

aKademia, um modelo de webjornal

João Simão

Universidade da Beira Interior

Índice

1 Hiperlink	1
2 Elementos multimédia	3
3 Publicar ao segundo	5
4 O modelo usado no aKademia	5
5 Interactividade e personalização	7
6 Bibliografia	8

Embora cada vez mais vulgar e cada vez mais acessível a Internet continua a ser um meio muito volátil. Talvez pela sua especificidade enquanto meio e/ou por evoluir e se modificar a cada dia que passa. Há no entanto características que se mantêm fixas desde o início da Internet. O hiperlink como forma de ligar diferentes páginas ou ficheiros mantém-se como forma básica. Mas este básico que não engane os mais desatentos; é talvez a forma mais simples e ao mesmo tempo mais complexa de ligar elementos correlacionados.

Outra das características que a web oferece é a possibilidade de usar elementos de outros meios e adaptá-los a uma forma de comunicação mais evoluída e mais completa. Usar para além do texto a imagem estática ou o vídeo, bem como o som vindos da imprensa escrita, da televisão e da rádio, é uma das fantásticas capacidades que a escrita para a web permite. No entanto é preciso ter em

atenção vários factores formais e técnicos que exigem que estes elementos sejam adaptados à web e não apenas descarregados.

Se pensarmos nas capacidades que o hiperlink oferece e a isso acrescentarmos as potencialidades das bases de dados a funcionar em PHP surge a interactividade. Esta interactividade é visível em vários aspectos e por vezes existe sem que o webnauta se aperceba dela.

A liberdade que a difusão da web permite não prende os conteúdos a uma periodicidade estando livres para publicar ao segundo. Também os webnautas procuram a velocidade e a rapidez na web não querendo ficar por muito tempo presos a um web site, nem perder muito tempo na procura de uma informação.

Postas estas considerações torna-se evidente que muitos dos jornais que encontramos na web estão a descurar as principais potencialidades do meio. Com o **aKademia** o que se procurou foi aplicar um modelo que se crê explorar todas as principais características que o meio oferece usando assim uma linguagem própria para a web.

1 Hiperlink

Há autores mais ligados à linguística cuja máxima se pode traduzir nesta expressão: “A

linguagem é a expressão do pensamento.” Ora tomando isto como verdade sem a questionar encontramos na linguagem um elemento redutor do pensamento. Por certo já nos apercebemos que o nosso pensamento não é linear ao contrário da linguagem. É por este motivo que surgem as divagações. Começamos a falar de uma coisa e quando damos conta estamos a falar de outra sem qualquer tipo de relação com a primeira e nem acabamos por concluir o que despoletou a nossa conversa. Quando isto acontece numa conversa de café ou entre vizinhas o problema não é grande, mas quando o nosso objectivo é informar a precisão é importante. Quanto menos se divagar melhor e mais eficiente é a comunicação. Se não se contextualizar o interlocutor corre-se o risco de não ser entendido por excesso de entropia. Se este risco existe com um receptor, se a mensagem for dirigida a um público vasto este risco aumenta de forma exponencial. Cada pessoa necessita de redundância diferente para perceber a mensagem.

Exemplo:

1] O Labcom está a organizar o cccc2004.

Quem sabe o que é o Labcom e o cccc2004 recebe a mensagem perfeitamente de forma eficaz sem excesso de redundância. No entanto haverá pessoas que não sabem o que é o Labcom nem o cccc2004, para elas é o excesso de entropia que as leva a não perceber a mensagem.

2] O Labcom está a organizar três congressos na área das Ciências da Comunicação.

Talvez um maior número de pessoas per-

ceba a mensagem, que é mais redundante. Estamos a trabalhar com uma mensagem curta com uma informação curta e directa, se a mensagem fosse maior e a informação mais vaga a redundância desta mensagem [2] em relação à mensagem [1] poderia provocar divagações perdendo-se a informação no meio das palavras.

3] O Laboratório de Comunicação Online (Labcom) está a organizar três congressos na área das Ciências da Comunicação.

Neste terceiro exemplo a redundância é maior ainda, diminuindo a possibilidade de não se entender a mensagem por existência de entropia. Aumenta no entanto os problemas descritos no exemplo anterior.

O hipertexto possibilita um texto não linear, logo uma maior aproximação à forma do ser humano pensar. Com o uso do hipertexto poder-se-ia minimizar os problemas apresentados nos exemplos anteriores. Veja-se:

Exemplo:

O Labcom está a organizar o cccc2004.

