **Que tipo de ações o usuário cadastrado na base de dados pode desenvolver na plataforma de produção de conteúdos:**

- a.  Sugestão de pautas
- b.  Comentários das matérias publicadas
- c.  Revisão das matérias propostas
- d.  Comunicar erros nas matérias publicadas
- e.  Apuração de matérias
- f.  Publicação de matérias

- É possível identificar tais ações a partir da observação do cibermeio, associada à entrevista com o editor do mesmo para verificação.

17. **A plataforma de produção de conteúdos possibilita o gerenciamento e distribuição dos conteúdos para que tipo de multiplataformas?**

- a.  Rádio
- b.  TV

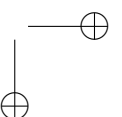
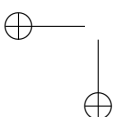






- c.  RSS
- d.  Podcast
- e.  Celular
- f.  Twiter
- g.  Portal
- h.  Jornal
- i.  Youtube
- j.  Redes Sociais
- k.  Widgets
- l.  E-books. Por exemplo: Kindle

– Pode-se responder a partir da observação do cibermeio. Em geral, costuma-se indicar para as quais plataformas se distribui o conteúdo do cibermeio no topo da home/portada (por meio de ícones), mas pode aparecer também na área junto às chamadas destacadas na home. Veja nos exemplos de O Globo.com.br e Elpais.com:





18. A plataforma de produção de conteúdos possui uma base de dados de templates com diferentes modelos de narrativa que possam ser utilizados pelos jornalistas no processo de produção de conteúdos?

Sim  Não

– Em entrevista com o editor do cibermeio se poderá responder adequadamente esta questão.

19. Os conteúdos inseridos na plataforma do cibermeio seguem alguma norma para a sua documentação?

Sim  Não

Se sim, a documentação segue que tipo de protocolo (ex.: International Press Telecommunications Council, IPTC)



**20. No cibermeio, há seções ou editorias do menu informativo cujo conteúdo é gerado de um modo automatizado?**

Sim  Não

**Em caso positivo, liste quais são as seções ou editorias:**

- 
- Na composição do conteúdo oferecido pelos cibermeios, é cada vez mais forte a presença de conteúdos que são gerados de modo automatizado. Ou seja, a partir das informações contidas e estruturadas nas bases de dados, e segundo alguns parâmetros definidos para os robôs efetuarem buscas, é possível exibir os conteúdos conforme categorias previamente definidas. Um exemplo é a seção/editoria “A fondo” do Elpais.com, bem como as seções contidas no segundo nível do menu principal daquele cibermeio: “Vídeo”, “Índice”, “Lo último”, etc. Outro exemplo são as seções “As mais populares”, “Mais lidas”, “Mais enviadas” presente na maioria dos cibermeios. Recomenda-se verificar junto ao editor do cibermeio quais são as seções/editorias com conteúdo gerado automaticamente.

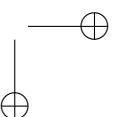
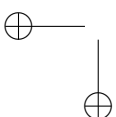
**21. A plataforma de produção de conteúdos possui uma base de dados com cadastro dos anunciantes para o gerenciamento da publicidade?**

21.  Sim  Não

- Boa parte dos sistemas de gerenciamento de conteúdos ou sistemas editoriais já têm integrado o módulo de publicidade para a melhor gestão dos anunciantes do cibermeio, principalmente no contexto da convergência e das redações integradas.

**22. O meio utiliza bases de dados para relacionar informação de atualidade/memória?**

Sim  Não

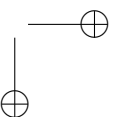
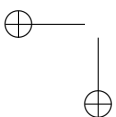




**23. O cibermeio usa bases de dados inteligentes na recuperação da memória?**

Sim  Não

- Trata-se de saber se na recuperação da memória o sistema relaciona elementos automaticamente.





## Ferramenta para Análise de Memória em Cibermeios

Marcos Palacios  
Beatriz Ribas

### 8.1. Manual

A proposta da Ferramenta para Análise de Memória deve ser vista como um desenvolvimento e extensão a partir do questionário Codina (2003), sua ampliação realizada nos testes de 2008 do Convênio Capes/DGU e, posteriormente, sua forma final (2009), conforme apresentada no **Capítulo II** desta coletânea, quanto aos itens Arquivo, Recuperação da Informação e Busca Avançada. Consideramos que Recuperação de Informação e Memória são elementos inseparáveis e devem ser analisados concomitantemente.

A Ferramenta incorpora os elementos relativos ao item Arquivos da Ficha Codina (2003/2009), considerados constitutivos dos Aspectos Estáticos da Memória (possibilidades e recursos para recuperação da informação anteriormente produzida), porém estabelece também alguns elementos para um mapeamento e análise dos Aspectos Dinâmicos da Memória (recuperação histórica, contexto, ampliação) enquanto memória efetivamente incorporada ao produto jornalístico.

A Ferramenta inclui também uma seção para localização e descrição do que se possa identificar como usos inovadores da Memória, não contemplados pelos questionários das Partes 1 e 2.

#### 8.1.1 Aspectos estáticos da memória

##### Sistema de busca

Referente ao grau de complexidade do mecanismo interno e do tipo de material que pode ser recuperado através dele, a partir dos parâmetros oferecidos ao usuário para busca. Determina o nível de facilidade oferecida pelo cibermeio para a busca pelo usuário por informações publicadas.

*Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo, 183-205*



Compreende também a averiguação da existência ou inexistência de facilitadores de busca fora do cibermeio, como por exemplo, campo direto para o Google ou similares.

Possibilita observar se há organização de materiais em diferentes formatos e se estes podem ser recuperados em separado; se existem galerias de áudio, foto, vídeo e se é possível fazer buscas de temas, indicando-se o formato desejado de apresentação da informação. Tal recurso é interessante para o caso de saber-se, de antemão, que determinada informação está disponível em vídeo, por exemplo. Ou então, para o caso de se estar buscando áudio(s) relacionado(s) a um acontecimento específico.

No que se refere às nuvens de tags, busca-se determinar se esse recurso aparece dentro das matérias e se está mantida sua condição de integrante do sistema de busca.

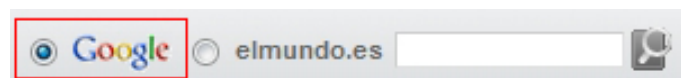
**O site possui um sistema de acesso à informação mediante busca por palavras?**



<http://www.publico.pt>

Se está disponível qualquer campo de busca por palavras de material produzido pelo cibermeio, marcar 1, se não está, marcar 0

**Possui um sistema de acesso à informação mediante busca por palavras fora do próprio meio? (Google ou outros buscadores associados aos sistemas de busca)**



<http://www.elmundo.es>

Se está disponível campo de busca externa, marcar 1, se não está, marcar 0

**Permite algum tipo de busca avançada mediante busca por campos, operadores booleanos, etc, dentro do próprio site?**

**Búsqueda avanzada**

Frase de búsqueda:

Buscar en:   
 todo elmundo.es

Tipo de búsqueda:   
 consulta normal

Limitaciones por fechas:   
 desde: cualquier fecha   
 hasta: hoy

Número de resultados por página:   
 15

Relevancia mínima permitida:   
 40%

Ordenar por:   
 [Relevancia + Fecha]

**Consejos para realizar una búsqueda de forma correcta**

1. Escriba el mayor número de palabras clave que definan su búsqueda o, mejor aún, escriba la frase "natural" con la que Ud. describiría su búsqueda. Ejemplo: las palabras claves podrían ser *jugador golf castellón* y la frase natural sería aquella que Ud. usaría en una conversación normal: *el mejor jugador de golf de Castellón*. Otro ejemplo: si desea artículos sobre las consecuencias de los vertidos del Prestige, podría escribir *desastre ecológico en Galicia por el vertido del Prestige*.
2. Si desea buscar un conjunto exacto de palabras, rodeéelas de comillas. Ejemplo: "universidad de salamanca".
3. Puede utilizar operadores lógicos: AND (&), OR (o), NEAR (próximo a, es similar al AND pero usa grados de proximidad) y NOT (no). Debe escribirlos en mayúsculas. Ejemplo: *ministerio AND gobierno NOT fomento*.
4. Puede usar paréntesis para cambiar las precedencias de los operadores. Ejemplo: para buscar información sobre las relaciones de los últimos presidentes norteamericanos con Irak puede usar *(Bush OR Clinton) AND Irak*. La recomendación, de todas formas, sería usar una frase completa como relaciones de los presidentes norteamericanos e Irak que proporcionaría unos resultados mucho mejores que la búsqueda por claves.
5. En los términos buscados no se tiene en cuenta mayúsculas y minúsculas. O sea, da igual escribir "Madrid", "MADRID" o "madrid".
6. En el momento en que encuentre un resultado que se ajuste a lo desea buscar, **use el enlace** Ver otras páginas con temas similares a esta y obtenga todas las páginas que tratan de temas relacionados con el de esta noticia.

<http://ariadna.elmundo.es/buscador/archivo.html?as=1>

Se disponibiliza página com opções para busca avançada, com mais operadores que não somente por palavras ou por data, marque 1, se não disponibiliza, marque 0

**Oferece busca por períodos cronológicos (de data até data)?**

Busca en todo el archivo hoy inclusive  En todo  Último mes  Desde-Hasta desde: día mes año hasta: día mes año

<http://www.elcorreodigital.com/vizcaya/hemeroteca>

Se permite busca por períodos cronológicos, marque 1, se não permite, marque 0.

### Oferece busca por editorias ou seções?

Buscar en:

todo elmundo.es

Tip: sólo en últimas noticias  
sólo en el periódico  
sólo en deporte  
sólo en metrópoli

Lir: sólo en motor  
sólo en salud  
sólo en economía  
sólo en suplementos/especiales/etc.

hasta hoy

<http://ariadna.elmundo.es/buscador/archivo.html?as=1>

Se permite buscar en editorias ou seções específicas, marque 1, se permite apenas buscas em todo o cibermeio, marque 0.

### Oferece busca específica por formato (somente gráficos, somente áudio, vídeo, foto etc...)?

Busca cualquier contenido de ELPAÍS.com

buscar

ELPAÍS.com del Miércoles, 28 de octubre de 2009

- Gráficos
- Fotos
- Audios
- Videos

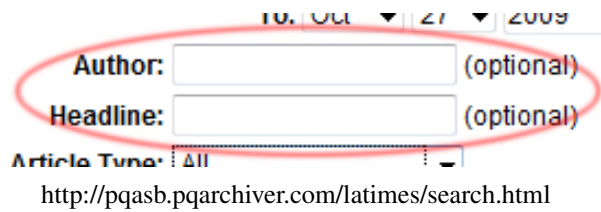
<http://www.elpais.com/archivo/>

Se permite buscar por formato, marque 1, se recupera informação em formatos diversos, sem organização específica, marque 0.



**Oferece algum outro parâmetro de busca que não os acima?**

**Especificar:** \_\_\_\_\_



The screenshot shows a search interface with a date range of 10.00 to 27.00 in 2009. Below the date range, there are two input fields: 'Author: [ ] (optional)' and 'Headline: [ ] (optional)'. These two fields are circled in red. Below the fields, there is a dropdown menu labeled 'Article Type' with 'All' selected. At the bottom, the URL 'http://pqasb.pqarchiver.com/latimes/search.html' is displayed.

Se oferece algum parâmetro diferente dos citados acima, marque 1, se oferece apenas os já citados, marque 0. Especifique quais são os parâmetros diferentes disponíveis: “Autor; Título”.

**Oferece organização de resultados da busca por relevância, data ou qualquer outro parâmetro?**

**Especificar:** \_\_\_\_\_

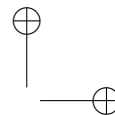
### Result Summary

364652 results found

Sort by:  Most Recent  Oldest  Relevance

<http://www.dailymail.co.uk/home/search.html?searchPhrase=>

Se os resultados podem ser ordenados por algum parâmetro como relevância, data etc, marque 1, se há apenas um parâmetro para organização dos resultados de busca, marque 0.



### Existe recurso de Tags (nuvem de tags) servindo para Buscas?

#### Explore more:

People: [Andre Agassi](#), [Brooke Shields](#) Places: [New York](#) Organisations: [Association of Tennis Professionals](#)

<http://www.dailymail.co.uk/news/article-1223481/Andre-Agassi-admits-lying-tennis-authorities-escape-ban-taking-hard-drugs.html>

Se há tags disponíveis nas matérias ou sistemas para buscar informação, marque 1, se não existe esta opção, marque 0.

### O acesso para o arquivo do cibermeio pode ser encontrado na home page, na barra de navegação principal, na primeira tela (sem que seja necessário rolagem da página)?

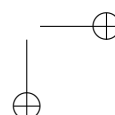
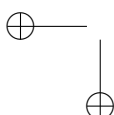
Se o link para acessar o arquivo se encontra na barra de navegação principal, primeira tela, sem que haja necessidade de rolar a página para encontrá-lo, marque 1, se for necessário rolar a página para encontrar o link, marque 0.

TOTAL: 10	Somar os pontos de cada questão
-----------	---------------------------------

Figura 1. Exemplos do quesito Buscas

### História

Este ítem tem a função de verificar se há alguma diferenciação entre material considerado histórico e o que vai sendo arquivado continuamente na medida em que é publicado. Busca-se determinar se há disponibilização de coleções históricas datadas, sejam do impresso ou do on-line. Verifica-se, ademais, se é possível recuperar o material original completo com todos os formatos agregados quando de sua publicação ou se a recuperação acontece individualmente. Investiga-se se este serviço é pago e/ou se demanda registro prévio para sua utilização.



**Existe uma hemeroteca histórica (Coleção de edições anteriores do cibermeio organizada cronologicamente)?**

Bienvenue dans l'édition abonnés

Archives et classeur

Consultez les articles du *Monde* et les contenus du *Monde.fr* à l'aide d'un crédit de 25 archives par mois.

Un moteur de recherche détaillé et sémantique pour des résultats précis.

L'ensemble des articles parus dans *Le Monde* depuis 1987 et les derniers contenus multimédias publiés sur *Le Monde.fr*.

Un classeur d'articles et de documents multimédias pour se constituer ses propres dossiers d'archives.

Découvrez l'édition abonnés :

- Présentation
- Archives et Classeur
- Kiosque
- Le Desk
- Newsletters
- Multimédia
- Approfondissement
- Références

Abonnez-vous 6€/mois

<http://www.lemonde.fr/teaser/archives.html>

Se disponibiliza material histórico e de profundidade já publicado pelo cibermeio, marque 1, se não disponibiliza este serviço, marque 0.

**A recuperação de edições anteriores na hemeroteca permite acesso ao material original completo, inclusive com fotos e outros recursos multimídia?**

Bienvenue dans l'édition abonnés

Contenus d'approfondissement

Découvrez l'analyse approfondie des grands sujets d'actualité

Dossiers : les sujets d'actualité à la loupe, avec articles d'analyse, documents multimédia, interviews exclusives et liens utiles.

Thématiques : la sélection des meilleurs articles du *Monde* sur un même thème.

Repères : la mise en perspective d'un sujet, à travers analyses, cartes et données statistiques.

Découvrez l'édition abonnés :

- Présentation
- Archives et Classeur
- Kiosque
- Le Desk
- Newsletters
- Multimédia
- Approfondissement
- Références

Abonnez-vous 6€/mois

<http://www.lemonde.fr/teaser/approfondissement.html>

Se é possível recuperar material original publicado, marque 1, se recupera-se apenas texto, marque 0.

### O acesso à hemeroteca histórica é livre de pagamento?

Se é necessário pagar para recuperar material de arquivo, marque 0, se é possível recuperar material de arquivo de forma gratuita, marque 1.

### O acesso à hemeroteca histórica é livre de registro?

Se é necessário registrar-se antes de recuperar material de arquivo, marque 0, se é possível recuperar material de arquivo sem registrar-se previamente, marque 1.

### Existe uma hemeroteca histórica da edição impressa (Coleção de edições anteriores da edição impressa organizada cronologicamente)?



<http://pqasb.pqarchiver.com/latimes/gallery.html>

Se disponibiliza material histórico da edição impressa, marque 1, se não disponibiliza, marque 0.

TOTAL: 5

Somar os pontos de cada questão

Figura 2. Exemplos de Recuperação Histórica

### Articulação com edição impressa

Referente ao acesso de material publicado pela edição impressa, através do cibermeio. Interessa verificar se o sistema de busca deste material oferece as mesmas possibilidades de buscas por material produzido pelo cibermeio. Verifica-se também se há articulação com material anteriormente publicado na edição impressa.

### Oferece busca de material publicado na edição impressa?

The image shows a screenshot of the EL PAÍS website. On the left, there is a calendar for October 2009. The main content area features a news article titled 'Garzón desarticula en Cataluña una trama corrupta ligada al PSC y CIU'. To the right of the article is a subscription form for the PDF edition, with fields for 'Correo electrónico' and 'Contraseña', and a 'SUSCRIBIRSE AHORA' button. Below the form, there are links for 'SUSCRIBASE' and 'OBTENER INFORMACIÓN', and a section titled 'Servicios para suscriptores'.

<http://www.elpais.com/archivo/hemeroteca.html?ed=diario>

Se permite buscar na edição impressa, marque 1, se permite buscas apenas na edição on-line, marque 0.

### A busca na edição impressa possui os mesmos parâmetros para busca na edição on-line?

Se os parâmetros de busca são iguais tanto para buscar material publicado no impresso como no on-line, marque 1, se há diferenças nas buscas de material impresso e de material on-line, marque 0.

O material arquivado da edición impresa é ofrecido en HTML ou qualquer outro formato que não seja as páginas originais em PDF?



<http://www.elmundo.es/diario/>

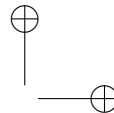
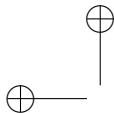
Se o material da edición impresa é disponibilizado em HTML ou outro formato que não em PDF, marque 1, se é disponibilizado somente em PDF, marque 0.

Possibilita busca em separado de material da edición impresa? (samente texto, somente fotos)



<http://www.elpais.com/archivo/hemeroteca.html?ed=diario&day=27&month=10&year=2009>

Se permite buscar no impresso a edición completa ou somente texto, ou foto, marque 1, se não disponibiliza estas opções, marque 0.

**Associa material da edição impressa como links de memória a material da edição on-line? Ou vice versa?**

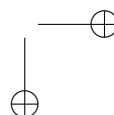
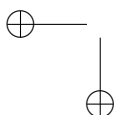
Se há links que indicam alguma inter-relação entre as duas edições, marque 1, caso contrário, marque 0.

<b>TOTAL: 5</b>	<b>Somar os pontos de cada questão</b>
-----------------	--

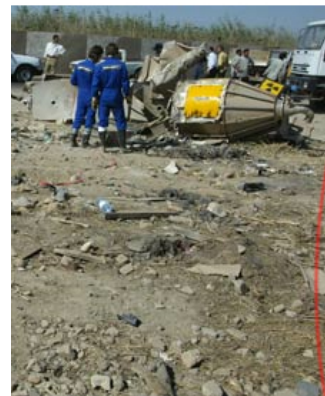
Figura 3. Exemplos da relação online/impresso/outros formatos na disponibilização de Memória

**8.1.2 Aspectos dinâmicos da memória****Localização de links**

Referente ao lugar dos links de memória no cibermeio. A localização dos links em uma matéria sugere hierarquias e permite uma visualização do que é material de contexto produzido pelo cibermeio, o que é especial, o que vem de outras fontes, o que é utilizado com a finalidade de ampliação da informação. Verifica-se também o que está sendo utilizado em termos de navegação de memória dentro do cibermeio ou fora dele. Possibilita observar se há memória associada a material em outros formatos que não somente texto. Possibilita verificar se em chamadas de primeira página, links de memória sugerem uma maior articulação desta potencialidade pelo cibermeio, já que não aparecem somente em reportagens especiais ou apenas em determinadas editorias.



### Chamadas de Primeira Página trazem links para outras matérias de arquivo?



facility, south of Baghdad. The site was  
photograph: Cris Bouroncle/AFP/Getty

to again become a nuclear player,  
rican war planes destroyed  
he Guardian has learned.

