

## Medindo qualidade no jornalismo *online*: uma proposta de ferramentas metodológicas digitais

Measuring quality in online journalism:  
A proposal for digital methodological tools

**Gonzalo Prudkin**

Universidade Federal de Santa Maria. Campus Frederico Westphalen.  
Linha Sete de Setembro, s/n, BR386 KM40, Frederico Westphalen, RS, Brasil  
licprudkin@hotmail.com

**José Antonio Meira da Rocha**

Universidade Federal de Santa Maria. Campus Frederico Westphalen.  
Linha Sete de Setembro, s/n, BR386 KM40, Frederico Westphalen, RS, Brasil  
joseantoniorocha@gmail.com

---

**Resumo.** Este trabalho aponta os problemas metodológicos e suas soluções na análise qualitativa da pesquisa “A gênese: história e presente do jornalismo digital no estado do Rio Grande do Sul”. Descrevem-se os pressupostos metodológicos e as ferramentas de software-livre usadas – banco de dados MySQL, suíte de escritório LibreOffice –, com detalhes sobre as fórmulas usadas para cálculo automático do nível qualitativo dos *sites* de jornais na Web, a partir de dados quantitativos.

**Palavras-chave:** jornalismo online, metodologia científica, análise qualitativa.

**Abstract.** This study highlights the methodological problems and their solutions in the analysis of qualitative research. The genesis: history and present of digital journalism in the state of Rio Grande do Sul are described. Assumptions and methodological tools used free software - MySQL database, LibreOffice office suite - with details about the formulas used to calculate automatic qualitative level of newspaper sites on the Web, from quantitative data.

**Keywords:** online journalism, scientific methodology, qualitative analysis.

---

### Introdução

*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 (Palacios, 2011, p. 3).*

O jornalismo digital vem consolidando-se como um terreno de atuação profissional para os jornalistas (Koch, 1991; Lapham, 1995; Bardoel e Deuze, 2001; Deuze, 2004) que tra-

balham no mercado noticioso caracterizado por funcionar em Redes de Alta Velocidade (Castells, 1996; Cardoso, 2006; Machado e Palacios, 2007), a partir da década de 1990, mais especificamente, desde o ano 1995. Paralelamente, o jornalismo digital – também conhecido como ciberjornalismo, jornalismo *online* ou *ciberperiodismo* – se configurou em um campo de estudo rico e vigoroso, na medida em que evoluía no âmbito da profissão jornalística (Pavlik, 2001; Boczkowski, 2004b;

Barbosa, 2008). Na atualidade, esse impulso acadêmico por estudá-lo não tem perdido interesse. Pelo contrário, ele concentra a atenção tanto de acadêmicos quanto de jornalistas de diferentes nacionalidades. Pode-se afirmar que o jornalismo digital se apresenta como um objeto de estudo com linhas diversas de investigação: alguns cientistas tentam “trazer luz” para compreender melhor sua especificidade como suporte de atuação jornalística (Deuze *et al.*, 2004; Erdal, 2007); outros, procuram descrever sua evolução e transformação permanente no nível de sua organização empresarial interna (Flider, 1997); também há quem busque compreender sua implicação nas rotinas jornalísticas (no “saber fazer” jornalístico) (Ruggiero, 2004; Hui-Ming, 2001; Quinn, 1999) ou descrever as mudanças no que refere à produção (Garrison, 2000, 2003; Canavilhas, 2007), circulação e consumo de novos conteúdos e maneiras de apresentar a informação (Grabowicz, 2003), além de conhecer as características e perfis das audiências em constante mutação no atual contexto da Cibercultura (Bardoel, 2002; Boczkowski, 2004a), entre outras linhas.

O Brasil não é uma exceção à tendência internacional de migração de suas grandes organizações noticiosas para a Web. Este fato, sem dúvida, gerou, entre os cientistas sociais do jornalismo e da comunicação, interesse imediato em focar sua atenção sobre o jornalismo digital. Prova disto está no importante número de grupos de pesquisa existentes hoje no Brasil, reunindo universidades federais, estaduais e privadas, que se encontram espalhadas ao longo do extenso país. Para nomear só alguns destes grupos, sem esgotar a lista, podemos citar o GJOL (Grupo Jornalismo Online, 1995, UFBA); COMMAIS (Grupo de pesquisa em Comunicação, Jornalismo e Mídias digitais, 2006, USP); LAPJOR (Laboratório de pesquisa Aplicada em Jornalismo Digital, 2007, UFSC); JORDI (Grupo Jornalismo Digital, 2006, UFSM); CONJOR (Convergência e Jornalismo, 2010, UFSM); CIBERJOR (Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo, 2008, UFMS).

Nos últimos anos, os pesquisadores na área de investigação do jornalismo digital têm dedicado enormes esforços, seja a partir de debates, reuniões e pesquisas que se originam em congressos e seminários, seja em redes de pesquisas nacionais e internacionais, para trabalhar em prol de dirimir dúvidas e atingir um mínimo consenso em torno da configuração do que Gil chamaria de um “Método como caminho para se chegar a determinado fim”, isto é, a cria-

ção de uma Metodologia ou Metodologias que possam atuar como ferramentas para auxiliar o pesquisador na consecução dos objetivos que procura trabalhar e esclarecer na sua pesquisa. O resultado desta incessante procura metodológica, nos últimos anos, teve como resultado a edição de algumas publicações fundamentais que qualquer pesquisador na área do jornalismo digital não pode deixar de consultar. Elas são: (i) *Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo* (Volume 1: Modelos) de Palacios (2011); (ii) *Metodologia para o estudo dos cibermeios* de Palacios e Díaz Noci (2008); especialmente o capítulo “Métodos de catalogación y tipología de cibermedios em España”; e (iii) *In Online Journalism: Research Methods a Multidisciplinary approach in Comparative Perspective* de Palacios e Díaz Noci (2008).

Neste contexto, é que um grupo de professores e alunos se encontra produzindo, em 2013, a pesquisa “*A gênese: história e presente do jornalismo digital no estado do Rio Grande do Sul*”, financiada pelo CNPq desde 2011, no âmbito do Curso de Jornalismo do Departamento de Ciências da Comunicação Universidade Federal de Santa Maria, Campus Frederico Westphalen, estado do Rio Grande do Sul, Brasil. O propósito fundamental da pesquisa é procurar identificar, descrever, caracterizar e explicar os processos político/editoriais que tiveram um papel decisivo para que diretores e editores jornalísticos considerassem planejar, produzir, lançar e manter no ciberespaço versões *online* dos meios de comunicação impressos gaúchos. Fundamentalmente, o estudo tem como objetivo medir ou testar a *qualidade* do jornalismo digital sul-rio-grandense, a partir do estudo das características básicas do Jornalismo feito na Web (Atualização, Hipertexto, Customização, Multimedialidade, Interatividade, Memória), compreendendo um total de 66 cidades do Rio Grande do Sul. Cada uma delas têm, atualmente, ao menos uma versão de um jornal impresso na Web, cujo total constitui um *corpus* de análise conformado por 144 versões digitais de jornais impressos gaúchos espalhados pelo estado.

Mas um dos principais problemas que se originaram no momento de selecionar e estabelecer uma metodologia que faria possível atingir as metas propostas no projeto foi como conseguir medir qualidade no jornalismo. Segundo Palacios (2011, p. 4), a “questão da mensuração da Qualidade colocou-se em termos de dois grandes eixos de interrogações”:

- (a) o que se mede quando se analisa Qualidade?  
 (b) com que “régua” se mede?

Sem dúvida, na maioria das vezes em que quer determinar a qualidade no jornalismo – nosso caso específico no contexto do jornalismo digital –, o pesquisador corre sempre o risco de cair em considerações subjetivas na hora de definir critérios de medição. Isto é um problema central e não menor de se resolver, pois o próprio Palacios (2011), em *Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo*, adverte claramente que:

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 (Palacios, 2011, p. 2).

Por isso, nosso principal desafio teve relação com poder desenhar uma metodologia que possibilitasse atender a duas necessidades fundamentais:

- (i) Poder atingir nossos objetivos, analisando e descrevendo nosso objeto de estudo;
- (ii) Que ao grupo de pesquisadores, conformados por cinco pessoas, pudessem trabalhar com agilidade, com rigor científico, pudessem consultar, revisar, agregar, modificar os dados obtidos de forma *descentralizada e permanente*, podendo, além disso, consultar os avanços da pesquisa entre os integrantes da pesquisa.

## Ferramentas metodológicas digitais

A seguir, detalhamos como foram desenvolvidas de forma prática as ferramentas digitais para realização da pesquisa *A Gênese*.

Procuramos uma solução de banco de dados que permitisse aos diversos pesquisadores trabalharem na mesma fonte de dados, para:

- Evitar trabalho de consolidação de dados recolhidos por pesquisadores diferentes;
- Permitir que se trabalhasse em diversos locais (na universidade, em casa).

Entre as opções de banco de dados em software-livre com acesso à internet, estavam PostgreSQL, MySQL, Firebird, e o brasileiro Li-

ghtbase. Foi escolhido o gerenciador de banco de dados MySQL (“MySQL 5.7 Reference Manual”, s.d.; Reese, 2003), que já estava instalado para servir ao portal do Curso de Comunicação da UFSM, campus de Frederico Westphalen. Para este trabalho específico, criou-se um usuário e novo banco de dados. Além disto, foi necessário se abrir o banco de dados para acesso externo pela internet, a fim de permitir que os pesquisadores trabalhassem em qualquer lugar, apesar dos riscos de segurança: o gerenciador de banco de dados pode ser invadido por crackers ou sofrer algum tipo de ataque pela rede, como ataque do tipo “Negação de Serviço” (DoS – *denied of service*). No entanto, em função das vantagens apresentadas por esta configuração de trabalho, resolveu-se correr o risco. Usou-se uma senha forte para impedir invasões e, em caso de ataque de negação de serviço, se aplicaram as ferramentas que estão à disposição no mercado para evitar este tipo de incidente.

## Backup

Um cuidado importante no uso de tecnologias digitais são as cópias de segurança. De maneira alguma se pode confiar em documentos digitais sem cópias atualizadas. O caráter frágil das informações digitalizadas determina que se mantenham várias cópias de documentos em lugares diferentes, como precaução contra erros ou acidentes de qualquer tipo.

Para o projeto *A Gênese*, é necessário backup de dois tipos de dados: os documentos da suíte de escritórios LibreOffice, *front end* locais do banco de dados, nos computadores pessoais dos integrantes do projeto; e o próprio banco de dados em formato MySQL, localizado no servidor Web da escola.

Para os documentos locais, foi escolhida a prática de gravá-los em pastas sincronizadas com armazenamento remoto através do serviço Dropbox. Desta maneira, os arquivos eram compartilhados entre os participantes e atualizados automaticamente entre diversos equipamentos: o PC desktop institucional operando pelo sistema operacional Linux, o PC desktop e laptop pessoais do professor, ambos rodando sistemas operacionais Linux e Windows XP.

Já para o banco de dados MySQL, residindo no servidor internet da universidade, era feito um backup semanal dos dados em formato de tabelas SQL e planilha ODT, através da interface Web phpMyadmin (“phpMyAdmin - Documentation”, s.d.), instalada no servidor Web e acessível pela internet.

## Manuais

As instruções para instalação dos *drivers* para os sistemas operacionais Windows e Linux, além da operação do banco de dados, foram reunidas em um manual de operação para professores e bolsistas.

Para o ambiente Windows, foi necessária a instalação do “conector” de banco de dados “mysql-connector-odbc-5.1.11-win32.msi”, e no ambiente Linux, do pacote “libmyodbc”.

## Estrutura do banco de dados

Para gerenciamento do banco de dados, usou-se o módulo Base da suíte de escritório LibreOffice. Foram criadas três tabelas. A principal guarda os dados de cada veículo: nome, cidade-sede, periodicidade, tiragem, formato do papel, cor da impressão, nome do proprietário, endereço, CEP, dois telefones, dois e-mails, data da fundação, entidade a que é filiado, fonte onde foram obtidos os dados, endereço Web, ano de entrada na Web, características de jornalismo online (geração, interatividade, multimedialidade, memória, hipertextualidade, interatividade, personalização).