**World news**  
Iraq - International Atomic  
Energy Agency (IAEA)

**Environment**  
Nuclear power

**More news**

**Related**

27 Oct 2009  
What's Farsi for  
groundhog?

25 Oct 2009  
UN inspectors visit  
uranium enrichment  
facility in Iran

19 Oct 2009  
Iran's meeting with  
nuclear watchdog begins

18 Sep 2009  
IAEA secret report: Iran  
worked on nuclear  
warhead

**Latest fr**

Most

Last 24 h

1. AA Gi  
be lik

2. McDe  
costs

3. Film-  
over !

4. Som:  
Britis

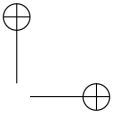
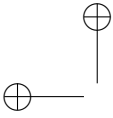
5. West  
Israe

More top

<http://www.guardian.co.uk/world/2009/oct/27/iraq-nuclear-reactor-programme>

Se matérias de primeira página incluem links para outras matérias relacionadas com o tema já publicadas pelo cibermeio, marque 1, se não incluem, marque 0.





**Em caso positivo os links referentes estão localizados no corpo do texto?**

The epic confrontation about how America will power the economy of the future formally got underway today amid stark warnings from the Obama administration of the costs of inaction on energy reform.

Today's hearing, the first of three blockbuster sessions in the Senate, marks a last heave by administration officials and Democratic leaders to advance a bill to reduce America's greenhouse gas emissions before an international climate change meeting at Copenhagen, now just six weeks away.


They were met with strong opposition from a powerful Democrat as well as Republicans on the environment and public works committee.

With the clock running down to Copenhagen, the administration wheeled out four top officials to make the case that failure to act now on climate change would relegate America to lower tier status in the global economy. "When the starting gun sounded on the clean energy race, the United States stumbled," Steven Chu, the energy secretary, told the environment and public works committee. "If we don't choose to begin the

<http://www.guardian.co.uk/environment/2009/oct/27/obama-administration-environment-climate-change>

Se os links estão localizados no corpo do texto, marque 1, se a resposta acima for 0, marque 0, se não há links de memória no corpo do texto, marque 0.

**Se estão no corpo do texto, estão também fora dele?**



More news

**Related**

- 27 Oct 2009 What's Farsi for groundhog?
- 25 Oct 2009 UN inspectors visit uranium enrichment facility in Iran
- 19 Oct 2009 Iran's meeting with nuclear watchdog begins
- 18 Sep 2009 IAEA secret report: Iran worked on nuclear warhead

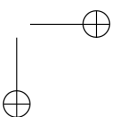
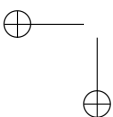
A danger sign outside the Tuwailha nuclear facility, south of Baghdad. The site was looted following the 2003 invasion of Iraq. Photograph: Cris Bouronde/AFP/Getty Images

Iraq has started lobbying for approval to again become a nuclear player, almost 19 years after British and American war planes destroyed Saddam Hussein's last two reactors, the Guardian has learned.

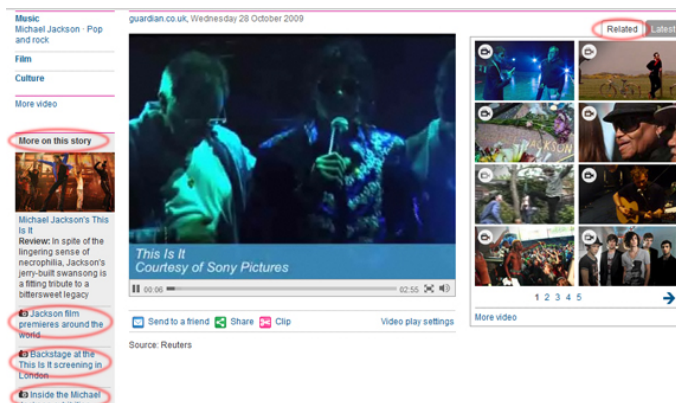
The Iraqi government has approached the French nuclear industry about rebuilding at least one of the reactors that was bombed at the start of the first Gulf war. The government has also contacted the International Atomic Energy Agency (IAEA) and United Nations to seek ways around resolutions that ban Iraq's re-entry into the nuclear field.

<http://www.guardian.co.uk/world/2009/oct/27/iraq-nuclear-reactor-programme>

Se há links no corpo do texto e também fora do texto, marque 1, se não há está alternativa, marque 0.



### Existem links de memória associados a material apresentado somente em vídeo ou áudio?



<http://www.guardian.co.uk/music/video/2009/oct/28/michael-jackson-this-is-it>

Se existem links de memória relacionados com o tema do vídeo, áudio etc, marque 1, se disponibilizam material audiovisual de maneira isolada, marque 0.

TOTAL: 4	Somar os pontos de cada questão
----------	---------------------------------

Figura 4. Exemplos de links associados a Memória

### Natureza dos links

Pretende diferenciar tipos de links, se de contexto, documentação, ampliação ou recuperação histórica, buscando uma objetividade maior para o avaliador. Possibilita verificar se o material de memória associado foi produzido pelo cibermeio ou se por outras fontes; se tal material amplia informações tratadas na matéria e se incentiva independência do usuário na busca por mais informações, caso deseje. Possibilita a verificação de possível oferta de contexto montando cronologia dos acontecimentos. Deve-se nesta seção considerar também como memória o que está fora do cibermeio, tendo em conta que

registros desta natureza colaboram com uma melhor compreensão de fatos e acontecimentos.

**Existem matérias com links para documentos que agreguem mais informação ao tema tratado? (ex. Leis, publicações em Diário Oficial ou em sites oficiais, registro impresso digitalizado, ou ainda em outros formatos como vídeo ou áudio).**



The screenshot displays a vertical list of news items from El País. Each item includes a small image, a title, and the author/date. The items are categorized by media type, with the category labels circled in red:

- FOTOGRAFÍA**: Eloy Velasco saliendo de la Audiencia (CRISTÓBAL MANUEL - 04-09-2009)
- FOTOGRAFÍA**: Maite Aranalde, etarra (ÁLVARO GARCÍA - 02-09-2009)
- Animaciones / Gráficos**: Piratería en Somalia (GUADALUPE CRUZ/ELPAÍS.com - 20-11-2008)
- Audios**: Así pitaron el himno de España las aficiones del Athletic y Barça en la final de Copa (13-05-2009)
- AUDIO**: Correa: "Yo a Bárcenas le he llevado más de 1.000 millones de

<http://www.elpais.com/todo-sobre/organismo/Audiencia/Nacional/55/>

Se oferece material de contexto em outros formatos, listas de links, documentação etc..., marque 1, caso contrário, marque 0.

**Existem matérias com links para outras matérias publicadas pelo cibermeio sobre o mesmo tema?**

**Leia mais notícias sobre conflitos no Paquistão**

- [Em visita, Hillary elogia o Paquistão por combater extremismo](#)
- [Mortos em explosão de carro-bomba chegam a 80 no Paquistão](#)
- [Explosão deixa ao menos 40 mortos no Paquistão durante visita de Hillary](#)
- [Explosão mata ao menos duas pessoas no Paquistão](#)
- [Militantes atacam posto militar e matam quatro soldados no Paquistão](#)

**Outras notícias internacionais**

- [Ataque taleban a hospedaria da ONU mata ao menos 6 no Afeganistão](#)
- [Polícia descobre túnel ilegal que ligaria México a EUA](#)
- [Explosão e tiroteios atingem centro da capital afegã](#)

**Especial**

- [Leia mais notícias sobre conflitos no Paquistão](#)

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/mundo/ult94u644360.shtml>

Se há matérias que trazem links para outras matérias publicadas pelo cibermeio relacionados ao tema tratado, marque 1, se não oferecem esta possibilidade, marque 0.

**Os links para matérias com o mesmo tema já publicadas pelo cibermeio aparecem como uma cronologia de acontecimentos?**

**Past Coverage**

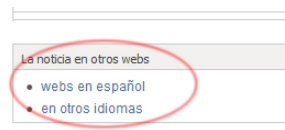
- [Afghan Leader's Brother Survives Ambush: U.S. Offers Details on Lethal Airstrikes](#) (May 19, 2009)
- [Brother Of Karzai Denies Links To Heroin](#) (October 7, 2008)
- [Reports Link Karzai's Brother To Afghanistan Heroin Trade](#) (October 5, 2008)

[http://www.nytimes.com/2009/10/28/world/asia/28intel.html?\\_r=1&hp](http://www.nytimes.com/2009/10/28/world/asia/28intel.html?_r=1&hp)

Se oferece cronologia de matérias já publicadas pelo cibermeio, marque 1, caso contrário, marque 0.



**Oferece em matérias links relacionados ao tema que tenham sido publicados por outro cibermeio?**



El corsario está acusado de un total de 36 delitos de detención ilegal -por los 36 tripulantes del atunero-, otro de robo con violencia, otro de asociación ilícita y un delito adicional de uso de armas. Si se le considera mayor de edad, el pirata podría ser condenado a más de 200 años de cárcel, mientras que por la vía de menores

[http://www.elpais.com/articulo/espana/Audiencia/ordena/realizar/prueba/pirata/determinar/edad/elpepuesp/20091028elpepunac\\_9/Tes](http://www.elpais.com/articulo/espana/Audiencia/ordena/realizar/prueba/pirata/determinar/edad/elpepuesp/20091028elpepunac_9/Tes)

Se oferece mais links relacionados ao tem que tenham sido publicados por outros cibermeios, marque 1, caso contrário, marque 0.

**Oferece em matérias links para outros sites (blogs, sites independentes ou oficiais) que permitam ao usuário buscar mais informações sobre o tema tratado se assim desejar?**

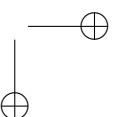
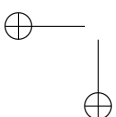
**3. The net is closing around Phil Brown**

For those who have warmed to Phil Brown's unique fusion of David Brent, Walter Mitty and perma tan, this was a sad weekend. Brown was booed for taking off Stephen Hunt during Hull's 0-0 draw with Portsmouth; he was lampooned by Steve Stone and Steve Watson on Goals on Sunday, a response to his own appearance on the show; he had a fake Twitter page set up; and a quick look at Google tells us that there are 654,000 results for the search "Phil Brown David Brent".

All this would not matter, of course, if Hull even resembled a football team. In a sense Brown is right when he says that he is a victim of his own success in getting Hull promoted, but everything points to a situation that is spiralling irredeemably out of control. The net is closing around him. Brown may not be of this league much longer. We should savour him while we can, because it's fair to say we will never see his like again.

<http://www.guardian.co.uk/sport/blog/2009/oct/26/manchester-united-liverpool-premier-league>

Se utiliza links para outros sites, blogs, twitter, youtube etc, externos ao



cibermeio para ampliar a busca do usuário por informações, marque 1, caso contrário, marque 0.

<b>TOTAL: 5</b>	<b>Somar os pontos de cada questão</b>
-----------------	--

Figura 5. Exemplos de natureza de links de memória

### Personalização e Memória

Referente à articulação entre duas potencialidades, que permite um registro de buscas do usuário e facilita o acesso ao material de arquivo.

**Existe associação entre memória e personalização com oferta de áreas nas quais os leitores podem montar seus próprios arquivos de notícias e clípagens?**



<http://pqasb.pqarchiver.com/chicagotribune/advancedsearch.html>

Se permite salvar buscas feitas pelo usuário, manter um histórico de buscas de páginas ou material produzido pelo cibermeio, marque 1, caso contrário, marque 0.

<b>TOTAL: 1</b>	
-----------------	--

Figura 6. Exemplo de possibilidade de personalização de Memória



### 8.1.3 Observação de aspectos inovadores no uso da memória

Observe se há usos de memória que não foram contemplados pelos questionários Parte 1 e Parte 2. Se forem encontrados aspectos não contemplados pelas perguntas, faça uma descrição detalhada dos recursos encontrados e informe as URLs para localização.

## 8.2. Ficha

### Ferramenta para Análise de Memória em Cibermeios

#### IDENTIFICAÇÃO DO CIBERMEIO

<b>Cibermeio:</b>	
<b>Grupo:</b>	
<b>URL:</b>	
<b>Data/Período de avaliação:</b>	
<b>Hora:</b>	
<b>Avaliador:</b>	



**PARTE 1: Aspectos Estáticos da Memória**

<b>Sistema de busca</b>	
O site possui um sistema de acesso à informação mediante busca por palavras?	0 1
Possui um sistema de acesso à informação mediante busca por palavras fora do próprio meio? (Google ou outros buscadores associados aos sistemas de busca)	0 1
Permite algum tipo de busca avançada mediante busca por campos, operadores booleanos, etc. dentro do próprio site?	0 1
Oferece busca por períodos cronológicos (de <i>data</i> até <i>data</i> )?	0 1
Oferece busca por editorias ou seções?	0 1
Oferece busca específica por formato (somente gráficos, somente áudio, vídeo, foto etc.)?	0 1
Oferece algum outro parâmetro de busca que não os acima? Especificar: _____	0 1
Oferece organização de resultados da busca por relevância, data ou qualquer outro parâmetro? Especificar: _____	0 1

Existe recurso de Tags (nuvem de tags) servindo para Buscas?	0 1
O acesso para o arquivo do cibermeio pode ser encontrado na <i>homepage</i> , na barra de navegação principal, na primeira tela (sem que seja necessário rolagem da página)?	0 1
<b>TOTAL: 10</b>	



<b>História</b>	
Existe uma hemeroteca histórica (Coleção de edições anteriores do cibermeio organizada cronologicamente)?	0 1
A recuperação de edições anteriores na hemeroteca permite acesso ao material original completo, inclusive com fotos e outros recursos multimídia?	0 1
O acesso à hemeroteca histórica é livre de pagamento?	0 1
O acesso à hemeroteca histórica é livre de registro?	0 1
Existe uma hemeroteca histórica da edição impressa (Coleção de edições anteriores da edição impressa organizada cronologicamente)?	0 1
<b>TOTAL: 5</b>	

<b>Articulação com edição impressa</b>	
Oferece busca de material publicado na edição impressa?	0 1
A busca na edição impressa possui os mesmos parâmetros para busca na edição on-line?	0 1
O material arquivado da edição impressa é oferecido em HTML ou qualquer outro formato que não seja as páginas originais em PDF?	0 1
Possibilita busca em separado de material da edição impressa? (somente texto, somente fotos)	0 1
Associa material da edição impressa como links de memória a material da edição on-line? Ou vice versa?	0 1
<b>TOTAL: 5</b>	

<b>TOTAL PARTE 1: 19</b>	
--------------------------	--

**PARTE 2: Aspectos Dinâmicos da Memória**

<b>Localização de links</b>	
Chamadas de Primeira Página trazem links para outras matérias de arquivo?	0 1
Em caso positivo os links referentes estão localizados no corpo do texto?	0 1
Se estão no corpo do texto, estão também fora dele?	0 1
Existem links de memória associados a material apresentado somente em vídeo ou áudio?	0 1
<b>TOTAL: 4</b>	

<b>Natureza dos links</b>	
Existem matérias com links para documentos que agreguem mais informação ao tema tratado? (ex. Leis, publicações em Diário Oficial ou em sites oficiais, registro impresso digitalizado, ou ainda em outros formatos como vídeo ou áudio)	0 1
Existem matérias com links para outras matérias publicadas pelo cibermeio sobre o mesmo tema?	0 1
Os links para matérias com o mesmo tema já publicadas pelo cibermeio aparecem como uma cronologia de acontecimentos?	0 1
Oferece em matérias links relacionados ao tema que tenham sido publicados por outro cibermeio?	0 1
Oferece em matérias links para outros sites (blogs, sites independentes ou oficiais) que permitam ao usuário buscar mais informações sobre o tema tratado se assim desejar?	0 1
<b>TOTAL: 5</b>	

<b>Personalização e Memória</b>	
Existe associação entre memória e personalização com oferta de áreas nas quais os leitores podem montar seus próprios arquivos de notícias e clipagens?	0 1
<b>TOTAL: 1</b>	

<b>TOTAL PARTE 2: 11</b>	
--------------------------	--

<b>TOTAL GERAL (parte 1 + parte 2): 30</b>	
--	--

### **PARTE 3 – Observação de aspectos inovadores no uso da Memória**

Observe se há usos de memória que não foram contemplados pelos questionários Parte 1 e Parte 2. Se forem encontrados aspectos não contemplados pelas perguntas, faça uma descrição detalhada dos recursos encontrados e informe as URLs para localização

--





## Ferramenta para Análise de Blogs em Cibermeios

Koldo Meso  
Graciela Natansohn  
Bella Palomo  
Claudia Quadros\*

### 9.1. Manual

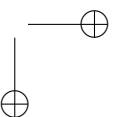
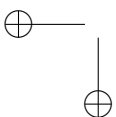
#### 9.1.1 Introdução

Esta ferramenta pode ser aplicada para complementar a análise da interatividade dos cibermeios, pois se concentra na observação dos blogs que são atualizados periodicamente de acordo com notícias, rumores, comentários, artigos ou diferentes materiais. Em distintos formatos, são escritos de forma bastante pessoal, em alguns casos, informal e, de modo geral, incentivando a participação de seus visitantes. (López y Otero, 2007).

O fenômeno dos blogs está afetando o jornalismo, uma vez que muitos jornalistas alimentam ativamente seus cadernos e outros começam a utilizá-los como fontes nos meios tradicionais, o que gera novas manifestações nos processos comunicativos. (idem). Por meio desses blogs, muitos cidadãos divulgam informações e opiniões, aumentando seu protagonismo na esfera midiática. Indubitavelmente é um novo território aberto para a comunicação e que muitos cibermeios estão prestando cada vez mais atenção. O blog também pode ser considerado um mecanismo que facilita a conversação entre os jornalistas e a comunidade, entre os cibermeios e os usuários, abrindo as portas para um modelo horizontal onde a audiência participa de forma aberta e direta. O público não colabora apenas sugerindo assuntos, mas também na precisão e na focalização das fontes. Intervêm para ajudar e facilitar a tarefa jornalística, em muitas ocasiões. O jornalista, além de utilizar o blog para apontamentos de caráter pessoal, na elaboração de mensagens pensa num pú-

---

\*Tradução de Claudia Quadros





blico ávido em oferecer seu ponto de vista e se converter possivelmente na fonte de informação.

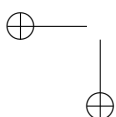
Por sua arquitetura organizativa, os blogs apresentam uma capacidade de processamento e de transmissão de dados transparente e simples, o que força a adoção de um modelo de compartilhamento, colaboração e criação.

Esta ferramenta de pesquisa trata de determinar as principais características dos blogs destacados ou de autor (a nomenclatura dos blogs é bastante extensa) presentes nos cibermeios. Por blogs de autor ou destacados entende-se aqueles criados, desenvolvidos e providos de conteúdos por jornalistas do meio ou colaboradores destacados que compartilham comentários, idéias, opiniões etc. E, em muitos momentos, estes blogs aparecem como destaque das páginas principais dos próprios cibermeios ou de uma seção, ocupando um posto que poderia ser ocupado por demais seções, canais, infográfico ou especiais. Deste modo, o blog converte-se em uma autêntica revolução.

Os blogs representam um tipo de meio social com uma estrutura de participação, um formato aberto através do qual autores e redatores podem estabelecer uma conversação com usuários, leitores, visitantes ou fiéis seguidores dos mais variados temas. Na esfera dos cibermeios, o seu uso deixou de ser uma novidade para fazer parte dos recursos que formam parte de tendências do ciberjornalismo que consideram seus membros ativos e dinâmicos. De fato, muitos cibermeios incorporaram os blogs como uma ferramenta que traz ao jornalismo canais de transparência e outras vozes que contrastam com uma mensagem única que muitas vezes parece ser emitida do cenário midiático. Apesar disso, também é possível observar que alguns desses sistemas de comunicação são pseudoblogs, pois reproduzem textos que aparecem no meio escrito ou não permitem realizar comentários eliminando toda a possibilidade de diálogo.

Esta ferramenta de pesquisa é constituída de uma ficha simples de aplicar e foi inspirada em outros estudos (Meso y Palomo, 2008) e completada mediante a coordenação de quatro investigadores de outras tantas universidades espanholas e brasileiras (Universidade do País Basco, Universidade de Málaga, Universidade Federal da Bahia e Universidade Tuiuti do Paraná). A idéia foi conseguir uma ficha que reunisse o maior número possível de características importantes dos blogs nos cibermeios.