A tabela tem a seguinte estrutura, expressa em linguagem SQL:

```
CREATE TABLE IF NOT EXISTS `jornais` (
  `ID` int(3) NOT NULL AUTO_INCREMENT,
  `veiculo` varchar(32) DEFAULT NULL,
  `cidade_sede` varchar(40) DEFAULT NULL,
  `periodicidade` varchar(20) DEFAULT NULL,
  `tiragem` int(10) unsigned DEFAULT NULL,
  `formato` varchar(20) DEFAULT NULL,
  `cor` varchar(10) DEFAULT NULL,
  `proprietario` varchar(60) DEFAULT NULL,
  `endereco` varchar(255) DEFAULT NULL,
  `cep` varchar(10) DEFAULT NULL,
  `fone1` varchar(12) DEFAULT NULL,
  `fone2` varchar(12) DEFAULT NULL,
  `email1` varchar(64) DEFAULT NULL,
  `email2` varchar(64) DEFAULT NULL,
  `data_fund` varchar(10) DEFAULT NULL,
  `filiacao` varchar(128) DEFAULT NULL,
  `fonte` varchar(128) DEFAULT NULL,
  `url` varchar(255) DEFAULT NULL,
  `anocriacao` varchar(10) DEFAULT NULL,
  `geracao` varchar(10) DEFAULT NULL,
  `interatividade` varchar(10) DEFAULT NULL,
  `hipertextualidade` varchar(10) DEFAULT NULL,
  `multimidia` varchar(10) DEFAULT NULL,
  `personalizacao` varchar(10) DEFAULT NULL,
  `memoria` varchar(10) DEFAULT NULL,
  `ult_user` varchar(100) DEFAULT 'CURRENT_USER',
  `ult_acesso` timestamp NOT NULL DEFAULT CURRENT_TIMESTAMP ON UPDATE CURRENT_TIMESTAMP,
  PRIMARY KEY (`ID`),
```

```
FULLTEXT KEY `veiculo` (`veiculo`),
FULLTEXT KEY `cidade_sede` (`cidade_sede`)
) ENGINE=MyISAM DEFAULT CHARSET=utf8 ;
```

Optou-se por recolher mais informações do que as necessárias para a pesquisa, para aproveitar os esforços na construção de um banco de dado mais completo. Por exemplo, indaga-se se o veículo é impresso em cores ou só em preto, além da informação sobre qual entidade de categoria o jornal é afiliado, ano da criação.

Uma segunda tabela guarda as cidades em que cada veículo circula e tem esta estrutura:

```
CREATE TABLE IF NOT EXISTS `circulacao` (
  `ID` int(10) unsigned NOT NULL AUTO_INCREMENT,
  `veicID` int(10) unsigned NOT NULL,
  `municipio` varchar(100) DEFAULT NULL,
  `ult_mod` timestamp NOT NULL DEFAULT CURRENT_TIMESTAMP ON UPDATE CURRENT_TIMESTAMP,
  PRIMARY KEY (`ID`)
) ENGINE=MyISAM DEFAULT CHARSET=utf8 AUTO_INCREMENT=822 ;
```

Uma terceira tabela, que não sofre edições, guarda informações sobre as cidades do estado do Rio Grande do Sul, obtidas a partir de dados do IBGE:

```
CREATE TABLE IF NOT EXISTS `municipios` (
  `municipio` varchar(27) DEFAULT NULL,
  `regiao` varchar(3) DEFAULT NULL,
  `mesorregiao` varchar(30) DEFAULT NULL,
  `microrregiao` varchar(20) DEFAULT NULL,
  `coredes` varchar(29) DEFAULT NULL
) ENGINE=MyISAM DEFAULT CHARSET=utf8 ;
```

Um fato a ser registrado é que, durante os trabalhos, verificou-se ser insuficiente a quantidade de caracteres designada inicialmente para os campos de telefone dos jornais. Se os bolsistas digitassem caracteres não numéricos, como parênteses ou traços, os números finais dos campos não eram gravados. Por isto, depois de criadas as tabelas, aumentou-se o tamanho dos campos telefônicos. Isto mostra a importância do correto dimensionamento inicial dos campos do banco de dados.

## Formulário para entrada de dados

Para entrada de dados pelos pesquisadores, o chamado “*front end*”, foi escolhida a suíte de escritórios LibreOffice (“LibreOffice Documentation”, s.d.), em função de ser software livre, aberto e gratuito, e por ser multiplataforma, podendo ser usado com a mesma eficiência em ambientes Linux e Windows.

Usaram-se os módulos Write, Calc e Base, respectivamente de edição de texto, planilha de cálculo e gerenciamento de banco de dados.

Foi criado um formulário na suíte de escritório LibreOffice, módulo Base (Figura 1). Para o uso do formulário, era necessário acesso à internet a partir de qualquer lugar, não apenas na universidade.

Os campos tipo “Botão de rádio” chamados “Hipertextualidade”, “Memória”, “Multimedialidade”, “Personalização”, “Customização” e “Interatividade” foram preenchidos conforme formulários de análise que calcularam automaticamente os *valores qualitativos*, numa escala de 0 a 5, correspondentes a recurso Ausente (0), Baixíssimo uso (1), Baixo uso (2), Médio uso (3), Alto uso (4) e Altíssimo uso do recurso (5), a partir da *contagem de ocorrências* dos recursos nos sites analisados – ou seja, de análise quantitativa.

### Formulários de análise

Cada veículo teve uma ficha de análise individual. Foi desenvolvida em um documento de texto do LibreOffice, com as seis categorias de análise expressas em seis tabelas embutidas.

### Embutindo tabelas em documentos de texto

As tabelas são planilha do módulo Calc embutidas no documento através do protocolo OLE (*object linking and embedding*) pelo menu “Inserir > Objeto > Objeto OLE > Planilha do LibreOffice”. Pode-se escolher criar uma nova planilha ou embutir um arquivo de planilha já existente. Neste caso, escolheu-se criar uma nova planilha.

Para acessar-se a tabela, dá-se dois cliques de *mouse* em cima dela. A partir daí, os controles do editor de texto são substituídos pelos controles de planilha e pode-se trabalhar como se estivesse no módulo Calc, de planilhas do LibreOffice.

Estas tabelas foram feitas de maneira que os bolsistas pesquisadores tivessem acesso somente a células permitidas para entrada de dados. As outras células estão protegidas contra mudanças, para evitar-se modificações involuntárias. Este bloqueio é feito selecionando-se as células das tabelas que não podem ser modificadas e, no menu de contexto (acesso com o outro botão do mouse, geralmente o direito,

para destros), escolhe-se a aba “Proteção de célula” e marca-se a opção “Protegido”, conforme mostra a Figura 2.

A melhor abordagem para isto é selecionar-se toda a tabela – clicando-se no canto superior esquerdo, no retângulo onde se encontram os números de linhas e letras das colunas – e proteger-se todas as células. Depois, selecionam-se as células que ficarão desprotegidas e desmarca-se “Protegido”.

Finalmente, se protege todo o “documento” (na verdade, apenas a planilha em foco), pelo menu “Ferramentas > Proteger documento > Planilhas”, e marca-se “Proteger esta planilha...” e desmarca-se “Selecionar células protegidas” para que os bolsistas possam apenas selecionar e trabalhar nos campos apropriados. Se forem necessárias modificações na planilha, deve-se desfazer esta operação, modificar e voltar a proteger as planilhas.

Para facilitar a visualização dos locais nas tabelas que podem ser modificados, deixaram-se estas células sem cor e colocou-se cor cinza nas células protegidas (Figura 3).

### Tabelas de análise

A primeira tabela refere-se à frequência de atualização do veículo e é exemplo de dados analisados em valores absolutos. São apresentadas seis opções de atualização que podem estar presentes ou não. Assim, o valor a ser colocado nos campos é zero (não presente) ou 1 (presente). Apenas uma das primeiras 5 opções deve ser preenchida, embora não se tenham criado fórmulas para verificação deste detalhe. A tabela real aparece a seguir (Tabela 1) e pode ser operada na versão digital em formato ODT deste documento.

Nesta tabela, determinou-se subjetivamente um peso para cada uma das características. Este peso é multiplicado pela ocorrência (existe/não existe, 1 ou 0) na coluna “Pontuação equalizada”, através de uma fórmula simples ( $=C2*D2$ , por exemplo) que multiplica os valores da coluna “Frequência” pela coluna “Peso”. A pontuação total é a soma dos valores da coluna “Pontuação Equalizada”. A classificação adapta o valor total à escala de 0 a 5 e é expressa pela fórmula:

$$=SE((E8)>5;5;ARREDONDAR.PARA.CIMA(E8;0))$$

A fórmula significa: “se o valor total for maior que 5, assume o valor 5; Se não, arredonda para cima e usa o valor inteiro, sem vírgula decimal”.

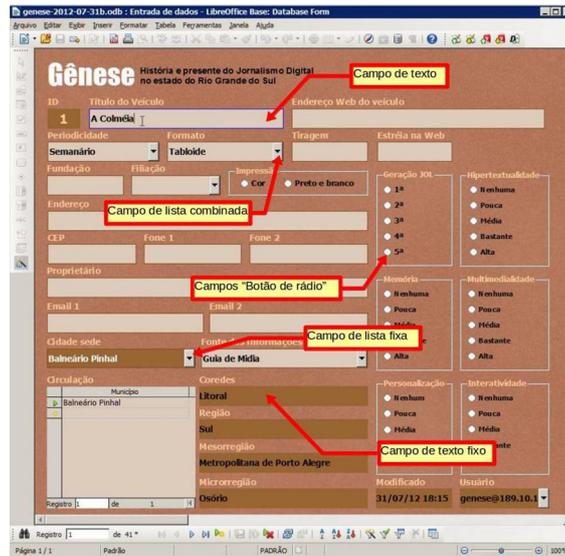


Figura 1. Formulário de entrada de dados no LibreOffice Base.  
Figure 1. Input form in LibreOffice Base.

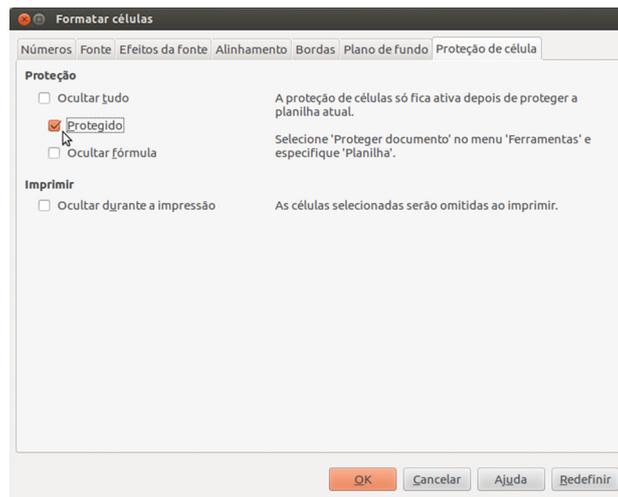


Figura 2. Como proteger células de planilha.  
Figure 2. How to protect worksheet cells.

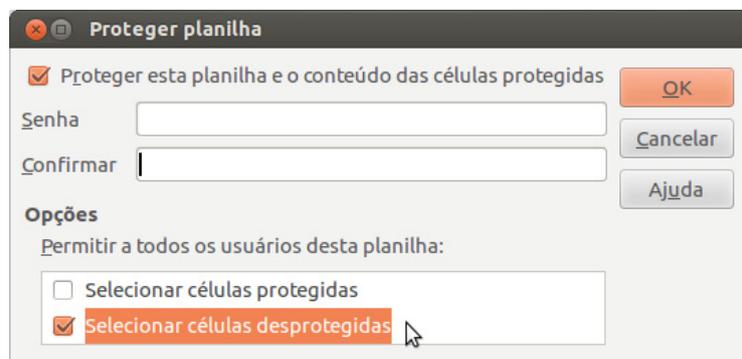


Figura 3. Proteção de células de planilhas.  
Figure 3. Protecting spreadsheet cells.

**Tabela 1.** Frequência de atualização do veículo.  
**Table 1.** Newspaper update frequency

Atualização	Geração	Frequência	Peso	Pontuação equalizada
De hora em hora		0	5,0	0,00
Diária		0	4,0	0,00
Bisemanal		1	3,0	3,00
Semanal		0	2,0	0,00
Mensal		0	1,0	0,00
Atualização automática (cotações, meteorologia...)		1	1,0	1,00
<b>Totais</b>		<b>2</b>		<b>4,00</b>
			<b>Classificação</b>	<b>4</b>
			<b>Nível</b>	<b>Alto</b>

**Figura 4.** Exemplo medição “atualização” no jornal digital *Zero Hora*.

**Figure 4.** “Updating” measurement example in Zero Hora digital newspaper.

Atualização	Geração	Frequência	Peso	Pontuação Equalizada
De hora em hora		1	5,0	5,00
Diária		0	4,0	0,00
Bisemanal		0	3,0	0,00
Semanal		0	2,0	0,00
Mensal		0	1,0	0,00
Atualização automática (cotações, meteorologia...)		1	1,0	1,00
<b>Totais</b>		<b>2</b>		<b>6,00</b>
			<b>Classificação</b>	<b>5</b>
			<b>Nível</b>	<b>Altíssimo</b>

Em todas as tabelas, a partir do valor encontrado (na célula E10, no exemplo), escolhe-se o nível através da fórmula:

=SE(E9<1;"Ausente";ESCOLHER(E9;"Baixíssimo";"Baixo";"Médio";"Alto";"Altíssimo"))

A fórmula significa: “Se a classificação for menor que 1, escolha a palavra “Ausente”; Se não, escolha a enésima palavra da lista”. Isto é, se a classificação for 1, a palavra será “Baixíssimo”; se for 2, será “Baixo”, etc.