Com a intenção de contribuir em futuros projetos de investigação desta natureza, a ficha traz elementos mensuráveis que possibilitam estudar diversos





aspectos próprios desses blogs, desde morfológicos (nome, URL) e cronológicos (data de criação, atualização de conteúdos) até a autoria dos mesmos, utilização de diferentes ferramentas multimídia (áudio, vídeo), catalogação (fotoblogs, videoblogs, audioblogs). Além disso, a ficha possibilita interpretar em que medida se utiliza uma das características intrínsecas mais importantes dos cibermeios, qual seja a *interatividade* (possibilidade de fazer comentários, de entrar em contato com o autor).

Foram levadas em consideração características ou aspectos que são comuns à maioria dos blogs presentes nos cibermeios no momento de elaborar a ficha, sem esquecer alguns campos que ainda não aparecem em todos os blogs e considerados necessários para enumerar as atuais características desses sistemas de comunicação.

### 9.1.2 Dados gerais ou preliminares

Os dados preliminares são de uso interno, de controle de validação de dados por parte do grupo de pesquisadores e, por isso, alguns deles não serão publicados. Tais dados preliminares incluem o nome do analista, a data que a ficha foi completada (de fundamental importância para realizar correções posteriores ou acrescentar uma informação ou analisar sua evolução temporal quando as características dos blogs mudam), nome do blog, sua URL e o cibermeio que o abriga. Nestes dados preliminares incluímos duas questões importantes para a pesquisa, quais sejam a temática do blog e a data de criação. Ambas são quantitativas e de extrema utilidade.

### 9.1.3 Autoria

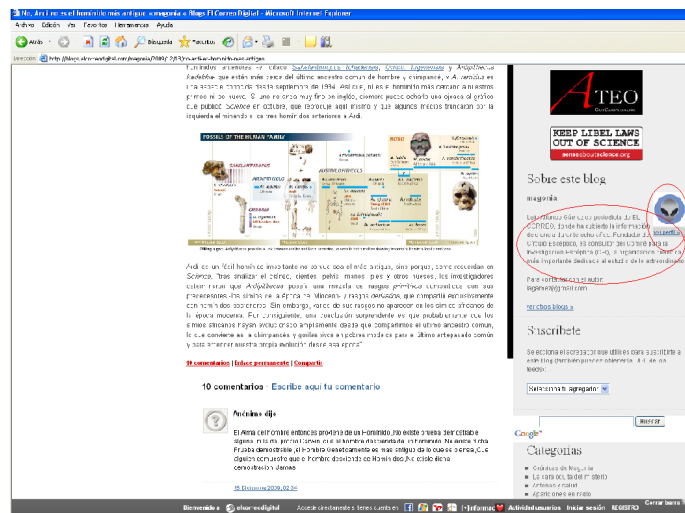
Trata-se de um campo típico e, por sua vez, um dos que mais atenção necessita na hora de marcar as características do blog. Ao princípio, trata de assinalar se a autoria corresponde a uma ou mais pessoas, apontando se são do sexo masculino ou feminino. Para os casos em que se sabe que a autoria é coletiva (por exemplo, toda ou parte de uma seção do meio), mas não se pode dizer quantos dos autores são homens ou mulheres, há um espaço na ficha para preencher como autoria “coletiva sem definir”.

Também observamos se o autor do blog é um profissional ou trabalhador do meio que hospeda o blog; um profissional não jornalista (muitas vezes



os cybermeios contratam ou solicitam ajuda de profissionais especialistas em determinado assunto que não são jornalistas, mas elaboram um blog: cozinheiros, meteorologistas, médicos, advogados...); um personagem famoso ou relevante (às vezes, uma pessoa famosa é chamada para atrair a atenção do público: jogadores, cantores, escritores...); ou um desconhecido (são pessoas que não estão nas categorias anteriores e não se tem claro de quem se trata ou porque se destaca).

De qualquer forma, é importante ver se o autor tem o seu perfil definido, próprio o se dá alguma informação especial sobre si mesmo, se escreve de forma humorada, coloquial ou se apresenta de forma mais séria. Neste último caso, seria interessante incluir essa definição nas informações profissionais e biográficas do autor.



### 9.1.4 Motivo e origem do blog

Algumas vezes os autores explicam de forma clara porque os blogs foram criados, destacando o seu principal objetivo. Outras vezes, esta explicação está implícita no perfil biográfico do autor. Por isso, é importante explorar o



blog primeiro, observando os primeiros conteúdos redigidos e verificar se o motivo da sua origem foi detalhada.

### 9.1.4.5 Dados de identificação do post (postagem)

Os dados de identificação do post (ou postagem) devem ser constituídos de título, de autoria (se é definida), da data de sua redação, inclusive da hora, do número de visitas que teve ou do número de comentários recebidos por determinado conteúdo, se existe um link permanente... É claro que outros aspectos podem ser incluídos, quando o pesquisador encontrar outros aspectos gerais.

## Divergencias

Por César Coca

[← El flaco favor hecho a García Lorca | Inicio](#)

### Guggenheim: acaben con este lamentable espectáculo

Escrito por: César Coca

tags: diputación foral de vizcaya, gobierno vasco, guggenheim, urdabai

17 Dic 2009

Un museo que es propiedad al 50% de dos instituciones y que funciona como una franquicia de una gran marca internacional. Los socios al 50% se tiran los trastos a la cabeza por múltiples causas, desde la dirección del mismo hasta los mecanismos de control. Y ahora han hallado un nuevo tema con el que acrecentar su enfrentamiento: la construcción de un nuevo espacio expositivo. Uno de los socios lo propone con entusiasmo y el otro es reticente (por ser suave) con la propuesta. Además, hay informes que unos esgrimen y otros no conocen, reuniones con el titular de la franquicia por separado... Lo han adivinado. Estoy hablando del Guggenheim.

Me parece que ya está bien de este lamentable espectáculo. Entiendo que haya diferencias y puedo entender que esto se plantee como una batalla política. Pero la ciudadanía está asistiendo atónita a estas gravísimas discrepancias que se hacen públicas a la menor ocasión. No afirmo que unos tengan razón y otros no. Estoy seguro de que hay razones de peso en ambas partes. Pero el acuerdo es necesario. Existen y han existido temas mucho más complejos en los que ha sido posible un pacto. Por favor, hablen, aporten sus razones y sus datos, calculen los costes y los beneficios esperados y lleguen a un punto de encuentro. Y hágalo pronto.

4 comentarios | [Enlace permanente](#) | [Compartir](#)

4 comentarios > [Escribe aquí tu comentario](#)

### 9.1.6 Fotografias

Cada vez mais existem blogs que incluem em seus conteúdos elementos para enriquecê-los ou para apresentar um aspecto mais atrativo ao usuário. Um desses complementos é a fotografia. É importante, nesse sentido, verificar se os blogs analisados incluem fotos ou não no *post*.

Para a presente análise, é necessário especificar se as fotos são assinadas, se contêm links, se apresentam legenda e outro texto alternativo. É necessário apontar sobre a possibilidade de impressão e arquivo. Para isso, e em função do navegador que utilizamos, basta passar o cursor sobre a imagem e observar o que acontece.

Na hora de indicar o número de *posts* que serão necessários analisar para esta ficha, consideramos conveniente estabelecer um limite entre 10 ou 12, sempre os últimos conteúdos introduzidos em ordem cronológica.

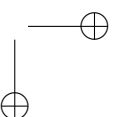


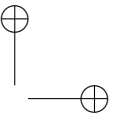
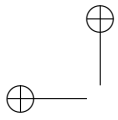
Hace un par de semanas el club Aldatz Gora de Bilbao celebró su fiesta de finalistas con una salida por la Sierra del Perdón/Erreniaga, en Pamplona, con masiva asistencia de los socios. Realizaron una complicada travesía entre las localidades de Aetrain y Olatz. Por el camino ascendieron a las rimas



### 9.1.7 Elementos multimídia

Trata-se daqueles elementos cada vez mais presentes, junto com as fotografias, nos conteúdos de um blog, como vídeos ou áudio. Uma vez confirmada a sua existência, podemos indicar se o elemento inserido é próprio, ou seja, foi criado pelo dono do blog, pelo próprio cibermeio, por outro veículo da empresa de comunicação da qual pertence o cibermeio que abriga. Do contrário, é preciso observar se o conteúdo foi criado por outra(s) pessoa(s) que não faz(em) parte dos recursos humanos do blog e ou de seu cibermeio.





## Vidas truncadas 2

Escrito por: *Oscar Terol*

20 Nov 2009

Buenos días hermanos, reviso mi interior y no paran de salir vidas de santos.



Si Mari Luz, estoy ocupado, pero siempre habrá un hueco para el cafecito. Un abrazo,

## Los misterios de Fobos y Deimos, los satélites marcianos

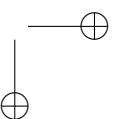
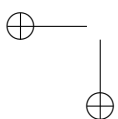
Escrito por: *Luis Alfonso Gámez*

tags: *martes, extraterrestres, ovnis*

16 Dic 2009



La nave europea [Mars Express](#) obtuvo el 5 de noviembre [las primeras imágenes de Fobos y Deimos](#)





### 9.1.8 Links

Um link ou enlace é texto ou imagem que pode ser clicado pelo usuário num site para ter acesso a outro documento. Os links são como uma “tecnologia” que permite que o usuário se conecte a outros sites ou a outras páginas web. Durante a navegação é possível detectá-los facilmente, pois aparecem com palavras marcadas normalmente em azul.

Uma vez verificada a existência dos links, é preciso especificar se são internos ou externos. No último caso, é importante destacar que o link salta a um outro conteúdo que não pertence ao blog e nem mesmo a um outro meio do grupo empresarial do cibermeio que hospeda o blog.

Para especificar ainda mais, no caso dos links internos, é importante indicar se eles conduzem o usuário a um *post* do mesmo blog, de outros blogs do próprio cibermeio ou a outros conteúdos próprios do cibermeio que não blogs (notícias...).

### 9.1.9 Comentários

Os blogs cumpriram dois papéis fundamentais na evolução da rede de redes: primeiro, contribuíram na difusão de conteúdos mais do que qualquer outro meio, e, segundo, bastante relacionado com o ponto anterior, criaram uma extensa rede de contatos com suas respectivas opiniões, possibilitando que as conversações se ampliem muito além dos meios tradicionais. Passamos do “eu escrevo, você lê” ao “eu escrevo e quero saber o que você pensa”, os comentários.

Há muitos blogs que fazem de sua comunidade de leitores uma rede social. Os comentários realizados nos *posts* muitas vezes são mais interessantes que a própria entrada, criando um valor agregado. Outros blogs não têm uma grande quantidade de comentários, porque certamente o seu tema é bastante objetivo, dá pouco espaço a opinião dos usuários ou há uma excessiva moderação prévia.

Ler os comentários nas notícias dos blogs é algo que todo blogueiro gosta, pois é uma das formas para entrar em contato com os leitores. Por isso, na ficha de análise, este campo trata de especificar, primeiro, se há comentários, e em caso afirmativo, a média deles. Para tanto, como destacamos anteriormente, devemos avaliar os 10/12 *posts* para calcular a média dos comentários.



Em alguns momentos, podemos encontrar com um *post* que apresenta um número elevado de comentários motivado pelo tema abordado (normalmente, relacionado com algum problema atual, algum tema que desperte o interesse da audiência). Se os demais *posts* contabilizados apresentam um número semelhante de comentários, deixamos o *post* com muitos comentários fora da média.

Existem cada vez mais blogs que incluem a chamada de últimos comentários para valorizar as opiniões mais recentes. Neste campo, a intenção é verificar a existência ou não dessa seção.

S

---

tags: *descargas, navidad*



Sobre este blog

Evadidos

Música y otros planes de fuga

[ver otros blogs >](#)

Buscador

Últimos Comentarios

- Jazz o no jazz 3 comentarios Anónimo Saigón esto no es jazz? es ruido
- Un paseo virtual por San Andreas 30 comentarios CACHETON juan roswell ad JHON
- El punk no está muerto, pero va para viejo 227 comentarios cinzia Punk not dead mostoles LATIGOX yor
- Muere Eric Woolfson 6 comentarios MANUEL AGUILAR Fran Xavi RAÚL, carlos
- Empanada Vikernes 1 comentario Varg
- Franquismo vil 3 comentarios Pilar Isabella Ciro Galante
- Canción de la semana: "Moses" 1 comentario MRM
- El regreso de T.A.T.U. 180 comentarios Anónimo marylee yovanna adriana adriana
- Sonidos de diciembre 1 comentario Oscar Cubillo
- Cirugía muy plástica 46 comentarios HUMBERTO DE LIMA Tiresias johana Jose Pedro—uruguay—montevideo MAURICIO ARCOS

Outras vezes os autores dos blogs têm a possibilidade de vetar os comentários feitos pelos usuários, caso estes tragam insultos, estejam fora do padrão de qualidade exigido pelo blog ou não coincidam com as idéias do autor ou do próprio cibermeio. O referido item tem a função de avaliar se a atuação conduz a prática. Para tanto, aconselhamos que o pesquisador escreva um comentário que provoque o autor (sem precisar, é claro, enviar insultos) e comprovar se foi publicado ou não. Normalmente, a publicação é rápida.

### 9.1.10 Blogroll

Um *blogroll* é uma coleção de links de blogs com a mesma temática que, normalmente, aparece em uma coluna lateral da página web. Os autores dos blogs podem definir diferentes e variados critérios para incluir outros blogs em seus blogrolls.

Na maioria das vezes a lista de outros endereços de blogs é composta de direções que os próprios autores visitam com assiduidade ou reproduzem por que estão na lista de amigos ou conhecidos. Algumas vezes, encontramos uma lista que inclui blogs do mesmo cibermeio.

A intenção, neste campo da ficha, é comprovar se no blog analisado existe a referida lista, bem como a sua procedência. Destacamos que nem sempre as listas são compostas por blogs atualizados e, muitas vezes, encontramos links para páginas webs denominadas enlaces ou links. Outras vezes, é possível encontrar uma seção fixa denominada “ver outros blogs”.

by Rider. Todavía  
 por: *Mauricio Martín* tags: *harley davidson, chopper*  
 Dic 2009



es uno piensa en por qué le gustan las motos. Y una de las razones es porque en su experiencia parecido como símbolos de otra cosa: de la velocidad (de pequeño me llamaba la atención que otros nos adelantaran siempre cuando íbamos en coche), de la diversión (las parejas de cine se mucho cuando montaban en vespas, ellas sobre todo, lo que lo hacía aún mejor), de la libertad ue iban en moto eran libres).

e cómo son las cosas, en estos tiempos que corren, esta película trata de la libertad y de la 'ancia. Y acaba mal. O bien, con unos versos de Bob Dylan para una canción que pasó a ser la de Fran Ribal, una de esas canciones que se hizo famosa...

a las motos nos es ajeno

[ver otros blogs »](#)

más tags

Categorías

- Aventura
- Cine
- Ciudad
- Competición
- Concentraciones
- Historia
- Industria
- Moteros Ilustres
- Política

Enlaces

- Bike EXIF | Classic motorcycles, custom motorcycles and café racers
- Blog de Francesc Pumarola: "Vivencias de un probador de motos"
- Daily Motos - Noticias de motociclismo y del mundo de las motos
- El mundo en moto. Grandes viajes
- EL PRIMER CLUB ESPAÑOL SOLO DE CAFE RACER
- Masmoto.net. Tu blog de motos con contenidos diarios
- Motor Cycle News (MCN). Find sport news, advice on

### 9.1.11 Tags

As tags, utilizadas para organizar uma informação, inicialmente foram adotadas por Technorati, Flickr, Del.icio.us, Youtube etc. para resolver uma necessidade. Algumas informações, como a fotografia, não eram classificadas. No momento que os usuários acrescentaram referências textuais a cada elemento a pesquisa ficou mais fácil, possibilitando a criação de novo conceito para organizar a informação: a folksonomia.

A idéia de etiquetar os conteúdos não é nova, mas a forma como as tags são acrescentadas mudou radicalmente. Com a chegada da web 2.0, os seguintes fatores foram considerados sobre a hierarquização da informação: informação mais popular, maior quantidade e mais buscada. Dessa forma, são colocadas nas mãos do usuário o que mais interessa (dispõe de toda a informação mais requisitada por todos).

Nesse sentido, na análise do blog avaliamos se existem tags nos *posts* e a média delas. Para isso, como nos comentários dos blogs, analisamos as últimas 10 ou 12 entradas para calcular a média. Também é necessário indicar se há nuvens de tags.

## Bank Notes

Por *Manu Alvarez*

[« ¡Otra ofensiva anticrisis! ¡Es la guerra! | Inicio](#)

### Cómo aplicar un ERE en el Portal de Belén

Escrito por: *Manu Alvarez*

tags: *ere, belen*

18 Dic 2009



Sob

Bank

Manu A  
del dia

[ver otro](#)

bbk l

va

zena

b

Cate

A diferença das etiquetas feitas pelas palavras-chave tradicionais, as tags

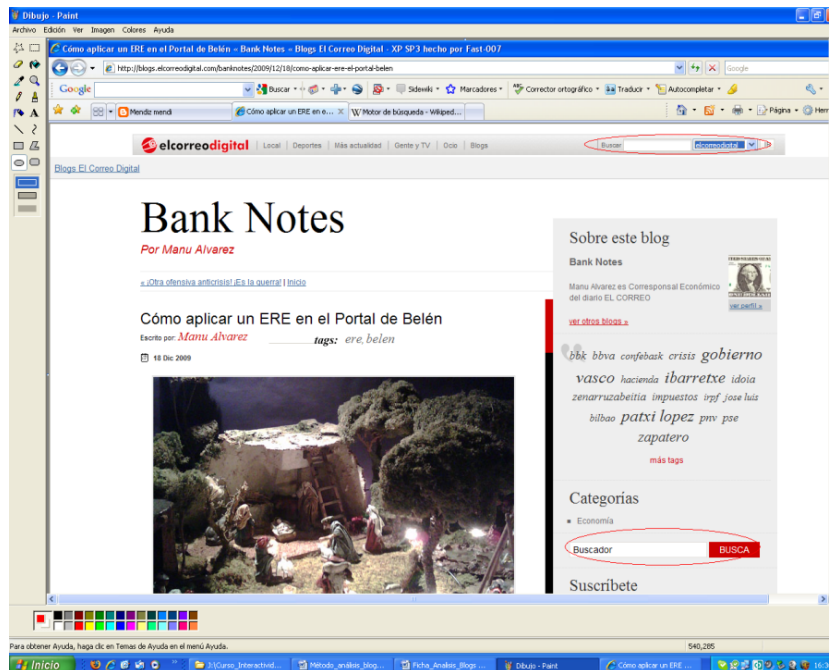


são redigidas de forma informal e pessoal, ou seja, pelo autor ou por um usuário.

### 9.1.12 Buscador

Um motor de busca é um sistema informático que indexa arquivos armazenados no servidor da web. Os buscadores de internet (alguns buscam apenas na Web, mas outros nas notícias, nos serviços como Gopher, FTP etc.) quando a informação sobre determinado tema é requisitada. As buscas são feitas com palavras-chave ou com árvores hierárquicas por temas e o resultado aparece em uma lista de direções web que contêm as palavras-chave pesquisadas.

Nesta ficha de avaliação dos blogs, queremos comprovar se o objeto estudado tem sistema de busca e, em caso afirmativo, se essa ela é realizada dentro do próprio blog, dentro do cibermeio ou fora dele. É importante destacar que as duas possibilidades relatadas podem ocorrer.





### 9.1.13 Categorías

Algunas veces as categorías são utilizadas para tornar a leitura dos conteúdos mais fácil. No menu da direita do blog, como indica a figura acima, aparece um item denominado categorías. É uma forma de classificar as entradas do blog. Isto permite reunir num mesmo espaço todos os artigos de uma só temática. Por exemplo, se alguém quer saber o que já foi comentando sobre determinada questão em concreto só precisa clicar em categorías para ver a lista de todas as entradas.

Em muitos blogs as palavras categorías e etiquetas têm significados diferentes. O termo etiquetas (tags) é usado para classificar assuntos com variadas palavras-chave, enquanto a categoría tenta apontar o gênero do conteúdo, como moda, política etc.



The screenshot shows a blog page with a main article on the left and a sidebar on the right. The main article has a red header 'Martin' and a sub-header 'Ridley Scott ya está'. Below it, there is a list of names: 'tt, sienna miller, cate blanchett, gladiator,'. A photograph of a man's face with a bloody forehead is visible. The sidebar, titled 'Sobre este blog', describes 'Culocortos' as a blog that remembers movies and series that were vilified by critics but are loved by many. It includes a link 'ver otros blogs' and a list of tags: '2012 24 accion avatar ciencia ficcion gladiator james cameron ridley scott roland emmerich russell crowe sam worthington stallone stargate terminator salvation tiros'. Below the tags is a 'Categorías' section with a list of categories: 'culovance', 'culocrítica', 'Culoestreno', 'CULO FOTO', and 'CULOMOMENTO'.