A Tabela 2 refere-se à hipertextualidade e mede a quantidade de ocorrências de determinados tipos de links hipertextuais. Esta tabela

é um pouco mais complexa, pois se deve calcular a porcentagem de ocorrências em relação ao total de matérias jornalísticas analisadas. Para isto, os bolsistas deviam preencher um campo (célula C1) com o total de matérias. A coluna “Porcentagem Nominal” contém a fórmula =C3\*100/\$C\$1<sup>1</sup>, que calcula a porcentagem de ocorrência de cada característica em relação ao total de matérias em que aparece. Por exemplo, se houver 6 links em 6 matérias, a porcentagem nominal é de 100%. Mas se houver 3 links em 6 matérias, a ocorrência é de 50%, naquele item. A importância de cada item foi equalizada por um peso, pois se considerou que alguns tipos de links são mais importan-

<sup>1</sup> Os caracteres “\$” indicam que a célula C1 não será incrementada quando se copiar a fórmula para as células seguintes (D4 até D8).

**Tabela 2.** Indicadores de hipertextualidade.  
**Table 2.** Hypertextuality indicators.

Total de matérias analisadas		6				
Tipo de link	Geração	Quantidade de ocorrências	Porcentagem nominal	Peso	Peso aplicado	Pontuação equalizada
Links complementares produzidos pelo cibermeio para aquela matéria		6	100,00	2,0	200,00	25,00
Links para matérias relacionadas ao mesmo assunto publicada pelo cibermeio		3	50,00	1,0	50,00	6,25
Links para sites de instituições/fontes oficiais Citadas na matéria		0	0,00	1,0	0,00	0,00
Links para material multimídia de outros Meios ou sites		0	0,00	1,0	0,00	0,00
Links para sites pessoais de personagens citados na matéria		0	0,00	1,0	0,00	0,00
Links de memória relacionados com o assunto		6	100,00	2,0	200,00	25,00
<b>Totais</b>		15		8,0		56,25
				<b>Classificação</b>		<b>3</b>
				<b>Nível</b>		<b>Médio</b>

**Figura 5.** Exemplo medição “hipertextualidade” no jornal digital *O Alto Uruguai*.

**Figure 5.** “Hypertextuality” measurement example in *O Alto Uruguai* digital newspaper.

Total de matérias analisadas		14				
Tipo de link	Geração	Quantidade de ocorrências	Porcentagem Nominal	Peso	Peso Aplicado	Pontuação Equalizada
Links complementares produzidos pelo cibermeio para aquela matéria		2	14,29	2,0	28,57	3,57
Links para matérias relacionadas ao mesmo assunto publicada pelo cibermeio		0	0,00	1,0	0,00	0,00
Links para sites de instituições/fontes oficiais Citadas na matéria		0	0,00	1,0	0,00	0,00
Links para material multimídia de outros Meios ou sites		0	0,00	1,0	0,00	0,00
Links para sites pessoais de personagens citados na matéria		0	0,00	1,0	0,00	0,00
Links de memória relacionados com o assunto		0	0,00	2,0	0,00	0,00
<b>Totais</b>		2	14,29	8,0		3,57
				<b>Classificação</b>		<b>1</b>
				<b>Nível</b>		<b>Baixíssimo</b>

tes que outros. Assim, links complementares e de memória têm peso 2, e os restantes, peso 1. O resultado desta equalização é apresentado na coluna “Pontuação equalizada”. No exemplo usado, cada matéria apresenta uma ocorrência de um tipo de link.

É importante notar que, nesta tabela, a pontuação total pode ser maior que 100, se houver muitas matérias com muitos links – este valor não é percentagem, mas uma pontuação arbitrária. Neste caso, a classificação será sempre 5, nível de hipertextualidade “Altíssimo”. Pontuações de 0 a 100 serão reduzidas a valores de 0 a 5 pelo divisor absoluto “20” na fórmula na célula G10:

=SE((G9/20)>5;5;ARREDONDAR.PARA.CIMA(G9/20;0))

A fórmula significa: “Se a pontuação dividida por 20 for maior que 5, use o valor 5. Se não, use a pontuação dividida por 20 e arredonde para cima sem nenhuma vírgula decimal”.

A Tabela 3 calcula a Interatividade dos sites jornalísticos. Também é uma tabela tipo “usa/não usa”, como a primeira, mas tem colunas de “Porcentagem nominal”<sup>2</sup>, que é multiplicada pelo Peso (arbitrário) para gerar o valor “Peso Aplicado”. Este é dividido pelo total de pesos para gerar a “Pontuação Equalizada”.

A Tabela 4 refere-se à Personalização e se aplica todo o site. Recolhe dados tipo “usa/não usa”. Considerou-se que os pesos fossem todos idênticos.

A Tabela 5, Memória, refere-se a todo o site e é do tipo “usa/não usa”. A coluna “geração” do JOL tem função apenas informativa e não entra nos cálculos.

Finalmente, a Tabela 6, sobre a multimediação, refere-se a matérias individuais. Por isto, também apresenta o campo “Total de matérias analisadas”, que é usado para o cálculo da coluna “Porcentagem Nominal” de ocorrências em relação ao total de matérias analisadas. No exemplo, matérias apenas com fotos geram um nível baixo de multimediação.

**Tabela 3.** Nível de interatividade.

**Table 3.** Interactivity level.

Tipo de link	Geração	Possui (1) ou não (0)	Porcentagem nominal	Peso	Peso aplicado	Pontuação equalizada
Possui e-mail de contacto do cibermeio		1	100	2	200	15,38
Possui QR Codes		0	0	3	0	0,00
Possui e-mail dos jornalistas que assinam a matéria		1	100	1	100	7,69
Tem enquetes		1	100	1	100	7,69
As matérias têm sistema de comentários		0	0	1	0	0,00
Os comentários são respondidos pelo meio		0	0	1	0	0,00
Permite envio de conteúdos cidadãos		0	0	2	0	0,00
O cibermeio utiliza redes sociais		1	100	2	200	15,38
Possui conteúdo interativo (tabelas, infográficos)		0	0	2	0	0,00
<b>Totais</b>				13		46,15
				<b>Classificação</b>		<b>3</b>
				<b>Nível</b>		<b>Médio</b>

<sup>2</sup> Neste caso, assume apenas os valores 0 (zero) e 100%.

Figura 6. Exemplo medição “interatividade” no jornal digital *Zero Hora*.

Figure 6. “Interactivity” measurement example in *Zero Hora* digital newspaper.

Tipo de link	Geração	Possui (1) Ou não (0)	Porcentagem Nominal	Peso	Peso Aplicado	Pontuação Equalizada
Possui e-mail de contacto do cibermeio		1	100	2	200	20,00
Possui e-mail dos jornalistas que assinam a matéria		1	100	1	100	10,00
Tem enquetes		1	100	1	100	10,00
As matérias têm sistema de comentários		1	100	1	100	10,00
Os comentários são respondidos pelo meio		0	0	1	0	0,00
Permite envio de conteúdos cidadãos		1	100	2	200	20,00
O cibermeio utiliza redes sociais		1	100	2	200	20,00
Possui conteúdo interativo (tabelas, infográficos)		1	100	2	200	20,00
<b>Totais</b>				10		90,00
				<b>Classificação</b>		<b>5</b>
				<b>Nível</b>		<b>Altíssimo</b>

Tabela 4. Nível de Personalização.

Table 4. Personalization level.

Tipo de personalização	Geração	Possui (1) ou não (0)	Porcentagem nominal	Peso	Peso aplicado	Pontuação equalizada
Customização a partir de categorias		0	0	1	0	0,00
Customização de conteúdos multimídia		0	0	1	0	0,00
Customização de categorias e de conteúdos multimídia		0	0	1	0	0,00
Customização de imagens (fotos, infográficos, outros)		0	0	1	0	0,00
Recursos premium		0	0	1	0	0,00
RSS		1	100	1	100	14,29
Podcast		0	0	1	0	0,00
Videocast (streaming)		0	0	1	0	0,00
<b>Totais</b>				7		14,29
				<b>Classificação</b>		<b>1</b>
				<b>Nível</b>		<b>Baixíssimo</b>

Figura 7. Exemplo medição “personalização” no jornal digital *Folha Do Noroeste*.Figure 7. “Personalization” measurement example in *Folha do Noroeste* digital newspaper.

<b>Tipo de personalização</b>	<b>Geração</b>	<b>Possui (1) Ou não (0)</b>	<b>Porcentagem Nominal</b>	<b>Peso</b>	<b>Peso Aplicado</b>	<b>Pontuação Equalizada</b>
Customização a partir de categorias		1	100	1	100	14,29
Customização de conteúdos multimídia		1	100	1	100	14,29
Customização de categorias e de conteúdos multimídia		0	0	1	0	0,00
Customização de imagens (fotos, infográficos, outros)		1	100	1	100	14,29
Recursos premium		1	100	1	100	14,29
RSS		0	0	1	0	0,00
Podcast		0	0	1	0	0,00
Videocast (streaming)		0	0	1	0	0,00
<b>Totais</b>				7		57,14
				<b>Classificação</b>		<b>3</b>
				<b>Nível</b>		<b>Médio</b>

Tabela 5. Nível de memória.

Table 5. Memory level.

<b>Tipo de memória</b>	<b>Geração</b>	<b>Possui (1) Ou não (0)</b>	<b>Porcentagem Nominal</b>	<b>Peso</b>	<b>Peso Aplicado</b>	<b>Pontuação Equalizada</b>
Permite recuperar informação	1	1	100	2	200	50,00
Permite realizar busca Avançada	3	0	0	1	0	0,00
Dados públicos (XML, CSV, dados abertos)	3	0	0	1	0	0,00
<b>Totais</b>			100	4		50,00
				<b>Classificação</b>		<b>3</b>
				<b>Nível</b>		<b>Médio</b>

Figura 8. Exemplo medição “memória” no jornal digital *Zero Hora*.Figure 8. “Memory” measurement example in *Zero Hora* digital newspaper.

<b>Tipo de memória</b>	<b>Geração</b>	<b>Possui (1) Ou não (0)</b>	<b>Porcentagem Nominal</b>	<b>Peso</b>	<b>Peso Aplicado</b>	<b>Pontuação Equalizada</b>
Permite recuperar informação	1	1	100	2	200	50,00
Permite realizar busca Avançada	3	1	100	1	100	25,00
Dados públicos (XML, CSV, dados abertos)	3	0	0	1	0	0,00
<b>Totais</b>			200	4		75,00
				<b>Classificação</b>		<b>4</b>
				<b>Nível</b>		<b>Alto</b>

**Tabela 6.** Nível de multimediação.  
**Table 6.** Multimediation level.

Total de matérias analisadas		5				
Tipo de multimídia	Geração	Quantidade de ocorrências	Porcentagem nominal	Peso	Peso aplicado	Pontuação Equalizada
Foto/ilustração	1	5	100	1	100	33,33
Áudio ou vídeo	3	0	0	1	0	0,00
Animação ou <i>mashup</i>	3	0	0	1	0	0,00
<b>Totais</b>				3		33,33
				<b>Classificação</b>		<b>2</b>
				<b>Nível</b>		<b>Baixo</b>

**Figura 9.** Exemplo medição “multimediação” no jornal digital *O Alto Uruguai*.

**Figure 9.** Multimediation” measurement example in *O Alto Uruguai* digital newspaper.

Total de matérias analisadas		14				
Tipo de multimídia	Geração	Quantidade de ocorrências	Porcentagem Nominal	Peso	Peso Aplicado	Pontuação Equalizada
Foto/ilustração	1	17	121,42857143	1	121,4286	40,48
Áudio ou vídeo	3	0	0	1	0	0,00
Animação ou <i>mashup</i>	3	0	0	1	0	0,00
<b>Totais</b>				3		40,48
				<b>Classificação</b>		<b>3</b>
				<b>Nível</b>		<b>Médio</b>

## Considerações finais

Escolher um caminho metodológico para se chegar a um determinado fim, tomando como empréstimo as palavras de Gil (1999, p. 26), é uma determinação subjetiva, nunca neutra. Nas Ciências Sociais, não há dúvidas de que ao se optar por uma metodologia, será uma decisão pessoal, relativa, parcial, disposta a partir da individualidade do pesquisador. Mais do que isso, considerar opções e se definir por uma delas depende de uma afirmação ideológica. Qualquer tipo de disposição se ajusta sempre e previamente aos interesses do investigador, os quais se encontram cristalizados, em grande medida, considerando as características de seu objeto de estudo e dos seus objetivos geral e específicos.