Nesta proposta para analisar blogs queremos saber se há ou não categorias. Em caso afirmativo, quantas categorias. Normalmente, os blogs apresentam poucas categorias. Por isso, elas tendem a ser generalistas para abarcar o maior número de assuntos possíveis relacionados com o tema.

#### 9.1.14 Últimas entradas

São os conteúdos mais recentes publicados em um blog. É um item que, normalmente, aparece no lado esquerdo do blog.



Joseph perez carlos rosillo

e apuntó a la última de las dos versiones y estuvo dando la verdadera España era la católica y todo lo demás, un to, una pervisión. Había que mirar hacia los Reyes lipe II: importaba aquel tiempo de esplendor donde gobernaba verdadera fe. Joseph Pérez (la fotografía es de Carlos la a poner entre paréntesis semejantes excesos. Hablar del de todo sentido en aquellos tiempos. "El Emperador y el Rey ; intereses de España, sino los intereses patrimoniales de Y su corte era una corte internacional donde, al lado de je ahora es España, había personalidades extranjeras en ara, Granvelle, el conde Egmont, Alejandro Farnesio,

juramente, pero sobre todo grandes políticos. Cuando hacía ra defender los intereses propios, se olvidaba. El conde emplo, no tuvo muchos escrúpulos en ayudar al duque de del Languedoc, protestantes, contra la Francia católica. La rado para dar prestancia a los sucios manejos de la política.

hecho, una excelente *campaña de prensa* para desacreditar ) Guillermo de Orange que encabezaba a los príncipes as Bajos en una desigual batalla contra el imperio de Felipe cada una de las piezas que armaron aquel libelo que tanto cuanto de verdad contenía y cuanto de exageración. Luego después: la decadencia y el inevitable desplazamiento de ano. Ya casi al final, cuenta que en 1998 en Inglaterra se ún del marido de María de Tudor, Felipe II, de quien alguien s personajes más europeos de la Historia". Y Joseph Pérez l mismo momento en que la izquierda española evitaba leer el monarca había escrito Geoffrey Parker: "Preferían su la leyenda negra, fanático, tiránico, cruel", escribe. ¿Una

**Sobre el Autor**

José Andrés Rojo (La Paz, Bolivia, 1958) entró en El PAÍS en 1992 en Babelia. Entre 1997 y 2001 fue coordinador de sus páginas de libros y entre 2001 y 2006 ha sido jefe de la sección de Cultura del diario. Licenciado en Sociología, su último libro publicado es Vicente Rojo. Retrato de un general republicano (Tusquets, 2006), XVIII Premio Comillas.

Correo: jarojo@elpais.es

**Sobre el Blog**

El rincón del distraído es un blog cultural que quiere contar lo que pasa un poco más allá o un poco antes de lo que es estrictamente noticiable. Quiere acercarse a lo que ocurre en la cultura con el espíritu y la pasión del viajero que descubre nuevos mundos y que, sorprendido e inquieto, intenta dar cuenta de ellos.

**Últimas entradas**

- La larga vida de la leyenda negra
- Dos gigantes
- El encantamiento

**diciembre 2009**

lun.	mar.	mié.	jue.	vie.	sáb.	dom.
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

**Archivos**

- ▶ diciembre 2009
- ▶ noviembre 2009
- ▶ octubre 2009
- ▶ septiembre 2009
- ▶ agosto 2009
- ▶ julio 2009
- ▶ junio 2009
- ▶ mayo 2009
- ▶ abril 2009
- ▶ marzo 2009

**Suscribirse a este sitio**

➤ Añadir este sitio a RSS

**¿Qué es RSS?**  
Es una tecnología que envía automáticamente los titulares de un medio a un programa lector o

Aqui também queremos saber se existem últimas entradas e a sua quantidade.

### 9.1.15 Trackback

Imagine que leu um artigo de um blog que julgou interessante e, por isso, decide escrever sobre ele. Para tanto, poderia escrever um e-mail ou telefonar para o seu autor. No entanto, uma forma mais efetiva é incluir no artigo que escreve um link que direcione para o arquivo original, ou seja, um *trackback*. Dessa forma, você avisa ao autor que um de seus *posts* foi citado em seu blog.

De modo geral, se um blog admite *trackbacks* significa que é capaz de receber um aviso de outro blog, estabelecendo uma relação entre eles a partir da referência feita. Os *trackbacks*, normalmente, ficam no final do artigo, próximo aos comentários. A especificação do trackback e sua implementação foram desenvolvidas por Six Apart, criadores do *CMS Movable Type*.

Numa explicação menos técnica, poderíamos dizer que é a continuação de um determinado artigo (*post*) em um outro blog. O seu autor destaca o *link* de referência para o texto original, estabelecendo uma relação entre ambos.

O *trackback* aparece como um comentário no artigo do blog citado e vinculado ao seu. Dessa forma, todos os leitores do artigo original também podem ter acesso ao blog que fez a referência e ler o que foi dito sobre o tema.

### 9.1.16 Vias de contacto

As vias que um blogueiro pode estabelecer com o seu público podem ser muitas e variadas, como o correio eletrônico. Os autores cada vez mais têm disponibilizado o seu e-mail para o público entrar em contato. Mais do que o correio eletrônico pessoal, no entanto, são publicados os institucionais, como por exemplo, o do cibermeio ou da editoria em que o autor do blog trabalha. Há também aqueles que preferem colocar um e-mail mais geral (webmaster). A intenção é analisar como e quantas são as vias de contato com o autor do blog.

## oc de notas

Martínez Odriozola

diis

ia Martínez Odriozola



Sobre este blog

Bloc de notas

En este sitio están proscritos el sexismo y la  
papa de muerte. To diis Siempre.  
l.m.odriozola@diario-elcorreo.com [ver perfil »](#)

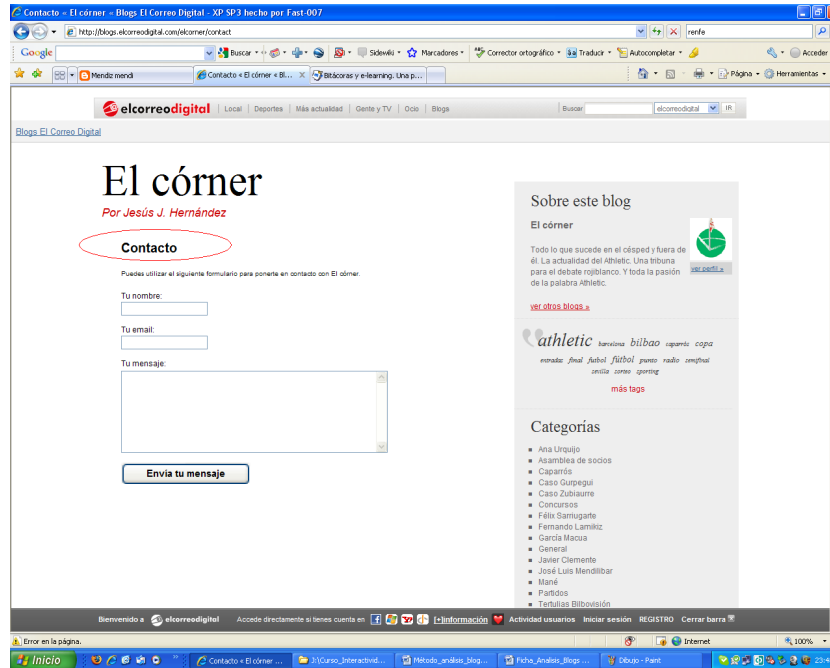
[ver otros blogs »](#)

Buscador

Últimos comentarios

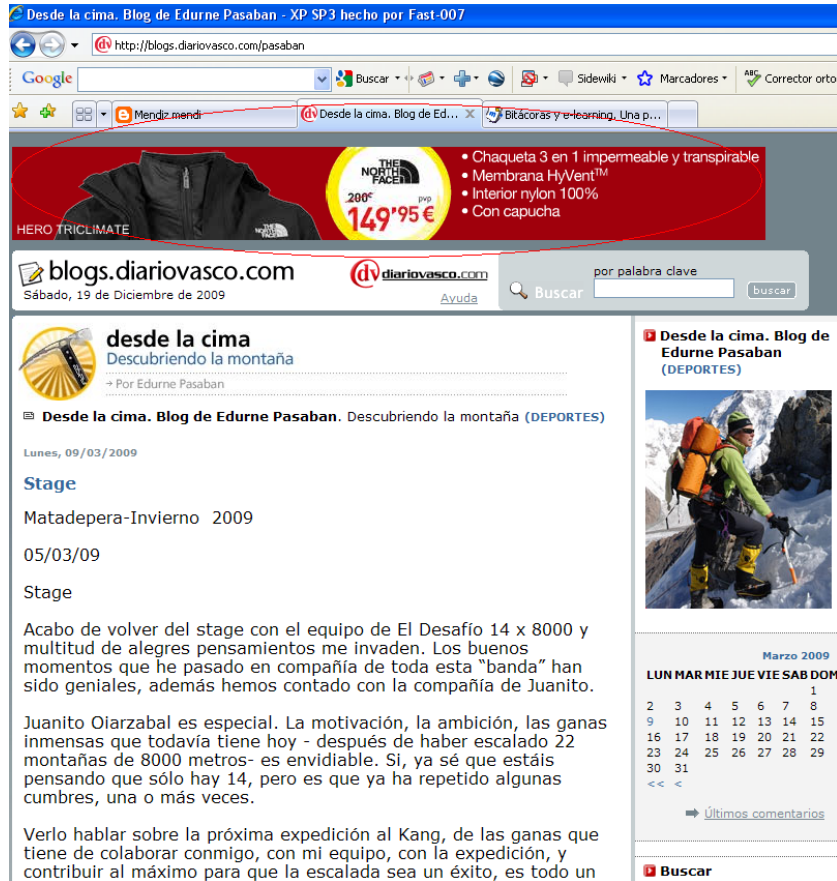
- Doctor, los de la comunidad de propietarios me han pedido certificado de penales 29 comentarios Anónimo Espadero Lucía Martínez Odriozola gloria Marías
- Los detractores de Milá son fachas, según ella 10 comentarios chary chary Joseba Bis Joseba Isa
- Paráfrasis 15 comentarios Aquí Elisa Anónimo Lucía June
- Ralph Lauren adelgaza aún más la cintura de una de sus modelos 17 comentarios Alicia Savannah Lucía Martínez Odriozola Savannah atri
- Gürtel es cosa de hombres... iletrados 3 comentarios alvarhillo Savannah de puta madre
- ¿Qué pena merecen quienes matan amparados en la

Há ainda a opção do formulário, onde o usuário precisa preencher seus dados para enviar um comentário ou sua opinião ao autor de um blog.



### 9.1.17 Publicidade

De modo geral, os autores dos blogs não cobram por esta atividade. Um estudo sobre blogs nos ciberdiários do grupo espanhol Vocento (Palomo y Meso, 2009) mostra que apenas 1% dos criadores cobra para escrever nos blogs. Almeida (2009) numa pesquisa sobre o uso de blogs nos diários digitais brasileiros revela que são poucas as empresas de comunicação que remunera o jornalista por este trabalho extra de escrever nos blogs. No entanto, percebemos que cada vez mais a publicidade aparece nos blogs. Elas costumam aparecer na cabeceira, no pé da página e nas laterais dos blogs. É importante considerar que um blog é um meio especializado, com um público bastante segmentado. Portanto, a publicidade costuma estar direcionada aos conteúdos do blog.



### 9.1.18 Vigência

Um blog pode ser considerado “vivo ou ativo” se atualiza seus conteúdos ao menos uma vez nos últimos quatro meses. No entanto, essa frequência pode ser fraca se considerar que a internet é um meio que apresenta, entre suas qualidades, a possibilidade de atualizar conteúdos de forma constante.

Em estudos anteriores (Palomo e Meso, 2008) consideramos que um blog tem vigência quando atualizado ao menos uma vez nos últimos dois meses. Dessa forma, é importante destacar quando o blog foi atualizado pela última

vez. A referência, recordamos, são os últimos 10/12 posts para verificar se atualização é diária, 4/5 por semana, 2/3 vezes por semana, 4/5 vezes ao mês...

### 9.1.19 Subscrever

Há dois tipos de subscrição para receber as novidades do blog ou os comentários sobre novos artigos.

Subscrição de blog: o leitor do blog faz a sua subscrição para receber as novidades dos blogs. Normalmente, este tipo de subscrição é encontrada no menú lateral do blog.



un aumento de los precios, se han en cuenta la calidad final del producto. ctos por parte de un sector de la gran e que están prostituyendo el sector. ña de lomo que bajo marcas como esponden a cerdos que no son de

más tags

#### Categorías

- aceites
- cervezas
- destilados
- espumosos
- nasteborraste
- vinos

#### Enlaces

- dosuve.marketing creativo
- Enolia. entre vinos y aceites

Buscador

#### Suscríbete

Selecciona el agregador que utilices para suscribirte a este blog (también puedes obtener la URL de los feeds):

#### Archivos

- Diciembre 2009



Subscrição de comentários: para receber comentários novos publicados no blog. Para fazer este tipo de subscrição é necessário colocar o seu correio eletrónico na parte superior dos comentários.

Ingrese su correo electrónico para suscribirse a los comentarios de este artículo:

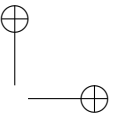
micorreio@mail.com

No primeiro dos casos é comum encontrar uma lista de agregadores que são mais utilizados para poder receber atualizações de um blog (*My yahoo, Newsgator...*). A subscrição também pode ser via e-mail com um resumo das entradas do dia anterior.

### 9.1.20 Arquivo

Unido ao tema da atualização, existe uma opção (visível no menu do blog) de encontrar em um arquivo o histórico do blog desde sua criação. Por meio deste arquivo do blog, é possível ver a data em que ele foi criado.

The screenshot shows a blog's sidebar menu. At the top, there is a text input field with the placeholder "micorreio@mail.com". Below it, the text "Seleccione el agregador que utilices para suscribirte a este blog (también puedes obtener la URL de los feeds):" is followed by a dropdown menu labeled "Selecciona tu agregador". The main content area is divided into three sections: "Archivos", "Secciones", and "Últimos Comentarios". The "Archivos" section is circled in red and lists months from December 2009 to June 2009. The "Secciones" section lists "inicio", "contacto", and "suscríbete". The "Últimos Comentarios" section lists recent comments with their titles and counts.



### 9.1.21 Capa do mês

Alguns blogs incluem no menu lateral o calendário para facilitar a data do último conteúdo e, inclusive, o número de posts enviados durante o mês.

### 9.1.22 Imprimir post

Ainda existem muitas pessoas que ainda preferem ler no papel, por isso muitos blogs optam pela ferramenta de imprimir *posts*.

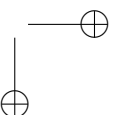
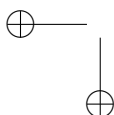
### 9.1.23 Participação

Na última parte, é necessário verificar se é possível enviar os conteúdos de um blog a outro usuário. E, finalmente, se é possível votar os conteúdos de um blog através das ferramentas como Menéame, Aupatu, Del.icio.us... baseadas na comunicação comunitária.

Uma história é enviada por um usuário registrado e, em seu momento, revisada por outros usuários (registrados ou não) e será promovida, ou não, à página principal. Neste caso, um usuário envia uma notícia e esta notícia só irá para página principal quando reunir número de votos suficientes.

## Referências

- ALMEIDA, Lia Raquel. *O blog visto pela redação*. Dissertação apresentada no Programa de Mestrado Comunicação e Culturas Contemporâneas, 2009.
- LÓPEZ, X.; OTERO, M. L. *Bitácoras. La consolidación de la voz del ciudadano*. La Coruña: Netbiblo. 2007.
- MESO, K. ; PALOMO, B. Los blogs de autor en los ciberdiarios de referencia españoles *Actas del I Congreso Internacional de Ciberjornalismo* (ISSN: 978-989-961-48-0-2), celebrado en Oporto en Oporto (Portugal) los días 11 y 12 de diciembre. 2008.
- \_\_\_\_\_. Perfil y comportamiento de los autores de los blogs destacados en los ciberdiarios de Vocento In: *Anàlisi*, n° 38, pp. 99-116, 2009.



## 9.2. Ficha

### FICHA PARA ANALISAR BLOGS NOS CIBERMEIOS INFORMAÇÃO GERAL:

Nome do blog:
URL:
Cibermeio:
Data da criação do blog:
Temática:
Data da observação:

### AUTORIA

Individual	Homem
	Mulher
Coletivo	Homens
	Mulheres
Coletivo sem definir	

Profissional/ (trabalha no cibermeio).
Profissional (não jornalista)
Personalidade
Desconhecido

### Sobre o autor (es)

--

Ver o perfil:

<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não

#### MOTIVO E ORIGEM DO BLOG

<input type="checkbox"/>	Motivo da criação (post)	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	Sobre o blog	<input type="text"/>

#### DADOS QUE IDENTIFICAM UM POST

<input type="checkbox"/>	Título
<input type="checkbox"/>	Autoria
<input type="checkbox"/>	Data
<input type="checkbox"/>	Hora
<input type="checkbox"/>	Número de visitas
<input type="checkbox"/>	Comentários
<input type="checkbox"/>	URL permanente
<input type="checkbox"/>	...

#### FOTOGRAFIAS

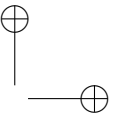
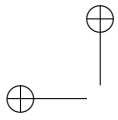
<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não

As fotografias são assinadas.

<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não

As fotografias têm links?

<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não



As fotografias têm texto alternativo?

	Sim
	Não

As fotografias podem ser

	impressas
	salvas
	outros

### ELEMENTOS MULTIMÍDIA

Vídeos

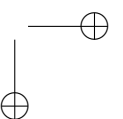
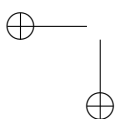
	Sim
	Não
	Próprio
	Alheio

Áudio

	Sim
	Não
	Próprio
	Alheio

LINKS

	Sim
	Não
	nternos
	Externos



Quando internos...

	Outros conteúdos de outros posts do mesmo blog
	Outros conteúdos de outros posts de outros blogs do mesmo cibermeio
	Outros conteúdos de outros posts de outros blogs alheios ao cibermeio
	Ao conteúdo do próprio cibermeio (que não são blogs)

COMENTÁRIOS

	Sim
	Não

Média de comentários

Quase não há comentários

Moderação de comentários

	Sim
	Não

Últimos comentários

	Sim
	Não

POSSIBILIDADE DE VETAR COMENTÁRIOS DE OUTROS AUTORES

	Sim
X	Não

**SECÇÕES**

	Sim
	Não

	Início
	Contato
	Subscrição
	Arquivos
	...

**BLOGROLL/LINKS**

	Sim
	Não
Quantos:	
	Blogs assíduos, de amigos ou próximos da temática
	Outros blogs do cibermeio

**TAGS**

	Sim
	Não
Média/post:	

**BUSCADOR**

	Sim
	Não
	Interno
	Externo: _____

**CATEGORIAS**

	Sim
X	Não
Quantas:	

**ÚLTIMAS ENTRADAS**

	Sim
	Não
Quantas:	

**TRACKBACK**

	Sim
	Não

**VIAS DE CONTATO**

	Correio eletrônico
	Formulário de contato

**COM CORREIO ELECTRÔNICO...**

	Autor/es
	Do cibermeio
	De uma seção do cibermeio
	Geral
	Outros (associações, grupos...)
	...

**PUBLICIDADE**

	Sim
	Não



**VIGÊNCIA**

X	Sim
	Não

**ATUALIZAÇÃO**

Última atualização	29/01/2011
	Diariamente
	4/5 vezes por semana
	2/3 vezes por semana
	3/5 vezes por mês
	1/2 vezes por mês
	Irregularmente
	...

**SUBSCRIÇÃO**

	Sim
	Não

	Bloglines
	Mi Yahoo
	Google Reader
	Newsgator
	Wikio
	RSS
	Atom
	Netvives
	Technorati
	...