Como foi citado no presente artigo, existem trabalhos teóricos anteriores, os quais compartilham nossa inclinação pela análise da qualidade de produtos jornalísticos digitais. Nesse sentido, tem sido nossos propósitos colaborar com a discussão sobre o tema e criar/ajustar propostas metodológicas que contribuam ao estudo do jornalismo digital.

Porém, considerarmos que algumas tentativas anteriores ficam “na metade do caminho”. Não pretendemos indicar quais são esses casos concretos, mas, apontar que, em alguns momentos, as sugestões de “ferramentas” unicamente se baseiam em providenciar planilhas ou formulários de análise para medição da qualidade de cibermeios. Segundo nossa experiência, a aplicação de tais planilhas, muitas vezes, não resulta eficiente para medir qualidade jornalística. Justificamos tal asseveração devido ao fato de que uma planilha de análise, por si só, não resolve o problema; ela continua em evidente “dívida”. Para resolver este dilema se faz necessário, antes de tudo, definir e determinar critérios de quantificação e de peso, com o intuito de catalogar e situar os resultados obtidos no interior de uma “escala de qualidade”. Ou seja, não deve importar tanto qual será a estrutura da planilha ou do formulário a ser criado. O mais relevante e urgente é definir com antecedência, de maneira justificada e coerente, quando um meio jornalístico digital possui maior ou menor grau de qualidade se comparado com outro semelhante. Isto é,

como descreve Palacios (2011), o mais difícil para um pesquisador é definir “uma régua” mínima para medir qualidade. E, justamente, acreditamos que este seja o principal aporte da proposta metodológica apresentada, brevemente, neste artigo.

Pois bem, devemos refletir sobre o seguinte: se não há como “livrarmos de cair nas areias movediças” da subjetividade, os métodos de análise a serem criados devem tentar, ao menos, ser os mais “objetivos” possíveis. Acredita-se que esse esforço, o qual não é nada simples, seja uma obrigação dos investigadores em Ciências Sociais. Por isso, os critérios que temos empregado para ponderar qualidade, em nossa pesquisa, se fundamentam em escolher um conjunto de categorias “aprovadas”, utilizadas e compartilhadas por grande parte dos pesquisadores que constituem o campo dos estudos em Jornalismo Digital brasileiro contemporâneo. A “régua” para medir qualidade que temos concebido considera as categorias citadas por Mielniczuk (2003) e Barbosa (2008): (a) Jornalismo digital de primeira geração, (b) Jornalismo digital de segunda geração, (c) Jornalismo digital de terceira geração e, (d) Jornalismo digital de quarta geração. Isto significou que, no momento em que cada cibermeio de nossa amostra foi analisado, foi atribuído a ele uma nota e uma classificação, tendo-se definido previamente o peso de cada uma de suas características existentes constatadas e atribuíveis em alguma dessas quatro classificações. Um cibermeio sul-riograndense que apresentasse maiores índices que correspondiam a características enquadradas em “jornalismo digital de quarta geração” recebeu uma nota maior do que um cibermeio com características relacionadas com um produto equivalente a um “jornalismo digital de segunda geração”, por exemplo.

A aplicação de nossa ferramenta metodológica foi em parte satisfatória, porque ela nos permitiu obter resultados consistentes (tendo em consideração o avultado número de jornais digitais gaúchos estudados, que totalizou 144). Dessa maneira, conseguimos estabelecer um primeiro “raio x” detalhado e amplo sobre o estado da arte do jornalismo digital sul-riograndense atual. Nosso esforço serviu para responder essa interrogação: que tipo de jornalismo digital temos, hoje em dia, no estado do Rio Grande do Sul?

Porém, desde o primeiro não foi nossa intenção que nossos resultados fossem categóricos, concludentes e indiscutíveis. Ao

contrário, eles são preliminares, de modo que consideramos indefectivelmente necessário que outros investigadores realizem estudos semelhantes ao nosso para contrastar resultados e apreciações. É imperioso que isso seja assim, especialmente no que se refere à medição da característica “multimídiação”.

O porquê desta aclaração se deve ao fato de que ela pode chegar a apresentar resultados distintos, na medida em que se determine diferentemente qual seria, por exemplo, o melhor critério para sua análise e estudo. Confirma-se que, na tabela de análise automatizada (Tabela 6), se optou por medir essa característica analisando, uma a uma, cada matéria individual que se encontrava na *front-page* da versão digital do meio jornalístico. Essa “simples” escolha, sem dúvida, poderá diferir bastante em relação a possíveis resultados que se obtenham através de outros estudos semelhantes ao que apresentamos aqui. Por exemplo, se houvésemos escolhido incluir em nossa análise não somente “matérias individuais” e, em vez de disso, tivéssemos agregado os denominados espaços “Web TV” e “Vídeos” (isto é, todos aqueles espaços de alojamento de vídeos e de áudios situados na própria *front-page* ou que estivessem em categorias específicas contempladas na barra de opções de navegação pelos usuários, como, por exemplo, política, economia, sociedade, social, vídeos, áudios, imagens), o resultado final seria notavelmente outro.

Isso não significa um “erro” ou um “problema” metodológico, mas sim, diz respeito à própria subjetividade que determina, pauta, fixa e estabelece quais serão as diretrizes que os investigadores se propõem estudar (e, especialmente, “como estudar”). Em nosso caso particular, tais diretrizes já estavam claramente indicadas e explicadas no item “metodologia”, sendo que, desde o primeiro momento, estabelecemos esse critério e não outro, para medir qualidade multimídia. Talvez, este raciocínio se deva entender, ao contrário, como uma riqueza e não como um problema. A maior diversidade de opções em ferramentas metodológicas resultará em maior pluralidade de resultados.

Portanto, a metodologia aqui apresentada é uma alternativa a análises qualitativas de produtos midiáticos demasiadamente subjetivas. Através da quantificação de categorias e subcategorias, esta proposta consegue melhorar a precisão de análises qualitativas. Os aspectos subjetivos, que sempre existirão na

pesquisa em Ciências Sociais, ainda são contemplados através do espaço para atribuição de pesos às subcategorias. Através deste recurso, foi possível adequar a metodologia a especificidades do objeto sem que houvesse desvios muito significativos. Certamente, esta metodologia pode possuir falhas, e deve ser melhorada a partir de sua aplicação a diferentes objetos de pesquisa.