**ARQUIVO**

<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não
Desde:	
Até:	

**MÊS NA CAPA**

<input type="checkbox"/>	Sim
X	Não

**IMPRIMIR POST**

<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não

**PARTICIPAÇÃO  
ENVIAR A UM AMIGO**

<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não

**VOTAÇÃO DO POST**

<input type="checkbox"/>	Sim
<input type="checkbox"/>	Não

<input type="checkbox"/>	Fresqui
<input type="checkbox"/>	Digg
<input type="checkbox"/>	Menéame
<input type="checkbox"/>	Technorati
<input type="checkbox"/>	De.l.icio.us
<input type="checkbox"/>	My Yahoo
<input type="checkbox"/>	Wikio
<input type="checkbox"/>	...



## Avaliação de Qualidade em Cibermeios: um percurso de pesquisa coletiva

Lluís Codina  
Javier Díaz Noci  
Marcos Palacios

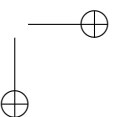
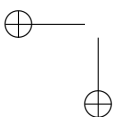
Este Capítulo tem um formato pouco usual: descreve um percurso de pesquisa que, em última instância, resultou nos produtos que estão sendo difundidos através desta coletânea de Ferramentas. Não é a descrição de um movimento linear uniforme através de uma planície sem relevos ou precipícios. Antes pelo contrário, é uma memória de dificuldades, recuos e recomeços; como costuma ser o caso em pesquisas sérias, especialmente em projetos envolvendo grandes grupos de pesquisadores. Mas é também uma memória da formação de vínculos humanos que extrapolaram em muito o espaço inicial acadêmico.

A colaboração acadêmica que culmina com a publicação desta coletânea teve início com a assinatura do acordo CAPES/DGU 140/07 de cooperação Espanha-Brasil (2007-2010), subvencionado pelos respectivos ministérios de Educação do Brasil e Espanha, com apoio da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), pela parte brasileira, e do programa PHB2006-0004-PC, da DGU (Dirección General de Universidades) pela parte espanhola.

O projeto geral inicial, congregando os dois grupos de pesquisadores, recebeu o título: *Periodismo en internet: estudio comparativo de los cibermedios España-Brasil (Jornalismo na internet. Estudo comparativo dos cibermeios Espanha-Brasil)*, tendo como coordenadores o Professor Javier Díaz Noci, então lotado na Universidad del País Vasco, e o Professor Marcos Palacios, da Universidade Federal da Bahia. Em seu primeiro ano de vigência, 30 pesquisadores, de sete universidades brasileiras e nove universidades espanholas, integraram o projeto, aprovado por um comitê de avaliação binacional.

Como primeiro resultado da colaboração estabelecida, celebrou-se entre os dias 3 e 7 de dezembro de 2007 o **I Colóquio Internacional Brasil-Espanha sobre Cibermeios** (código do Ministério de Educação e Ciência da

*Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo, 237-290*



Espanha PHB2006-0005), tendo como foco a apresentação de metodologias da investigação em ciberjornalismo, em uso nos dois países integrantes do Convênio.

O Colóquio teve lugar na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (Brasil). Como corolário do Colóquio, ministrou-se no mesmo centro o curso **Tendências e cenários futuros no jornalismo digital**, entre os dias 10 e 14 de dezembro de 2007, aberto a pesquisadores e profissionais de jornalismo. Foi a ocasião de uma primeira troca de experiências, de apresentação de levantamentos prévios de mapeamentos metodológicos em diversas áreas de estudos do ciberjornalismo e de elaboração de um plano de trabalho para os meses seguintes.

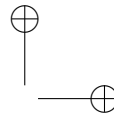
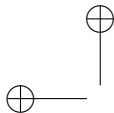
Partiu-se para a sistematização do mapeamento metodológico realizado, em seguida colocado em perspectiva comparativa. Três coletâneas de textos resultaram desses esforços coletivos iniciais. Todas estão disponíveis para livre acesso e download em <http://gjol.blogspot.com>.

A decisão de partir-se para a Avaliação de Qualidade em Cibermeios, como um desdobramento dos estudos metodológicos da primeira fase do Convênio, impôs ao grupo de pesquisadores a necessidade de criação de ferramentas específicas para a análise das várias características dos produtos jornalísticos produzidos especialmente para as redes digitais de alta velocidade.

O passo inicial, ainda em 2008, foi a criação e aplicação de uma ferramenta de catalogação de cibermeios (veja **Capítulo I** desta coletânea) ao conjunto dos ciberdiários da Espanha e Brasil - sete diários digitais por cada país: *Folha de São Paulo*, *Diário de Santa Catarina*, *Gazeta do Povo* (Curitiba), *Jornal do Comércio* (Recife), *Zero Hora* (Porto Alegre), *A Tarde e Correio Brasiliense* (Brasília), da parte brasileira, e por parte espanhola *Sur* (Málaga), *El Correo* (Bilbao), *Diario de Navarra*, *La Vanguardia*, *La Voz de Galicia*, *Las Provincias* e *El Mundo*.

Em seguida, partiu-se para a criação e aplicação de uma ferramenta destinada a identificar e mensurar, de forma preliminar porém extensa, uma série de características formais comuns a todos os ciberperiódicos que constituíam o *corpus* da pesquisa (veja **Capítulo II** desta coletânea), visando-se a coleta de dados com vista à elaboração de análises comparativas.

Em reunião de trabalho e planejamento, mantida por representantes de ambos os países em Bilbao (Espanha), em abril de 2008, e por sugestão da representação brasileira, combinou-se testar a ferramenta de avaliação de sí-



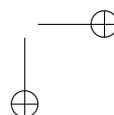
tios web que, desde o campo das Ciências da Informação, havia proposto o professor Lluís Codina, da Universitat Pompeu Fabra, de Barcelona. Mais concretamente, tratava-se do aproveitamento – como ponto inicial para futuros desdobramentos – da versão do capítulo “Hiperdocumentos: composición, estructura y evaluación”, do *Manual de redacción ciberperiodística* (Barcelona: Ariel, 2003, pp. 141-193), em que se explicava a mencionada técnica e os itens que a compunham.

Um outro grupo de pesquisa, composto por 25 investigadores de 12 universidades espanholas, que se formou a partir do projeto “O impacto da internet nos meios de comunicação da Espanha” (ref. BSO2002-04206-C04-01), subvencionado pelo então Ministério de Ciência e Tecnologia e coordenado por Javier Díaz Noci (2004-2006), já havia empregado esse instrumental, com ligeiras adaptações. Com pequenas modificações, o instrumental foi também utilizado em outros projetos, de âmbito mais local, como por exemplo, “Presença e uso da internet nas redações digitais dos diários bascos e navarros com versão na Rede”, coordenado por Koldo Meso e subvencionado pela Sociedade de Estudos Bascos (2004-2005). Os resultados foram publicados em ao menos dois artigos: “Presencia y uso de Internet en las redacciones de los diarios regionales vascos y navarros”, na revista digital *Euskonews & media*, nº 383-384, de 2007, e “Evaluación de los ciberdiarios en las comunidades vasca y navarra”, na revista *Comunicación y Sociedad* da Universidad de Navarra, vol. XVII, nº 1, de 2004.

Para o trabalho comparativo do Convênio Brasil-Espanha, adotou-se o roteiro/questionário já utilizado na pesquisa pelo grupo espanhol, por ser a versão mais diretamente aplicável ao estudo dos meios de comunicação. Apesar existirem outras versões do mesmo instrumental (ver página web do próprio autor do questionário, Professor Lluís Codina) e orientações para a confecção e aplicação, preferiu-se manter, na medida do possível, o questionário/roteiro de 2003.

No capítulo do *Manual de redacción ciberperiodística* e na sua página na Internet (<http://www.lluiscodina.com>), Lluís Codina sugeria que a lista de indicadores que compunham sua proposta podia ser modificada em função do objeto de estudo.

Entendeu-se que se tratava de uma ferramenta útil para determinar de maneira geral e comparativa, com propósitos acadêmicos, qual era o estado e evolução do universo de estudo adotado. Não se tratava, de nenhuma forma,





de suplantar uma auditoria de meios, apenas obter um panorama comparativo da qualidade de um conjunto de cibermeios, em função de uma série de indicadores estandardizados e categorizados em grupos.

Pretendia-se aplicar a ferramenta em, ao menos, dois momentos, de forma que se pudesse obter conclusões longitudinais. Concordou-se em manter as três grandes partes ou grupos de questões originais: conteúdo e acesso à informação; visibilidade ou macronavegação; e usabilidade, se bem se eliminaram alguns indicadores que não eram aplicáveis aos cibermeios – a ferramenta original foi concebida para avaliar todo tipo de sítios web, não especificamente os informativos ou jornalísticos – e se acrescentaram outros, sobretudo tendo em conta o tempo que havia transcorrido entre a publicação da ferramenta original (2003) e o momento de discussão de sua adaptação, já em 2008. Nesse período haviam aparecido novas aplicações, por exemplo, e especialmente, a denominada Web 2.0.

Medir até que ponto os meios analisados se adaptavam aos novos tempos era um objetivo claro do estudo comparativo. Assim, considerou-se oportuno incluir indicadores que investigassem o uso desses recursos. Por exemplo, ampliou-se o número de indicadores dos pontos 2.9 e 2.10, sobre recursos multimídia e interativos (agora chamados “interativos e participativos”, como reflexo das novas tendências no uso da Web). Entendemos que isso não interferia com ferramentas a serem posteriormente construídas para medir mais precisamente tais características de forma muito mais específica; com o questionário Codina modificado, que possibilitava um mapeamento do conjunto do sítio web, pretendíamos apenas dar conta da presença ou não desses elementos.

Agregou-se um bloco de perguntas (02.11, que passou a outro lugar do questionário) sobre multissuporte, outra das tendências em que se havia detectado uma clara evolução nos últimos cinco anos, e acrescentou-se um bloco composto por uma única pergunta, sobre aspectos de comércio eletrônico (02.13), a partir de sugestão da Professora Elizabeth Saad Corrêa.

Além disso, levou-se em conta que os meios analisados eram, em muitos casos, parte de grandes grupos midiáticos, pelo que se tentou incluir algumas perguntas (por exemplo, esta da primeira parte: “Se inclui conteúdos de outros meios ou sítios web, sejam ou não do mesmo grupo editorial, menciona corretamente a origem e autoria deles?”) com objetivo de se ter uma primeira aproximação a essa questão da filiação midiática a grupos.



Finalmente, ajustaram-se outros indicadores: o que entendíamos por tempo de descarga, por exemplo; ou popularidade, indicador para o qual foi proposto que, em vez de valores absolutos, fossem adotados valores relativos. Ou seja, optou-se por situar que posição ocupava o meio em seu próprio país, tendo sido criada uma escala de 1 a 7, onde 7 correspondia ao meio mais popular e 1 ao menos.

Em julho de 2008, aproveitando a presença do então coordenador da parte espanhola, Professor Javier Díaz Noci, na Universidade Federal da Bahia, por um período de três meses, como parte dos deslocamentos pós-doutorais previstos pelo acordo de cooperação, e do Professor Marcos Palacios, então coordenador da parte brasileira em sua própria universidade, procedeu-se à aplicação dessa primeira versão da ferramenta, conforme combinado em abril de 2008.

Como um ensaio preliminar, para comprovar que os indicadores eram compreendidos corretamente e de forma unívoca, foi decidido que todos os pesquisadores participariam de um teste-piloto, com aplicação da ficha ao diário digital português *Público.pt* (Portugal). Recomendou-se aos avaliadores que a aplicação se fizesse preferentemente em grupo, para calibrar melhor as respostas e expor melhor as dúvidas resultantes do teste-piloto. Foram fixados horários unificados para a aplicação do questionário: às 09 da manhã e às 20 horas (locais), para avaliar as possíveis mudanças na edição dos diários ao longo do período de observação.

Realizada esta primeira prova sobre o mesmo meio de um terceiro país, e atendendo a sugestões do grupo de pesquisadores, Marcos Palacios e Javier Díaz Noci ajustaram novamente a ferramenta. Foram introduzidos novos itens, revisando-se e dando-se nova redação àqueles que os pesquisadores consideraram confusos ou geradores de interpretações ambíguas, bem como foram eliminados alguns considerados desnecessários (**Anexo 1**).

Como se pode ver nos anexos que acompanham este capítulo, a partir dos comentários, críticas e sugestões dos investigadores confeccionou-se um quadro, sempre seguindo as partes do questionário original, e novamente se modificou a lista de indicadores e a redação de alguns deles. Obteve-se, assim, em agosto de 2008, uma nova versão, a terceira dessa ferramenta, que foi aplicada, como se havia combinado, de forma simultânea, nos primeiros dias de setembro desse ano, nos catorze cibermeios de ambos os países.

Os resultados da aplicação ferramenta foram compartilhados no **II Coló-**

**quio Internacional Espanha-Brasil de Cibermeios**, celebrado em São Paulo em novembro de 2008. Decidiu-se então que deveríamos centrar-nos no ajuste da própria ferramenta. Comprovou-se nessa ocasião que, sem desdenhar os resultados, alguns dos quais foram publicados<sup>1</sup>, nosso objetivo deveria ser, sem dúvida, não tanto criticar os resultados obtidos até o momento na mensuração da qualidade dos diários, mas sim aprofundar a discussão sobre a própria metodologia de mensuração e sobre os alcances e limites da ferramenta em uso.

Ficou claro que a ferramenta, na versão utilizada nas observações até aquele momento, deveria ser aperfeiçoada e que outras ferramentas, voltadas à análise de características mais específicas e localizadas deveriam ser desenvolvidas e testadas, paralelamente ao esforço de aperfeiçoamento do instrumental genérico.

Uma primeira crítica metodológica chegou da Espanha, já que um pesquisador do grupo considerava que a metodologia subjacente à ferramenta utilizada permitia apenas uma comparação muito geral das características dos diários digitais dos dois países, às vezes com características muito heterogêneas. Por exemplo, a portalização dos diários é uma característica muito mais comum no Brasil que nos diários digitais espanhóis, portanto, introduzir uma pergunta a esse respeito daria como resultado uma melhor pontuação dos meios brasileiros. Em geral, considerou-se que a metodologia era apropriada para um primeiro momento da investigação, como método exploratório, porém com necessidade de maiores aperfeiçoamentos e complementação por outras ferramentas mais específicas.

O objetivo do grupo de pesquisa passou, portanto, a ser duplo, a partir daquele momento:

- a) aperfeiçoar, com base no primeiro ensaio realizado, uma ferramenta genérica ainda mais refinada, que pudéssemos aplicar na segunda fase do estudo comparativo, com um ano de diferença, para julgar tanto o aper-

---

<sup>1</sup>Ver, por exemplo, MACHADO, Elias. et al. **Indicadores de qualidade em websites jornalísticos** (Notas de um estudo de caso no [diario.com.br](http://diario.com.br)) Em: [http://www.lapjor.cce.ufsc.br/home/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=156:indicadores-de-qualidade-em-websites-jornalisticosnotas-de-um-estudo-de-caso-no-diariocombr&Itemid=22](http://www.lapjor.cce.ufsc.br/home/index.php?option=com_k2&view=item&id=156:indicadores-de-qualidade-em-websites-jornalisticosnotas-de-um-estudo-de-caso-no-diariocombr&Itemid=22)





feiçãoamento da metodologia, quanto as mudanças que eventualmente houvessem ocorrido nos cibermeios estudados;

- b) desenvolver, nos vários subgrupos de interesse dentro do Convênio, ferramentas especialmente voltadas para analisar - de maneira mais aprofundada - aspectos mais específicos dos cibermeios (Multimedialidade, Design, Uso de Blogs, Memória etc).

O Convênio foi renovado por mais dois anos (2009 e 2010). Em 2009, o Professor Koldo Meso (Universidad del País Vasco) substituiria o Professor Javier Diaz Noci, na coordenação da parte espanhola e, em janeiro de 2010, a Professora Graciela Natansohn (Universidade Federal da Bahia) substituiria o Professor Marcos Palacios na coordenação da parte brasileira.

Para ajustar definitivamente a ferramenta de análise geral, nesta fase final, achamos conveniente submeter sua revisão ao próprio autor de sua versão original, o Professor Lluís Codina (Universitat Pompeu Fabra). Passamos-lhe às mãos os questionários (original e modificado), junto com as explicações pertinentes sobre as decisões adotadas (veja-se o **Anexo 2**).

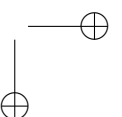
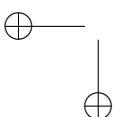
Em 2009, o Professor Lluís Codina produziu uma proposta simplificada, centrada exclusivamente em cibermeios, eliminando tudo que considerava supérfluo e esclarecendo algumas ambiguidades ainda existentes.

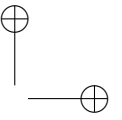
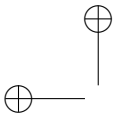
Chegava-se, assim, a uma ficha depurada (veja-se **Anexo 3**) que é a que atualmente propomos e que está reproduzida em português no **Capítulo II** desta coletânea.

Tal ferramenta de análise geral de qualidade mantém as três partes da versão original, se bem que consideravelmente adaptadas, como se pode ver no seguinte quadro:

#### I Conteúdo e acesso à informação

1. Acesso à informação: Navegação e Recuperação
  - Navegação global
  - Expressividade
  - Identificação
  - Trajeto sequencial
  - Navegação estrutural



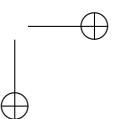
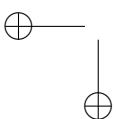


- Navegação constante
- Hierarquização
- Navegação local
- Navegação semântica
- Sistema de etiquetas
- Recuperação de informação
- Busca avançada
- Linguagem documental
- 2. Ergonomia
  - Facilidade
  - Flexibilidade
  - Claridade
  - Legibilidade
  - Recursos multimídia

## II. VISIBILIDADE

- 3. Luminosidade
  - Enlaces (links)
  - Contexto do enlace
  - Antecipação
  - Oportunidade
  - Qualidade dos enlaces externos
  - Atualização
  - Tratamento
- 4. Posicionamento
  - Metadatos
  - Dublin Core
  - Popularidade

## III. USABILIDADE





## 5. Adaptação

Adaptação

Redundância

Acesso

Política

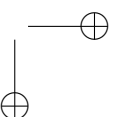
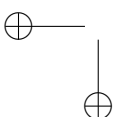
A seção que contém mais indicadores é a primeira, dedicada ao conteúdo e acesso à informação. Os indicadores se dividem nesta primeira parte em dois grupos: a navegação-recuperação de informação e a ergonomia, entendida como a comodidade e facilidade de utilização. Mediante estes indicadores, pretende-se verificar qual é a qualidade da navegação e da recuperação da informação, seja no que diz respeito à navegação global do sítio web, seja no que concerne à navegação estrutural ou semântica. Valoriza-se também o trajeto sequencial, a presença de elementos de identificação e a hierarquização.

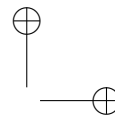
Os elementos estruturais (de arquitetura da informação) referentes à memória foram incluídos sob a epígrafe de busca avançada, linguagem documental e recuperação da informação. Quanto à ergonomia, os indicadores se referem à facilidade e flexibilidade nas ações do usuário (portanto, nos movimentos no nível de interface), a claridade do desenho e a legibilidade de fontes e tipografia utilizada.

Mantiveram-se alguns indicadores referentes ao uso de recursos multimídia; muitos outros, e os referentes ao uso de recursos de interatividade, resultaram redundantes com as ferramentas específicas de análise destas características e foram finalmente eliminados.

O segundo grande grupo de indicadores diz respeito à visibilidade do sítio web, tanto a luminosidade (enlaces que recebe e enlaces desde os quais dirige a outros sítios, e sua consistência e qualidade) e o posicionamento, referente sobretudo à utilização de metadatos para os buscadores. Nesta parte, tenta-se medir tanto a presença de metadatos (especialmente, os Dublin Core, pouco utilizados no jornalismo digital) como a popularidade do meio em diversos rankings e buscadores.

Por último, e claramente com menos indicadores – aqui se reduziu notavelmente a proporção dos originais – tenta-se medir a usabilidade, com quatro grupos de perguntas: a adaptação (possibilidade de que o usuário adapte o recurso a sua língua, necessidades etc.), a redundância, o acesso e a existência





de políticas de uso e normas de utilização presentes no meio. Toda esta parte, sem dúvida, necessita uma maior consolidação.

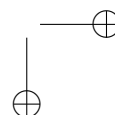
Paralelamente, cumprindo a decisão de aprofundamento e expansão do escopo de Análise de Qualidade, foram desenvolvidas e testadas, nos ciberdiários que constituem o *corpus* da pesquisa<sup>2</sup>, as ferramentas de caráter mais específico que integram os demais capítulos desta coletânea. Cada uma das ferramentas foi desenvolvida por um grupo de especialistas espanhóis e brasileiros do Convênio.

A despeito, portanto, de termos consciência das fragilidades ainda existentes e dos muitos desenvolvimentos e aperfeiçoamentos que ainda se fazem necessários, consideramos que colocar as ferramentas ao alcance dos possíveis usuários, através desta coletânea - juntamente com estas notas de pesquisa - justifica-se como uma contribuição útil e especialmente como um convite à crítica, ao diálogo e a uma colaboração mais ampla, nesta ainda incipente e sempre complexa tarefa de estabelecer parâmetros para a avaliação de qualidade dos ciberdiários.

O Convênio CAPES/DGU 140/07 encerrou-se em dezembro de 2010. Os laços acadêmicos e extra-acadêmicos forjados entre os participantes durante estes quatro anos extrapolam as possibilidades de uma avaliação racional; são agora parte de nosso presente e de nosso futuro.

---

<sup>2</sup>Uma coletânea com os resultados da aplicação das ferramentas aos 14 ciberdiários estudados será publicada como um segundo volume desta publicação.



## Anexo 1: Propuestas de Modificación de Cuestionario para Estudio Comparativo España-Brasil (Julio-Agosto de 2008)

### I. Contenido y Acceso a la Información

#### 1. Autoría/Fuente: Identificación y solvencia de la fuente

Pregunta original	Explicación y crítica	Pregunta modificada
¿La responsabilidad intelectual y/o los datos sobre la fuente del recurso está bien determinada?	Pregunta destinada a saber si el sitio web en su conjunto y las piezas que lo componen (sobre todo, textos informativos) mencionan fuente y autor	¿La responsabilidad intelectual y/o los datos sobre la fuente del recurso están bien determinados?
¿Hay una indicación detallada del staff de la publicación o sitio web: dirección, consejo de redacción, consejo asesor, etc.?	Destinada a saber si se refleja la composición del staff del medio. No tiene sentido preguntar por consejo de redacción y consejo asesor, que se refiere a revistas académicas.	¿Hay una indicación detallada del staff de la publicación o sitio web?
¿Hay información sobre la sede social de la institución responsable de la publicación de la web – nombre de la institución, dirección postal, teléfono, correo electrónico, etc.–?	Si la empresa, su domicilio y contactos están claramente especificados.	¿Hay información sobre la sede social de la institución responsable de la publicación de la web – nombre de la institución, dirección postal, teléfono, correo electrónico, etc.–?
¿Incluye contenidos de otros medios o sitios web?		¿Incluye contenidos de otros medios o sitios web?
¿Si incluye contenidos de otros medios o sitios web, son del mismo grupo editorial?		¿Si incluye contenidos de otros medios o sitios web, son del mismo grupo editorial?

¿Si incluye contenidos de otros medios o sitios web, sean o no del mismo grupo editorial, menciona correctamente el origen y autoría de los mismos?	A veces es difícil de detectar si no me menciona la procedencia	¿Si incluye contenidos de otros medios o sitios web, sean o no del mismo grupo editorial, menciona correctamente el origen y autoría de los mismos?
¿Presenta evidencias de tratarse de un organismo y/o equipo editorial solvente en relación al tema u objetivos de la publicación?	Es decir, ¿se trata de una empresa conocida, profesional y solvente, o de un sitio web amateur?	¿Presenta evidencias de tratarse de un organismo y/o equipo editorial solvente en relación al tema u objetivos de la publicación?
¿El medio objeto del análisis depende de o está relacionado con un portal u otro sitio web mayor?		¿El medio objeto del análisis depende de o está relacionado con un portal u otro sitio web mayor?
¿Hay posibilidad de enviar comunicaciones o mensajes al autor o a la institución responsable de la publicación recurso, bien para hacer aportaciones o para hacer llegar rectificaciones, quejas, peticiones de información adicional, etc.?	Podría desglosarse en más apartados, aunque se hace luego. No parece una pregunta oscura. Se trata de saber si es un medio que da la posibilidad al público de participar de alguna manera.	¿Hay posibilidad de enviar comunicaciones o mensajes al autor o a la institución responsable de la publicación, bien para hacer aportaciones o para hacer llegar rectificaciones, quejas, peticiones de información adicional, etc.?

## 2. Contenido: Calidad y cantidad de la información

Pregunta original	Explicación y crítica	Pregunta modificada
¿Está explicitado, o al menos puede deducirse con facilidad, el tema, los objetivos y el público de la web de forma fácil y muestran coherencia entre ellos?	La respuesta es normalmente que sí, aunque deja margen a la subjetividad.	¿Está explicitado, o al menos puede deducirse con facilidad, el tema, los objetivos y el público de la web de forma fácil y muestran coherencia entre ellos?

¿El tema de la publicación es intrínsecamente adecuado o valioso para el mundo de la educación, la investigación, la cultura o a la I+D o resulta trivial?	No procede	Eliminar
¿Proporciona información sobre un tema del que existe, en general, poca información en otros sitios, o bien hay algún aspecto en su forma de presentación, su punto de vista, idioma, calidad, etc., que no suele encontrarse en otras publicaciones?	Parece pensado más bien para publicaciones científicas. En nuestro caso, la respuesta será siempre sí.	Eliminar
¿Se detalla en algún apartado la política editorial de la publicación? ¿Se trata de una publicación tipo peer review? ¿Presenta indicaciones sobre la forma en la cual los autores pueden proponer y enviar artículos a la publicación?	Se trata de tres preguntas. Las dos últimas se refieren a publicaciones científicas, se sugiere eliminarlas. Quizá la tercera pueda mantenerse de otra manera, referida a las normas para escribir y enviar cartas al director, participación en foros u otras colaboraciones del público.	¿Se detalla en algún apartado la política editorial de la publicación? ¿Presenta indicaciones sobre la forma en la cual los autores pueden proponer y enviar artículos a la publicación?
¿Contiene la web un volumen adecuado o suficiente de información en relación al tema y, en concreto, ofrece más información que la versión impresa?	Tiene sentido la segunda parte de la pregunta: ¿Ofrece más información que la versión impresa? Las respuestas son siempre relativas, y se refieren más bien a estadios anteriores del periodismo digital (shovelware o volcado de contenidos).	Eliminar la pregunta
¿Contiene evidencias o indicios de que la información ha tenido un tratamiento adecuado a la naturaleza y los objetivos del recurso?	Subjetivo. En todo caso, puede dejarse.	¿Contiene evidencias o indicios de que la información ha tenido un tratamiento adecuado a la naturaleza y los objetivos del recurso?

¿Se citan fuentes, se ofrecen datos complementarios, se facilitan datos numéricos o datos factuales?		¿Se citan fuentes, se ofrecen datos complementarios, se facilitan datos numéricos o datos factuales?
¿Se ofrecen razonamientos basados en inferencias plausibles o, por el contrario, solo hay opinión sin ningún tipo de apoyo ni de razonamiento, etc.?	No procede	Eliminar
¿los textos están redactados manteniendo uniformidad de estilo, de registro, etc.?		¿los textos están redactados manteniendo uniformidad de estilo, de registro, etc.?
¿aparecen errores ortográficos a menudo?	Debería plantearse al revés para poder responder 0/1	¿La publicación está libre de errores ortográficos? (0=tiene errores ortográficos numerosos; 1= no tiene errores ortográficos)
¿los gráficos tienen títulos, las imágenes tienen pie, las tablas tienen fechas, etc.?		¿los gráficos tienen títulos, las imágenes tienen pie, las tablas tienen fechas, etc.?
¿Se actualiza el diario al menos una vez al día, es decir, con más frecuencia que la versión impresa?1	Como ya se dijo en su día, es conveniente establecer un porcentaje de actualización de noticias de portada o <i>front-page</i> diarias: cuántos ítems informativos sufren modificaciones a lo largo del día y cuántas modificaciones sufre la portada en su conjunto.	¿Se actualiza el diario con más frecuencia que la versión impresa? 1. No se actualiza. 2. Una vez al día 3. Más de una vez al día, con una periodicidad establecida. 4. Más de una vez al día, en función de las necesidades informativas
¿Contiene fotografías?		¿Contiene fotografías?
¿Contiene sonidos?		¿Contiene sonidos?
¿Contiene videos?		¿Contiene videos?
¿Contiene infográficos en Flash?		¿Contiene infográficos en Flash?
¿Contiene infográficos dinámicos?		¿Contiene infográficos dinámicos?
¿Contiene videojuegos?		¿Contiene videojuegos?
¿Contiene programas autoejecutables (applets Java...)?		¿Contiene programas autoejecutables (applets Java...)?



¿Contiene gráficos animados?		¿Contiene gráficos animados?
¿Contiene encuestas?		¿Contiene encuestas?
¿Contiene foros?		¿Contiene foros?
¿Contiene <i>chats</i> ?		¿Contiene <i>chats</i> ?
¿Contiene blogs de autor (periodistas o invitados del medio)?		¿Contiene blogs de autor (periodistas o invitados del medio)?
¿Contiene blogs de usuarios?		¿Contiene blogs de usuarios?
¿Ofrece el medio la posibilidad de crear y participar en blogs temáticos?		¿Ofrece el medio la posibilidad de crear y participar en blogs temáticos?
¿Contiene la posibilidad de comentar las noticias?		¿Contiene la posibilidad de comentar las noticias?
¿ Ofrece el medio la posibilidad de reenviar o recomendar noticias a otras personas?		¿ Ofrece el medio la posibilidad de reenviar o recomendar noticias a otras personas?
¿ Ofrece el medio la posibilidad al usuario de enviar textos y noticias al medio?		¿ Ofrece el medio la posibilidad al usuario de enviar textos y noticias al medio?
¿ Ofrece el medio la posibilidad al usuario de enviar fotos y videos al medio?		¿ Ofrece el medio la posibilidad al usuario de enviar fotos y videos al medio?
¿Ofrece el medio la posibilidad al usuario de crear comunidades con otros usuarios (wiki, etc.)?		¿Ofrece el medio la posibilidad al usuario de crear comunidades con otros usuarios (wiki, etc.)?
¿Ofrece el medio la posibilidad de crear perfiles o páginas personales a los usuarios?		¿Ofrece el medio la posibilidad de crear perfiles o páginas personales a los usuarios?
¿Facilita el medio una cuenta de correo electrónico a los usuarios?		¿Facilita el medio una cuenta de correo electrónico a los usuarios?
¿Es posible que los usuarios incluyan <i>tags</i> en las noticias del medio?		¿Es posible que los usuarios incluyan <i>tags</i> en las noticias del medio?
¿Ofrece el medio al usuario la posibilidad de crear su propio avatar?		¿Ofrece el medio al usuario la posibilidad de crear su propio avatar?

¿Ofrece el medio la posibilidad de recibir titulares por correo electrónico?		¿Ofrece el medio la posibilidad de recibir titulares por correo electrónico?
¿Ofrece el medio la posibilidad de recibir alertas por correo electrónico?		¿Ofrece el medio la posibilidad de recibir alertas por correo electrónico?
¿Ofrece el medio la posibilidad de titulares por el teléfono móvil?		¿Ofrece el medio la posibilidad de titulares por el teléfono móvil?
¿Ofrece el medio la posibilidad de recibir alertas por el teléfono móvil?		¿Ofrece el medio la posibilidad de recibir alertas por el teléfono móvi?
¿Ofrece el medio una edición para PDA?		¿Ofrece el medio una edición para PDA?
¿Ofrece el medio una edición para videoconsolas (PS/2, etc.)?		¿Ofrece el medio una edición para videoconsolas (PS/2, etc.)?
¿Ofrece el medio una edición para comunidades virtuales (Twitter, Facebook...)?		¿Ofrece el medio una edición para comunidades virtuales (Twitter, Facebook...)?
¿Ofrece el medio sindicación de contenidos (RSS...)?		¿Ofrece el medio sindicación de contenidos (RSS...)?
¿Ofrece el medio versiones imprimibles de la noticia?		¿Ofrece el medio versiones imprimibles de la noticia?
¿Ofrece el medio versión de sus contenidos también en pdf (estáticos)?		¿Ofrece el medio versión de sus contenidos también en pdf (estáticos)?
¿Ofrece el medio una versión navegable en pdf?		¿Ofrece el medio una versión navegable en pdf?
¿Es posible consultar ejemplares atrasados semanales?		¿Es posible consultar ejemplares atrasados semanales?
¿Existe una hemeroteca histórica?		¿Existe una hemeroteca histórica?

¿Existe alguna limitación a ese acceso, por ser un servicio de pago?	No queda claro si la respuesta debe ser 0 o 1. Si hay limitación, debe recibir puntuación negativa (0)	¿Existe alguna limitación a ese acceso, por ser un servicio de pago? 0=Servicio de pago 1=Servicio gratuito
¿Existe alguna limitación a ese acceso, porque necesita registrarse?	No queda claro si la respuesta debe ser 0 o 1. Si hay registro, debe recibir puntuación negativa (0)	¿Existe alguna limitación a ese acceso, porque necesita registrarse? 0=Hay registro 1=No hay registro
¿Además de los contenidos informativos, ofrece el sitio web algún tipo de recursos de comercio electrónico?		¿Además de los contenidos informativos, ofrece el sitio web algún tipo de recursos de comercio electrónico?

Buena parte de estas preguntas pueden (y probablemente deberían) ser completadas con indicaciones del investigador.

### 3. Acceso a la información: Navegación y Recuperación

Pregunta original	Explicación y crítica	Pregunta modificada
¿Dispone la publicación de un sumario general que proporcione información sobre las opciones principales del sitio?	Podría entenderse como tal la estructura de secciones	¿Dispone la publicación de una estructura de secciones en la página inicial que proporcione información sobre las opciones principales del sitio?

¿El sumario principal presenta un número limitado de opciones unitarias -o de conjuntos de opciones bien agrupadas- de manera que pueden tenerse a la vista las opciones principales sin necesidad de efectuar desplazamientos con el cursor?	Referido a la estructura de secciones, podría plantearse como un sistema de menú con opciones claras y no repetidas	¿La estructura de secciones o menú principal presenta un número limitado de opciones unitarias -o de conjuntos de opciones bien agrupadas- de manera que pueden tenerse a la vista las opciones principales sin necesidad de efectuar desplazamientos con el cursor? Se entiende por tal, por ejemplo, un menú desplegable con opciones limitadas y no repetidas.
¿Con o sin desplazamiento, el número total de opciones del sumario principal se mantiene en torno a unas pocas unidades -caso ideal- o unas pocas decenas o bien se acerca e incluso supera el medio centenar -caso peor-?	Redacción confusa	¿El número total de opciones del menú principal se mantiene en torno a unas pocas unidades, es decir, no tiene más de diez secciones y en cada una de ella, no más de diez subsecciones?
¿Contiene cada página o sección de la publicación un título, un autor (si procede) y una fecha de actualización (si procede)?	Se refiere a la barra de estado	¿Contiene cada página o sección de la publicación un título, un autor (si procede) y una fecha de actualización (si procede)?
¿Es posible seguir la estructura de contenidos de forma secuencial?	Pregunta confusa. Para responderla, sería mejor plantear un análisis de la estructura hipertextual	Eliminar
¿Dispone el sitio web de un mapa?		¿Dispone el sitio web de un mapa?
¿Es posible acceder directamente a cualquier sección importante de la publicación sin necesidad de pasar por las secciones previas?	Las tres preguntas siguientes se pueden reducir a una sola	¿Es posible acceder directamente a cualquier sección importante de la publicación sin necesidad de pasar por las secciones previas?
¿La estructura de secciones de la publicación es clara y está adecuadamente soportada en la navegación?		Eliminar

¿Se puede acceder a cualquier lugar de la web desde cualquier otro lugar, mediante un pequeño número de elecciones -o lo que es lo mismo, mediante un pequeño número de clics relativamente pequeño, 5 clics o menos?		Eliminar
¿Existe, al menos una parte de la navegación en el sitio que sea constante, es decir, que se mantenga igual en todas las secciones del sitio?	Mejorar la redacción de la pregunta	¿Se repite al menos en lo fundamental el menú de secciones en todas las páginas del sitio web, de manera que se asegure una navegación constante?
¿Proporciona orientaciones de contexto que responda a preguntas del estilo ¿dónde estoy?, ¿estoy al principio, en medio o final de algo de qué extensión?	No procede	Eliminar
¿Existe evidencias de que los contenidos de la web han sido jerarquizados de acuerdo a su importancia relativa en la portada?	Podría mejorarse su redacción, e incluso desdoblarse en dos.	¿Existe evidencias de que los contenidos de la web han sido jerarquizados de acuerdo a importancia en la portada? Especificar si se trata de criterios informativos, o de acuerdo a su actualidad temporal.
¿Existe evidencias de que los contenidos de la web han sido jerarquizados de acuerdo a su importancia relativa en cada una de las secciones?		¿Existe evidencias de que los contenidos de la web han sido jerarquizados de acuerdo a su importancia relativa en cada una de las secciones?
¿Ofrece el medio a los usuarios la posibilidad de jerarquizar las noticias?		¿Ofrece el medio a los usuarios la posibilidad de jerarquizar las noticias?
¿Ofrece el medio uno o varios ranking de noticias (en función de ser las más leídas, las más comentadas, etc.)?		¿Ofrece el medio uno o varios ranking de noticias (en función de ser las más leídas, las más comentadas, etc.)?

¿Contienen las secciones de la publicación menús o sumarios locales que nos ayuden a conocer con detalle su contenido temático y acceder a cualquiera de sus partes con un número mínimo de clics?	Repetida	Eliminar
¿Contiene índices temáticos?	No procede	Eliminar
¿Contiene índices cronológicos?	No procede	Eliminar
¿Contiene índices geográficos?	No procede	Eliminar
¿Contiene índices onomásticos?	No procede	Eliminar
¿Existe navegación semántica, es decir, existen enlaces que sirven para relacionar secciones o ítems que mantienen entre ellos alguna clase de asociación (aparte de la vinculación jerárquica): semejanza, causa/efecto, definiens/definiendum, texto/nota de aclaración, cita/referencia, explicación/ejemplo, etc.?	No procede	Eliminar
Las etiquetas textuales –o los iconos, en su caso– de las opciones de menú, (1) ¿son ambiguos?	No procede	Eliminar
(2) ¿son autoexcluyentes o se solapan entre ellos?	No procede	Eliminar
(3) ¿es consistente el sistema de etiquetas o se designan las mismas cosas con distintos nombres o bien se utilizan diversas convenciones para las mismas funciones?	No procede	Eliminar

¿Posee un sistema de acceso a la información mediante búsqueda por palabras dentro del sitio?		¿Posee un sistema de acceso a la información mediante búsqueda por palabras dentro del sitio?
¿Posee un sistema de acceso a la información mediante búsqueda por palabras fuera del propio medio?		¿Posee un sistema de acceso a la información mediante búsqueda por palabras fuera del propio medio?
¿Permite algún tipo de búsqueda avanzada mediante búsqueda por campos, operadores booleanos, , etc...?		¿Permite algún tipo de búsqueda avanzada mediante búsqueda por campos, operadores booleanos, , etc...?
¿Contiene un sistema de búsqueda basada en alguna forma de lenguaje o de tratamiento documental: sistema de clasificación, ontología, descriptores, tesauruso...?	De difícil respuesta	¿?

#### 4. Ergonomía: Comodidad y facilidad de utilización

Pregunta original	Explicación y crítica	Pregunta modificada
¿Las acciones aparentemente más frecuentes son las más accesibles o, por el contrario, requieren de diversas acciones, desplazamientos, numerosos clics, etc.?		¿Eliminarla?