## Referências

- BARBOSA, S. 2008. Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração. In: CONGRESO INTERNACIONAL DE PERIODISMO EN LA RED, III, Madrid, 2008. *Anais...* Facultad de Periodismo da Universidad Complutense de Madrid. Disponível em: [http://www.lapjor.cce.ufsc.br/home/index.php?option=com\\_k2&view=item&task=download&id=43&Itemid=22](http://www.lapjor.cce.ufsc.br/home/index.php?option=com_k2&view=item&task=download&id=43&Itemid=22). Acesso em: 20/06/2012.
- BARDOEL, J. 2002. The Internet, journalism and public communication. *International Communication Gazette*, 64(5):501-511. <http://dx.doi.org/10.1177/17480485020640050801>
- BARDOEL, J.; DEUZE, M. 2001. Network journalism: converging competences of media professionals and professionalism. *Australian Journalism Review*, 23(2):91-103.
- BOCZKOWSKI, P. 2004a. The processes of adopting multimedia and interactivity in three online newsrooms. *Journal of Communication*, 54(2):197-213. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02624.x>
- BOCZKOWSKI, P. 2004b. *Digitizing the news: Innovation in online newspapers*. Cambridge, MIT Press, 241 p.
- CANAVILHAS, J. 2007. *Webnotícia: proposta de modelo periodístico para la www*. Covilhã, Labcom, 269 p.
- CARDOSO, G. 2006. *The Media in the Network Society. Browsing, News, Filters and Citizenship*. Lisboa, CIES, 517 p.
- CASTELLS, M. 1996. *La era de la información: economía, sociedad y cultura – vol. I – la sociedad red*. México, Siglo Veintiuno, 590 p.
- DEUZE, M. 2004. What is multimedia journalism? *Journalism Studies*, 5(2):139-152. <http://dx.doi.org/10.1080/1461670042000211131>
- DEUZE, M.; NEUBERGER, C.; PAULUSSEN, S. 2004. Journalism education and online journalists in Belgium, Germany, and The Netherlands. *Journalism Studies*, 5(1):19-29. <http://dx.doi.org/10.1080/1461670032000174710>
- ERDAL, I.J. 2007. Researching media convergence and crossmedia news production: Mapping the field. *Nordicom Review*, 28(2):51-61.
- FLIDER, R. 1997. *Mediamorphosis. Understanding New Media*. Thousand Oaks, Pine Forge Press, 302 p.
- GARRISON, B. 2000. Journalists' perceptions of online information-gathering problems. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(3):500-514. <http://dx.doi.org/10.1177/107769900007700303>
- GARRISON, B. 2003. How newspaper reporters use the Web to gather news. *Newspaper Research Journal*, 24(3):62-75.
- GIL, A.C. 1999. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo, Atlas, 207 p.
- GRABOWICZ, P. 2003. Weblogs bring journalists into a larger community. *Nieman Reports*, 57(3):74-76.
- HUI-MING, P. 2001. The challenge to professional journalism: How Taiwan's reporters evaluate and utilize Internet information. In: INTERNATIONAL WORLDWIDE WEB CONFERENCE, 10, Hong Kong, 2001. *Anais...* Hong Kong, 6:102-132. Disponível em: <http://www10.org/program/society/peng/www10.html>. Acesso em: 04/08/2009.
- KOCH, T. 1991. *Journalism in the 21<sup>st</sup> Century. Online information, electronic databases in the news*. London, Adamantine Press, 353 p.
- LAPHAM, C. 1995. The Evolution of the Newspapers of the Future. *Computer-Mediated Communication Magazine*, 2(7). Disponível em: <http://sunsite.unc.edu/cmc/mag/1995/jul/lapham.html>. Acesso em: 28/09/2012.
- LI, X. 2006. *Internet Newspapers. The Making of a Mainstream Medium*. New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, 320 p.
- LIBREOFFICE DOCUMENTATION. [s.d.]. Disponível em: <http://www.libreoffice.org/get-help/documentation/>. Acesso em: 14/10/2013.
- MACHADO, E.; PALACIOS, M. 2007. *O Ensino do jornalismo em redes de alta velocidade: metodologias & software*, Salvador, EDUFBA, 194 p.
- MIELNICZUK, L. 2003. *Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual*. Salvador, BA. Tese de Doutorado. Universidade Federal da Bahia, 310 p.
- MYSQL 5.7. [s.d.]. Reference Manual. Disponível em: <http://dev.mysql.com/doc/refman/5.7/en/>. Acesso em: 14/10/2013.
- PHPMYADMIN - DOCUMENTATION. [s.d.]. Disponível em: [http://www.phpmyadmin.net/home\\_page/docs.php](http://www.phpmyadmin.net/home_page/docs.php). Acesso em: 14/10/2013.
- PALACIOS, M. 2003. Ruptura, continuidade e potencializações no jornalismo online: o lugar da memória. In: M. PALACIOS; E. MACHADO, *Modelos de jornalismo digital*. Salvador, Ediciones Gjol e Editora Calandra, p. 13-36.
- PALACIOS, M.; DÍAZ NOCI, J. 2008. Methods of research in participatory Journalism. In: M. PALACIOS; E. MACHADO, *Online journalism: research methods a multidisciplinary approach in comparative perspective*. Bilbao, Universidad del País Vasco, p. 11-23.
- PALACIOS, M.; DÍAZ NOCI, J. 2007. *Ciberperiodismo: métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada*. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 162 p. [e-book].
- PALACIOS, M. 2011. *Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo. Volume I: Modelos*. Salvador, Labcom, 298 p.
- PAVLIK, J. 2001. *Journalism and new media*. New York, Columbia University Press, 246 p.

- QUINN, S. 1999. Internet availability and adoption at Australian daily newspapers. *Communication Research Forum Papers*, 2:319-330.
- RUGGIERO, T.R. 2004. Paradigm repair and changing journalistic perceptions of the Internet as an objective news source. *Convergence: The Journal of Research into New Technologies*, 10(4):92-104.  
<http://dx.doi.org/10.1177/135485650401000408>
- REESE, G. 2003. *MySQL Pocket Reference*. Sebastopol, O'Reilly, 87 p. [Documento digital no formato HTML compilado (CHM)].
- SHIRKY, C. 2010. *Here Comes Everybody. The power of organizing without organizations*. New York, Penguin Press, 327 p.

Submetido: 15/10/2013

Aceito: 21/01/2014