¿Se pueden realizar las mismas acciones de distintas formas?		¿Se pueden realizar las mismas acciones de distintas formas, es decir, se puede acceder a las mismas noticias de formas y lugares diversos, o se obliga a pasar por determinados lugares, p.e., secciones?
¿Hay una buena relación figura/fondo en la web, es decir, hay un contraste adecuado entre texto y fondo?	Subjetiva. Para determinarla, es mejor aplicar otra tabla de color, tipografía e imagen de página de inicio	
¿Entre ilustraciones y texto?	Subjetiva Para determinarla, es mejor aplicar otra tabla de color, tipografía e imagen de página de inicio	
¿Entre ilustraciones y fondo?	Subjetiva Para determinarla, es mejor aplicar otra tabla de color, tipografía e imagen de página de inicio	
¿La tipografía empleada: familia de letra y tamaño para los textos es adecuada para una buena legibilidad? <sup>4</sup>	Se suele considerar que por debajo del cuerpo 10 para textos la legibilidad no es buena	¿La tipografía empleada y el tamaño para los textos es adecuada para una buena legibilidad, es decir, es mayor que el cuerpo 10?
¿Las líneas de texto ocupan toda la anchura de la pantalla?		¿Las líneas de texto ocupan toda la anchura de la pantalla?
¿Hay pocos espacios blancos -lo cual provoca mala legibilidad y fatiga visual-, por el contrario el texto deja márgenes amplios a los lados y hay espacios en blanco entre los párrafos de texto?		¿Hay pocos espacios blancos -lo cual provoca mala legibilidad y fatiga visual-, por el contrario el texto deja márgenes amplios a los lados y hay espacios en blanco entre los párrafos de texto?
¿Existe la posibilidad de modificar los colores, tipografía, tamaño de letra...?		¿Existe la posibilidad de modificar los colores, tipografía, tamaño de letra...?



¿Las imágenes o los sonidos, si las hay, complementan la información textual y son necesarias para la exposición del tema tratado o entorpecen la lectura del texto o, al revés, el texto entorpece la lectura de las imágenes y del sonido?	Subjetivo	¿Eliminar?
¿La velocidad de descarga de las páginas es suficiente, o bien la tecnología utilizada o el tamaño de las imágenes hacen difícil y lenta la descarga de las páginas teniendo en cuenta los objetivos del recurso y el público destinatario?	Especificar más la pregunta. Podría desdoblarse	¿La velocidad de descarga de las páginas es igual o superior a 15 segundos en un ordenador conectado a la red local de una universidad? ¿La velocidad de descarga de las páginas es igual o superior a 15 segundos en un ordenador conectado a una red inalámbrica?

Pregunta original	Explicación y crítica	Pregunta modificada
¿Posee enlaces a recursos externos?		¿Posee enlaces a recursos externos?
¿Aparecen los enlaces a fuentes externas en el contexto oportuno y favorecen así el aprovechamiento del material?	Subjetiva	¿Eliminar?

Si el recurso utiliza enlaces incrustados en el contenido de la publicación, ¿están identificados de manera adecuada de forma que anticipen al lector el resultado de activar el enlace y, en todo caso, es evidente para el lector que si activa el enlace abandona el artículo o sección que está leyendo de la publicación?	Sustituir	¿Contiene enlaces internos a noticias relacionadas?
¿El número y la naturaleza de los enlaces es adecuado a las características del recurso o, por el contrario es escaso, excesivo o injustificado?	Subjetivo. Para llegar a una respuesta válida, varios investigadores tendrían que analizar el mismo medio.	¿Mantener?
¿Presenta indicios de que los enlaces han sido seleccionados y evaluados siguiendo algún criterio claro de calidad intrínseca de los recursos enlazados?	Subjetivo. Para llegar a una respuesta válida, varios investigadores tendrían que analizar el mismo medio.	¿Mantener?
¿Están actualizados los enlaces del recurso considerado o, por el contrario, hay abundancia relativa de enlaces obsoletos o "rotos"?	Es decir, enlaces que no funcionan o que llevan a destinos ya desaparecidos	¿Están actualizados los enlaces del recurso considerado o, por el contrario, hay abundancia relativa de enlaces obsoletos o "rotos"?
En el caso de presentar los enlaces externos en una sección bien diferenciada, ¿propone una simple lista de títulos de sedes web o, por el contrario, se presenta alguna clase de información de valor añadido sobre ellas?		En el caso de presentar los enlaces externos en una sección bien diferenciada, ¿propone una simple lista de títulos de sedes web o, por el contrario, se presenta alguna clase de información de valor añadido sobre ellas?

## 5. Ubicuidad

Pregunta original	Explicación y crítica	Pregunta modificada
De hecho, ¿tiene título? Es frecuente encontrar publicaciones digitales sin título en el código fuente (etiqueta <title>)		De hecho, ¿tiene título? Es frecuente encontrar publicaciones digitales sin título en el código fuente (etiqueta <title>)
¿El título de la publicación que aparece en la barra del navegador superior es informativo?		¿El título de la publicación que aparece en la barra del navegador superior es informativo?
¿El título de la barra del navegador es adecuado, es informativo?	Repetida	Eliminar
¿Tienen un título propio las diferentes secciones?		¿Tienen un título propio las diferentes secciones?
¿Los primeros párrafos o elementos del recurso contienen información en formato textual donde se haga explícito el contenido del recurso o existen otras indicaciones que informan claramente sobre el contenido o el propósito de la publicación?	Quizá debería estar en la primera sección, editorial	¿Los primeros párrafos o elementos del recurso contienen información en formato textual donde se haga explícito el contenido del recurso o existen otras indicaciones que informan claramente sobre el contenido o el propósito de la publicación?
¿El elemento head de la web contiene al menos algunas etiquetas de meta datos básicas como <author>, <keywords> y <description>?	Puede saberse mostrando la página como html	¿El elemento head de la web contiene al menos algunas etiquetas de meta datos básicas como <author>, <keywords> y <description>?
¿El elemento head contiene un sistema avanzado de meta datos, como Dublin Core?		¿El elemento head contiene un sistema avanzado de meta datos, como Dublin Core?

¿Es un enlace muy citado? ¿Hay otras páginas web que contengan enlaces al recurso considerado y, en todo caso, cuántas son?	Posición relativa entre todas las webs evaluadas por país. Hacer constar el número de links en Google: link: url del medio.	¿Es un enlace muy citado? ¿Hay otras páginas web que contengan enlaces al recurso considerado y, en todo caso, cuántas son? Del 1 al 7
--	---	--

## II. USABILIDAD

### 7. Procesos

Pregunta original	Explicación y crítica	Pregunta modificada
¿Existen indicaciones del estado de la acción o de la transacción que se está llevando a cabo?	No procede	Eliminar
¿Utiliza la sede web un lenguaje y un rotulado de iconos transparente y en lenguaje natural y sigue las convenciones más habituales en el manejo de las acciones o transacciones en cada caso o es poco comprensible para usuarios no habituales?	Confusa	Eliminar

## 8. Errores

Pregunta original	Explicación y crítica	Pregunta modificada
¿En determinados puntos de la transacción o acción es posible deshacer ésta de manera fácil?	Pensado para sitios comerciales. Sólo se debería mantener si nos interesa conocer el funcionamiento del comercio electrónico	¿Eliminar?
En caso de error, ¿el mensaje del sistema es inteligible o utiliza un argot incomprensible?		Eliminar
En caso de error del usuario, ¿se ha procurado minimizar las consecuencias?		Eliminar

## 9. Adaptación

Pregunta original	Explicación y crítica	Pregunta modificada
¿Pueden los usuarios de la web adaptarla a sus necesidades, lengua, contexto o intereses personales?	¿Valdría la pena mantenerla, o especificar más? Tal vez es relevante en caso de publicaciones de comunidades bilingües (España)	¿Pueden los usuarios de la web adaptarla a sus necesidades, lengua, contexto o intereses personales?
¿Respetar el sitio web las especificaciones del W3 para acceso de personas con discapacidad?		¿Respetar el sitio web las especificaciones del W3 para acceso de personas con discapacidad?

¿Se pueden realizar las acciones más habituales de distintas formas o se puede acceder a las principales secciones por diversas vías?	Redundante	Eliminar o unificar
¿Las acciones más habituales están presentes en la primera sección de la web y sin necesidad de realizar <i>scrolls</i> o, por el contrario, requieren de diversos clics?	¿Procede?	¿Eliminar?
¿Exige el sitio web alguna forma de identificación del usuario o de registro para acceder al mismo?		¿Exige el sitio web alguna forma de identificación del usuario o de registro para acceder al mismo?
¿Hay una sección dedicada a exponer las normas y la política de la institución editora, por ejemplo, respecto a la forma de suscripción, si es el caso, normas de uso, envío de rectificaciones, disclaimers, etc.?		¿Hay una sección dedicada a exponer las normas y la política de la institución editora, por ejemplo, respecto a la forma de suscripción, si es el caso, normas de uso, envío de rectificaciones, disclaimers, etc.?



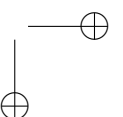
## Anexo 2: Última Revisión de la Ficha, con Indicación de las Modificaciones Propuestas

<b>Evaluador:</b>	
-------------------	--

<b>Medio:</b>	
<b>URL:</b>	http://...
<b>Fecha:</b>	Todos en la misma fecha.
<b>Hora:</b>	Se recomendaba hacer la evaluación en dos momentos diferentes del día. Se recomendaba entre las 9 y las 10 de la mañana (siempre hora local del medio analizado, que coincidía con la ciudad de residencia del evaluador) y entre las 20 y las 22 horas.

<b>Evaluación total:</b>	
--------------------------	--

Lo que se evalúa es TODO el sitio web.



## I. CONTENIDO Y ACCESO A LA INFORMACIÓN

### 1. Autoría/Fuente: Identificación y solvencia de la fuente

<b>1.1. Autoría</b>	
¿La responsabilidad editorial y/o los datos sobre la fuente del recurso está bien determinada?	
¿Hay una indicación detallada del staff de la publicación o sitio web?	
¿Hay información sobre la sede social de la institución responsable de la publicación de la web – nombre de la institución, dirección postal, teléfono, correo electrónico, etc.–?	
¿Incluye contenidos de otros medios o sitios web? (*)	
¿Si incluye contenidos de otros medios o sitios web, son del mismo grupo editorial? (*)	
¿Si incluye contenidos de otros medios o sitios web, sean o no del mismo grupo editorial, menciona correctamente el origen y autoría de los mismos? (*)	
¿En el caso de que el contenido remita a enlaces externos, queda claro cuál el sitio web de destino? (*)	
Total:	

(\*) Indicadores añadidos al original.

<b>1.2. Adecuación</b>	
[Se eliminó la pregunta original y se sustituyó por otra] ¿El medio objeto del análisis depende de o está relacionado con un portal u otro sitio web mayor?	
Total:	



<b>1.3. Comunicación</b>	
¿Hay posibilidad de enviar comunicaciones o mensajes al autor de las informaciones, bien para hacer aportaciones o para hacer llegar rectificaciones, quejas, peticiones de información adicional, etc.?	
[Se añadieron dos preguntas más] ¿Hay posibilidad de enviar comunicaciones o mensajes a la institución responsable, bien para hacer aportaciones o para hacer llegar rectificaciones, quejas, peticiones de información adicional, etc.?	
¿El cibermedio ofrece la posibilidad de enviar comunicaciones al Ombudsman o Defensor del Lector?	
Total:	

[Se pasó el siguiente apartado de la sección de contenido]

<b>1.4. Política editorial</b>	
¿Hay una sección dedicada a exponer las normas y la política de la institución editora, por ejemplo, respecto a la forma de suscripción, si es el caso, normas de uso, envío de rectificaciones, disclaimers, etc.?	
¿El medio hace públicas sus normas de privacidad?	
¿El medio hace pública su política de derechos de propiedad intelectual e industrial?	
Total:	

<b>Evaluación total de autoría:</b>	
-------------------------------------	--

## 2. Contenido: Calidad y cantidad de la información

[Se suprimió el apartado 2.1.: Tema, público y contenidos, y la pregunta]

¿Está explicitado, o al menos puede deducirse con facilidad, el tema, los objetivos y el público de la web de forma fácil y muestran coherencia entre ellos?

[Porque la respuesta era, en el caso de los ciberdiarios, sistemáticamente sí]

El apartado 2.2., interés intrínseco, y la pregunta ¿El tema de la publicación es intrínsecamente adecuado o valioso para el mundo de la educación, la investigación, la cultura o a la I+D o resulta trivial? Se suprimieron por entender que no era procedente y sí de aplicación a otro tipo de publicaciones, p.e. académicas.

Se suprimió el apartado 2.3., Originalidad/oportunidad, porque se consideraba que era una pregunta demasiado abierta y de respuesta subjetiva, y que todos los cybermedios proporciona información sobre un tema del que existe, en general, poca información en otros sitios, o bien hay algún aspecto en su forma de presentación, su punto de vista, idioma, calidad, etc., que no suele encontrarse en otras publicaciones.

Por la misma razón se suprimió el apartado 2.3., “Rigor”, y las tres preguntas que lo componían

<b>2.2. Cantidad</b>	
¿Contiene la web acceso, además de los contenidos online, a la versión impresa?	
¿En caso positivo, es de acceso libre, o de pago? (*)	
Total:	

(\*) Indicador añadido

Se suprimieron las preguntas originales ¿los textos están redactados manteniendo uniformidad de estilo, de registro, etc.? Y ¿aparecen errores ortográficos a menudo? Porque era difícil de determinar, los evaluadores necesitaban criterios numéricos o porcentuales más definidos. Por otra parte, un sitio web

de un diario es lo suficientemente grande como para que resulte muy difícil rastrearlo todo.

<b>2.3. Edición</b>	
¿Los gráficos tienen títulos, las imágenes tienen pie, las tablas tienen fechas, etc.?	
¿Existe una sección de fe de erratas o corrección de errores por parte del editor del medio (por ejemplo, la sección “Erramos” de la Folha de São Paulo)? (*)	
Total:	

(\*) Indicador añadido

<b>2.4. Recursos de personalización (*)</b>	
¿Ofrece la posibilidad de registro de usuarios? Se trata de un registro que el medio solicita en lugar del pago para acceder a cualquier parte del medio (p.e., NYT)	
El registro es gratuito o de pago?	
El sitio web posee áreas de uso exclusivo para los usuarios registrados?	
El usuario puede crear una página personalizada con el contenido del medio?	
El usuario puede jerarquizar las noticias en alguna área específica del sitio web?	
Existe la posibilidad de modificar los recursos visuales y gráfico como color, fuente, tipografía, diseño, etc.?	
Total:	

(\*) Toda esta sección y sus indicadores fueron añadidos

<b>2.5. Actualización</b>	
[Se substituyó la pregunta original por esta otra: ¿Se actualiza el diario al menos una vez al día?] ¿Se produjeron actualizaciones en la portada del medio analizado entre los horarios de las dos muestras? (9 horas-20 horas, siempre hora local)	
Total:	

<b>2.6. Recursos multimedia</b>	
¿Contiene fotografías?	
¿Contiene sonidos?	
¿Contiene videos? (*)	
¿Contiene infográficos animados? (*)	
¿Contiene infográficos dinámicos, basados en base de datos, que permitan la entrada de datos por parte de los usuarios? (*)	
¿Contiene videojuegos? (*)	
¿Contiene programas autoejecutables (applets Java...)? (*)	
¿Contiene gráficos animados? [Se pasó esta pregunta del apartado "Recursos interactivos a este]	
Contiene galerías fotográficas? (*)	
Contiene podcast o archivos en formato mp3? (*)	
Contiene áreas con mashups de contenido y localización? (*)	
Total:	

(\*) Indicador añadido

<b>2.7. Recursos interactivos [se añadió: y participativos]</b>	
¿Contiene encuestas? (*)	
¿Contiene foros?	
¿Contiene chats?	
¿Contiene blogs de autor (periodistas o invitados del medio)? (*)	
¿Contiene blogs de usuarios? (*)	
¿Ofrece el medio la posibilidad de crear y participar en blogs temáticos? (*)	
¿Contiene la posibilidad de comentar las noticias? (*)	
¿ Ofrece el medio la posibilidad de reenviar o recomendar noticias a otras personas? (*)	
¿ Ofrece el medio la posibilidad al usuario de enviar textos y noticias al medio? (*)	
¿ Ofrece el medio la posibilidad al usuario de enviar fotos y videos al medio? (*)	

¿Ofrece el medio la posibilidad al usuario de crear comunidades con otros usuarios (wiki, etc.)? (*)	
¿Facilita el medio una cuenta de correo electrónico a los usuarios? (*)	
¿Es posible que los usuarios incluyan tags en las noticias del medio? (*)	
¿Contiene permalinks y trackbacks a blogs externos a partir de noticias del medio analizado? (*)	
Existe la figura del moderador y filtro de comentarios? PUEDE HACERSE UN TEST PARA VER SI EXISTE ESTA FIGURA, ENVIANDO UN COMENTARIO Y VERIFICANDO QUÉ SUCEDE (*)	
La moderación y/o el filtro de contenidos se produce después de que se publique el comentario? (*)	
Es posible categorizar las noticias y otros contenidos del sitio web analizado en <i>social bookmarks</i> (Digg, Slashdot, etc.) (*)	
Total:	

(\*) Indicador añadido

<b>2.8. Multisoporte (*)</b>	
¿Ofrece el medio la posibilidad de recibir titulares por correo electrónico?	
¿Ofrece el medio la posibilidad de recibir alertas por correo electrónico?	
¿Ofrece el medio la posibilidad de titulares por el teléfono móvil?	
¿Ofrece el medio la posibilidad de recibir alertas por el teléfono móvil?	
¿Ofrece el medio una edición para PDA?	
¿Ofrece el medio una edición para videoconsolas (PS/2, etc.)?	
¿Ofrece el medio una edición para comunidades virtuales (Twitter, Facebook...)?	
¿Ofrece el medio sindicación de contenidos (RSS...)?	
¿Ofrece el medio versiones imprimibles de la noticia?	

¿Ofrece el medio una versión en pdf de la edición impresa?	
Total:	

(\*) Toda esta sección y sus indicadores fueron añadidos

<b>2.9. Archivo</b>	
¿Es posible consultar ejemplares atrasados semanales?	
¿Existe una hemeroteca histórica?	
¿Existe alguna limitación a ese acceso, por ser un servicio de pago? 0=Servicio de pago, 1=Servicio gratuito	
¿Existe alguna limitación a ese acceso, porque necesita registrarse? 0=Hay registro, 1=No hay registro (*)	
Los ítems del archivo se incorporan como contenido relacionado de las noticias disponibles en el medio analizado? (*)	
Total:	

(\*) Indicador añadido

<b>2.10. Contenidos comerciales (*)</b>	
¿Además de los contenidos informativos, ofrece el sitio web algún tipo de recursos de comercio electrónico?	
Total:	1

(\*) Toda esta sección y sus indicadores fueron añadidos

<b>Evaluación total de contenidos:</b>	
--	--



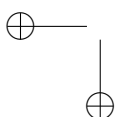
### 3. Acceso a la información: Navegación y Recuperación

<b>3.1. Sumario</b>	
¿Dispone la publicación de una estructura o menú de secciones en la página inicial que proporcione información sobre las opciones principales del sitio?	
Total:	

<b>3.2. Expresividad</b>	
[Se sustituyeron las dos preguntas originales por esta única pregunta] ¿El número total de opciones del menú principal se mantiene en torno a unas pocas unidades, es decir, no tiene más de diez secciones y en cada una de ella, no más de diez subsecciones, hasta un segundo nivel?	
Total:	

<b>3.3. Identificación</b>	
¿Contiene cada página o sección de la publicación en la barra de estado (la primera barra superior del browser) un título, un autor (si procede) y una fecha de actualización (si procede)?	
Total:	

<b>3.4. Recorrido secuencial</b>	
¿Dispone el sitio web de un mapa? [Se eliminó la pregunta ¿Es posible seguir la estructura de contenidos de forma secuencial?]	
Total:	



<b>3.5. Navegación estructural</b>	
¿Es posible acceder directamente a cualquier sección importante de la publicación sin necesidad de pasar por las secciones previas, es decir, existen atajos para los contenidos principales del sitio web? [Se eliminaron las otras dos preguntas de este apartado]	
Total:	

<b>3.6. Orientación/Navegación constante</b>	
¿Se repite al menos en lo fundamental el menú de secciones en todas las páginas del sitio web, de manera que se asegura una navegación constante? [Pregunta reformulada]	
¿La estructura de hipertexto permite que de cualquier punto (lexia) se pueda navegar a cualquier otro (lexia) de ese texto? (*)	
Total:	

(\*) Indicador añadido

<b>3.7. Jerarquización</b>	
¿Existe evidencias de que los contenidos de la web han sido jerarquizados de acuerdo a su importancia relativa en la portada?	
¿Existe evidencias de que los contenidos de la web han sido jerarquizados de acuerdo a su importancia relativa en cada una de las secciones?	
¿Ofrece el medio uno o varios ranking de noticias (en función de ser las más leídas, las más comentadas, etc.)? (*)	
Total:	

(\*) Indicador añadido

[Eliminados los apartados “Sumarios locales” (en desuso en el periodismo digital a partir de 2007), “Índices” (más apropiado para publicaciones académicas) y “Navegación semántica”, que entendíamos no existía en los diarios digitales, fue una de las dudas a preguntar especialmente a Lluís Codina para su resolución]



<b>3.8. Sistema de etiquetas</b>	
¿Los medios estudiados utilizan sistemas de palabras clave al final o asociadas a cada noticia, como en los blogs? [Se eliminaron las otras preguntas por entender que no eran de aplicación en diarios digitales]	
Total:	

<b>3.9. Recuperación de información</b>	
¿Posee un sistema de acceso a la información mediante búsqueda por palabras dentro del sitio?	
¿Posee un sistema de acceso a la información mediante búsqueda por palabras fuera del propio medio (p.e., Google)? (*)	
Total:	

(\*) Indicador añadido

<b>3.10. Búsqueda avanzada</b>	
¿Permite algún tipo de búsqueda avanzada mediante búsqueda por campos, operadores booleanos, , etc... dentro del sitio (sin recurrir a los servicios de Google, p.e.)?	
Total:	

<b>Evaluación total de acceso a navegación:</b>	
---	--

#### 4. Ergonomía: Comodidad y facilidad de utilización

[Se eliminaron los apartados “Facilidad”, “Flexibilidad” y “Claridad”, por encontrar que las respuestas dependían en demasía de la subjetividad del evaluador].

<b>4.1. Legibilidad [se reformularon las preguntas y se incorporaron todas las otras]</b>	
¿El texto deja márgenes amplios a los lados y hay espacios en blanco entre los párrafos de texto, que faciliten la legibilidad? (*)	
¿Existe legibilidad en una impresión en blanco y negro? (*) [Con dudas: ¿subjetivo?]	
¿Se distinguen los enlaces en el texto? (*)	
¿Se distinguen los enlaces visitados de los no visitados (*)	
¿Existen textos subrayados aun no siendo enlaces? (*)	
¿La tipografía seleccionada para los enlaces y el texto es 12 puntos o superior? (*)	
¿Las imágenes de la portada tienen un tamaño reducido (próximo a los 12 Kb) para evitar la demora en el tiempo de descarga? (*)	
¿Se ofrece la posibilidad de ampliar las imágenes de la portada? (*)	
¿Existe legibilidad de las fotos en una impresión en blanco y negro? (*)	
Total:	

(\*) Indicadores añadidos.

<b>4.2. Tiempo de descarga</b>	
[Se reformuló la pregunta para intentar que la respuesta fuese más objetiva] ¿La velocidad de descarga de la página inicial es igual o inferior a 15 segundos en un ordenador conectado a la red local de una universidad?	
Total:	



<b>4.3. Diseño (*)</b>	
¿El diseño es líquido, es decir, funciona bien en diferentes configuraciones de resolución de pantalla (se ajusta bien al ancho de página, independientemente de la resolución de pantalla utilizada)?	
Longitud de la página: número de pantallas de la portada [con retencencias: ¿depende del navegador y de la resolución de pantalla?]	1 2 3 4 5 6 7 +(10)
Imágenes etiquetadas: ¿llevan un texto alternativo que se muestra cuando se pasa el ratón por encima?	
Total:	

(\*) Toda esta sección y sus indicadores fueron añadidos

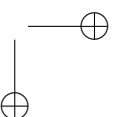
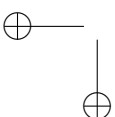
<b>4.4. Adaptación (*)</b>	
¿Respetar el sitio web las especificaciones del W3 para acceso de personas con discapacidad?	
Total:	

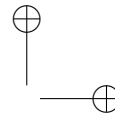
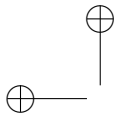
(\*) Toda esta sección y sus indicadores fueron añadidos

<b>Evaluación total de ergonomía:</b>	
---------------------------------------	--

## II. VISIBILIDAD O MACRONAVEGACIÓN

<b>Evaluación total de contenido y acceso a la información:</b>	
---	--





## 5. Luminosidad

<b>5.1. Enlaces</b>	
¿Posee enlaces a recursos externos? [Pregunta: ¿no debería cuantificarse sobre algunas muestras, p.e., x noticias de portada en dos momentos del día]	
Total:	

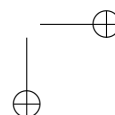
[Se eliminaron las preguntas 5.2, “Contexto del enlace”, “Calidad de los enlaces externos” y “Tratamiento”, por creer que las respuestas son subjetivas y varían de evaluador a evaluador]

Todas las demás cuestiones del apartado 5 solo se pueden responder si el 5.1. es “1”.

<b>5.2. Anticipación [se reformuló la pregunta única por otras tres]</b>	
¿Contiene enlaces internos a noticias relacionadas? (*)	
Al pasar el cursor sobre el enlace de contexto ¿se abre una pequeña ventana explicativa resumiendo su contenido? (*)	
¿El enlace contextual se abre en una ventana nueva? (Si se abre una ventana nueva=1, si se sustituye la ventana que contiene el enlace=0) (*)	

(\*) Indicadores añadidos.

<b>5.3. Oportunidad</b>	
¿El número y la naturaleza de los enlaces tienen relación directa con las características del recurso o, por el contrario es escaso, excesivo o injustificado?	
Total:	



<b>5.4. Actualización</b>	
¿Están actualizados los enlaces del recurso considerado?	
¿Existen enlaces obsoletos o "rotos", es decir, enlaces que no funcionan o que llevan a destinos ya desaparecidos? Se trata de analizar clicando en las informaciones de la portada (*)	
Total:	

(\*) Indicador añadido.

<b>Evaluación total de luminosidad:</b>	
---	--

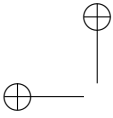
## 6. Ubicuidad

<b>6.1. Títulos</b>	
De hecho, ¿tiene título? Es frecuente encontrar publicaciones digitales sin título en el código fuente (etiqueta <title>) [Se han eliminado las otras tres preguntas]	

[Se eliminó el apartado 6.2, "Transparencia": todos los diarios digitales presentan información textual sobre el contenido del recurso]

<b>6.3. Metainformación</b>	
¿El elemento head de la web contiene al menos algunas etiquetas de meta datos básicas como <author>, <keywords> y <description>?	
Se suprimió la pregunta: ¿El sitio web presenta el recurso de "nube de etiquetas" ( <i>tags cloud</i> ) o <i>tags</i> (véase ejemplo em <a href="http://en.wikipedia.org/wiki/Tag_cloud">http://en.wikipedia.org/wiki/Tag_cloud</a> o <a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Nube_de_etiquetas">es.wikipedia.org/wiki/Nube_de_etiquetas</a> )?	
Total:	

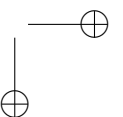
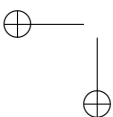
[Se propuso eliminar el apartado 6.4., "Dublin Core"; los diarios digitales no disponen generalmente de este tipo de metadatos. Se decidió mantenerlo después, por la rápida evolución en la adopción de estándares]



<b>6.5. Popularidad</b>	
¿Es un enlace muy citado? ¿Hay otras páginas web que contengan enlaces al recurso considerado y, en todo caso, cuántas son? (Se consigue escribiendo link:URL del cibermedio analizado en Google.com. No puntuar. Hacer constar el número de enlaces que figura en la búsqueda). ATENCIÓN: NO USAR Google.com.br ni Google.es, ir a Go to Google.com in English)	Nº de enlaces [para establecer un ranking de los medios analizados]
Total:	

<b>Evaluación total de ubicuidad:</b>	
---------------------------------------	--

[Se eliminó toda la parte de Usabilidad: Procesos, Errores, Adaptación; de esta última sección se recuperaron preguntas para otras partes de este cuestionario]





### Anexo 3: Versión Definitiva

<b>Evaluador:</b>	
-------------------	--

Medio:	
URL:	http://...
Fecha:	Todos en la misma fecha.
Hora:	Se recomienda hacer la evaluación en dos momentos diferentes del día. Se recomendaba entre las 9 y las 10 de la mañana (siempre hora local del medio analizado, que coincidía con la ciudad de residencia del evaluador) y entre las 20 y las 22 horas.

<b>Evaluación total:</b>	
--------------------------	--

Lo que se evalúa es TODO el sitio web.

#### I. CONTENIDO Y ACCESO A LA INFORMACIÓN

<b>EVALUACIÓN TOTAL DE LA PARTE I: CONTENIDO Y ACCESO A LA INFORMACIÓN</b>	
--	--



## 1. Acceso a la información: Navegación y Recuperación

<b>1.1. Navegación global</b>		
¿Dispone la publicación de un sumario general que proporcione información sobre las opciones principales del sitio?	0	1
Total:		

<b>1.2. Expresividad</b>		
¿La navegación global presenta un número limitado de opciones unitarias -o de conjuntos de opciones bien agrupadas- de manera que pueden tenerse a la vista las opciones principales sin necesidad de efectuar desplazamientos con el cursor?	0	1
¿Con o sin desplazamiento, el número total de opciones del sumario principal se mantiene en torno a unas pocas unidades -caso ideal- o unas pocas decenas o bien se acerca e incluso supera el medio centenar -caso peor-?	0	1
Total:		

<b>1.3. Identificación</b>		
¿Contiene cada página o sección de la publicación un título, un autor (si procede) y una fecha de actualización (si procede)?	0	1
Total:		

<b>1.4. Recorrido secuencial</b>		
¿Es posible seguir la estructura de contenidos de forma secuencial?	0	1
¿Dispone el sitio web de un mapa?	0	1
Total:		



<b>1.5. Navegación estructural</b>		
¿Es posible acceder directamente a cualquier sección importante de la publicación sin necesidad de pasar por las secciones previas?	0	1
¿La estructura de secciones de la publicación es clara y está adecuadamente soportada en la navegación?	0	1
¿Se puede acceder a cualquier lugar de la web desde cualquier otro lugar, mediante un pequeño número de elecciones -o lo que es lo mismo, mediante un pequeño número de clics relativamente pequeño, 5 clics o menos?	0	1
Total:		

<b>1.6. Navegación constante</b>		
¿Existe, al menos una parte de la navegación en el sitio que sea constante, es decir, que se mantenga igual en todas las secciones del sitio?	0	1
¿Proporciona orientaciones de contexto que responda a preguntas del estilo <i>¿dónde estoy?, ¿estoy al principio, en medio o final de algo de qué extensión?</i>	0	1
¿Proporciona orientaciones de contexto que responda a preguntas del estilo <i>¿estoy al principio, en medio o final de algo de qué extensión?</i>	0	1
Total:		

<b>1.7. Jerarquización</b>		
¿Existe evidencias de que los contenidos de la web han sido jerarquizados de acuerdo a su importancia relativa en la portada?	0	1
¿Existe evidencias de que los contenidos de la web han sido jerarquizados de acuerdo a su importancia relativa en cada una de las secciones	0	1
Total:		

<b>1.8. Navegación local</b>		
¿Contienen las secciones de la publicación menús o sumarios locales que nos ayuden a conocer con detalle su contenido temático y acceder a cualquiera de sus partes con un número mínimo de clics?	0	1
Total:		

<b>1.9. Navegación semántica</b>		
¿Existe navegación semántica, es decir, existen enlaces que sirven para relacionar secciones o ítems que mantienen entre ellos alguna clase de asociación (aparte de la vinculación jerárquica): semejanza, causa/efecto, definiens/definiendum, texto/nota de aclaración, cita/referencia, explicación/ejemplo, etc.?	0	1
Total:		

<b>1.10. Sistema de etiquetas</b>		
Las etiquetas textuales –o los iconos, en su caso– de las opciones de menú, (1) ¿son ambiguos?	0	1
(2) ¿son autoexcluyentes o se solapan entre ellos?	0	1
(3) ¿es consistente el sistema de etiquetas o se designan las mismas cosas con distintos nombres o bien se utilizan diversas convenciones para las mismas funciones?	0	1
Total:		

<b>1.11. Recuperación de información</b>		
¿Posee un sistema de acceso a la información mediante búsqueda por palabras?	0	1
Total:		



<b>1.12. Búsqueda avanzada</b>		
¿Permite algún tipo de búsqueda avanzada mediante búsqueda por campos, operadores booleanos, , etc...?	0	1
Total:		

<b>1.13. Lenguaje documental</b>		
¿Contiene un sistema de búsqueda basada en alguna forma de lenguaje o de tratamiento documental: sistema de clasificación, ontología, descriptores, tesauro...?	0	1
Total:		

<b>Evaluación total de Acceso a la información : navegación y recuperación</b>	
--	--

## 2. Ergonomía: Comodidad y facilidad de utilización

<b>2.1. Facilidad</b>		
¿Las acciones aparentemente más frecuentes son las más accesibles o, por el contrario, requieren de diversas acciones, desplazamientos, numerosos clics, etc.?	0	1
Total:		

<b>2.2. Flexibilidad</b>		
¿Se pueden realizar las mismas acciones de distintas formas?	0	1
Total:		



<b>2.3. Claridad</b>		
¿Hay una buena relación figura/fondo en la web, es decir, hay un contraste adecuado entre texto y fondo?	0	1
¿Entre ilustraciones y texto?	0	1
¿Entre ilustraciones y fondo?	0	1
Total:		

<b>2.4. Legibilidad</b>		
¿La tipografía empleada: familia de letra y tamaño para los textos es adecuada para una buena legibilidad?	0	1
¿Las líneas de texto ocupan toda la anchura de la pantalla?	0	1
¿Hay pocos espacios blancos -lo cual provoca mala legibilidad y fatiga visual- o, por el contrario el texto deja márgenes amplios a los lados y hay espacios en blanco entre los párrafos de texto?	0	1
Total:		

<b>2.5. Recursos multimedia</b>		
¿Las imágenes o los sonidos, si las hay, complementan la información textual y son necesarias para la exposición del tema tratado o entorpecen la lectura del texto o, al revés, el texto entorpece la lectura de las imágenes y del sonido?	0	1
Total:		

<b>Evaluación total de ergonomía:</b>	
---------------------------------------	--

**II. VISIBILIDAD**

<b>EVALUACIÓN TOTAL DE VISIBILIDAD:</b>	
---	--

<b>3.1. Enlaces<sup>3</sup></b>					
¿Posee enlaces a recursos externos?	0			1	
Yahoo	1	2	3	4	5
PageRank de Goole	1	2	3	4	5
Traffic Rank de Alexa	1	2	3	4	5
Total:					

<b>3.2. Contexto del enlace</b>		
¿Aparecen los enlaces a fuentes externas en el contexto oportuno y favorecen así el aprovechamiento del material?	0	1
Total:		

<b>3.3. Anticipación</b>		
Si el recurso utiliza enlaces incrustados en el contenido de la publicación, ¿están identificados de manera adecuada de forma que anticipen al lector el resultado de activar el enlace y, en todo caso, es evidente para el lector que si activa el enlace abandona el artículo o sección que está leyendo de la publicación?	0	1
Total:		

<sup>3</sup>Se trata de un índice relativa, o posición del medio analizado con respecto al conjunto de los medios analizados. Se sugiere medirlo con Yahoo, Page Rank de Google y Traffic Rank de Alexa, e indicar los resultados de todos ellos.

<b>3.4. Oportunidad</b>		
¿El número y la naturaleza de los enlaces es adecuado a las características del recurso o, por el contrario es escaso, excesivo o injustificado?	0	1
Total:		

<b>3.5. Calidad de los enlaces externos</b>		
¿Presenta indicios de que los enlaces han sido seleccionados y evaluados siguiendo algún criterio claro de calidad intrínseca de los recursos enlazados?	0	1
Total:		

<b>3.6. Actualización</b>		
¿Están actualizados los enlaces del recurso considerado o, por el contrario, hay abundancia relativa de enlaces obsoletos o "rotos"?	0	1
Total:		

<b>3.7. Tratamiento</b>		
En el caso de presentar los enlaces externos en una sección bien diferenciada, ¿propone una simple lista de títulos de sedes web o, por el contrario, se presenta alguna clase de información de valor añadido sobre ellas?	0	1
Total:		

<b>Evaluación total de luminosidad:</b>	
---	--

#### 4. Posicionamiento

4.1. Metadatos		
¿El elemento head de la web contiene al menos algunas etiquetas de meta datos básicas como <title>, <author>, <keywords> y <description>?	0	1
Total:		

4.2. Dublin Core		
¿El elemento head contiene un sistema avanzado de meta datos, como Dublin Core?	0	1
Total:		

4.3. Popularidad					
¿Es un sitio muy enlazado? ¿Cuántos enlaces de entrada recibe la página principal del medio?	1	2	3	4	5
Total:					

<b>Evaluación total del posicionamiento:</b>	
--	--

### III. USABILIDAD

<b>EVALUACIÓN TOTAL DE LA PARTE III: USABILIDAD</b>	
---	--

<b>5.1. Adaptación</b>		
¿Pueden los usuarios de la web adaptarla a sus necesidades, lengua, contexto o intereses personales?	0	1
Total:		

<b>5.2. Redundancia</b>		
¿Se pueden realizar las acciones más habituales de distintas formas o se puede acceder a las principales secciones por diversas vías?	0	1
Total:		

<b>5.3. Acceso</b>		
¿Las acciones más habituales están presentes en la primera sección de la web y sin necesidad de realizar scrolls o, por el contrario, requieren de diversos clics?	0	1
Total:		

<b>5.4. Política</b>		
¿Hay una sección dedicada a exponer las normas y la política de la institución editora, por ejemplo, respecto a la forma de suscripción, si es el caso, normas de uso, envío de rectificaciones, etc.?	0	1
Total:		

<b>Evaluación total de adaptación:</b>	
--	--





# Lista de Autores e Tradutores

## a) Autores

BARBOSA, Suzana (Universidade Federal da Bahia)  
suzana.barbosa@gmail.com

CODINA, Luís (Universitat Pompeu Fabra)  
lluis.codina@upf.edu

DÍAZ NOCI, Javier (Universidad Pompeu Fabra)  
javier.diaz@upf.edu

MACHADO, Elias (Universidade Federal de Santa Catarina)  
machadoe@cce.ufsc.br

MASIP, Pere (Universitat Ramon Llull)  
peremm@blanquerna.url.edu

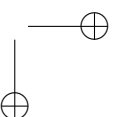
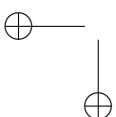
MESO, Koldo (Universidad del País Vasco)  
koldo.meso@ehu.es

MICÓ, Josep Lluís (Universitat Ramon Llull)  
josepluism@url.edu

MIELNICZUK, Luciana (Universidade Federal de Santa Maria)  
luciana.mielniczuk@gmail.com

NATANSOHN, Graciela (Universidade Federal de Bahia)  
graciela71@gmail.com

*Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo, 291-290*





PALACIOS, Marcos (Universidade Federal de Bahia)  
palacios@ufba.br

PALOMO, Bella (Universidad de Málaga)  
bellapalomo@uma.es

PEREIRA, José (Universidad de Santiago de Compostela)  
xose.pereira@usc.es

QUADROS, Cláudia (Universidade Tuiuti do Paraná)  
clauquadros@gmail.com

QUADROS, Itanel (Universidade Federal do Paraná)  
itanel@gmail.com

RIBAS, Beatriz (Universidade Federal de Bahia)  
biaribas77@gmail.com

SILVA, Fernando Firmino da (Universidade Estadual da Paraíba)  
fernando.milanni@gmail.com

TEIXEIRA, Tattiana (Universidade Federal de Santa Catarina)  
tattianat@gmail.com

## **b) Tradutores**

ALVES, Camila Martins (Universidade Federal de Santa Catarina)  
camilaamalves@gmail.com

JORGE, Thaís de Mendonça (Universidade de Brasília)  
thaisdemendonca@gmail.com

QUADROS, Cláudia (Universidade Tuiuti do Paraná)  
clauquadros@gmail.com

SILVA, Fernando Firmino da (Universidade Estadual da Paraíba)  
fernando.milanni@gmail.com

SILVA, Jan Alyne Barbosa (Universidade Federal da Bahia)  
jaalyne@gmail.com