A mensagem que usamos é a mais entrópica. A mais rápida de perceber e a mais curta. No entanto quem não souber o que é o Labcom ou o cccc2004 bastará clicar nas palavras que será encaminhado para uma nova janela onde será dada a informação do que é o Labcom e o cccc2004. Mesmo quem saiba o que são poderá clicar e obter mais informação.

Uma das grandes vantagens já foi apresentada; é o próprio hipertexto. Mas talvez se falarmos de hipermedia sejamos mais precisos. Dentro dum texto e a partir dele podemos disponibilizar vídeos, imagens,

sons, animações, etc; bem como com estas oferecer a possibilidade de link a texto ou a outros elementos. Mesmo dentro de uma imagem há a possibilidade de criar diferentes links.

Exemplo:

Se estivermos a fazer uma webnotícia de uma prova de doutoramento através da foto de todos os júris podemos clicar em cada membro e abrir diferentes janelas com as respectivas informações. O mesmo se passa com as animações em flash que permitem uma grande interactividade e uma grande selecção de informação ao webnauta.

O hipertexto permite a cada webnauta seleccionar o nível de informação que pretende ter os temas que mais quer desenvolver. A webnotícia tem sempre leituras e construções diferentes. Funciona como um jogo de lego. O webjornalista dá as peças e o webnauta constrói como quer.

A escrita com hipertexto permite que todos percebam a informação da mensagem porque cada um escolhe o seu nível de entropia, bem como da informação aumentando a profundidade da leitura e da informação.

Ao webjornalista a escrita com hipertexto permite dar toda a informação sem ter de seleccionar níveis de importância e seleccionar o que publicar. Permite ainda dar mais background sem ter de inventar ligações dentro do texto.

Com o hipertexto a webnoticia tem menos do jornalista o que lhe confere maior objectividade. A selecção da informação está agora na mão do webnauta.

Milhares de anos de escrita linear dão agora ao homem uma maior dificuldade em escrever e em ler com hipertexto. Difi-

culdade que se torna numa desvantagem mas que passará com o uso deste tipo de escrita.

A dificuldade de orientação dentro da webnotícia por causa dos links é uma grande desvantagem porque leva às divagações que o hipertexto vinha solucionar. Maior experiência dos webnautas, um mapa do site, caminhos percorridos na página e novas janelas em cada link podem solucionar esta desvantagem.

Uma outra desvantagem que se pode apontar ao hipertexto está mais ligada á pouca largura de banda que ao uso do hipertexto. Quando para a compreensão duma mensagem é necessária uma imagem, um vídeo, som ou flash a pouca largura de banda pode dificultar esse link por vezes mesmo não o deixando ver/ouvir. Quanto a esta desvantagem o futuro promete maior largura de banda até lá as questões da acessibilidade devem ser tomadas em conta, arranjando sempre uma maneira mais "leve" de dar a informação desse link.

2 Elementos multimédia

Multimédia como o nome indica são múltiplos meios aqui entendidos como o som, o vídeo, a info-animação, a imagem e gráficos. A grande capacidade da Internet é poder aplicar todos estes meios ao mesmo tempo e interliga-los através do texto e do hiperlink.

2.1 Som

Recorrer às declarações originais gravadas acrescenta credibilidade ao que se diz. Uma coisa é ler o que o interveniente na notícia disse outra é ouvir, até porque, mais de 30 por cento da informação veiculada pelo que dizemos está no tom de voz e no timbre que

usamos. “São estes “interpretantes” [que interpretam a palavra dita pelo jornalista], sob a forma de sons, que o webjornal pode ir buscar ao jornalismo radiofónico. Mais do que citar, o webjornal pode oferecer o som original do citado, caminhando assim para um jornalismo mais objectivo.”¹ Desta forma a reprodução das declarações gravadas esclarece e completa o texto usado, oferecendo mais informação e melhor compreensão.

A desvantagem do áudio assenta na largura de banda que precisa para correr sem interrupções e nos lugares que mais comumente permitem livre acesso à web não disponibilizaram o áudio. Lembremo-nos que cada vez mais o acesso que se tem durante os dias da semana é feito em espaços onde o acesso é geral e gratuito. Por estes motivos é necessário ter em conta que o ficheiro áudio não deve ser de vital importância para a compreensão da notícia. O som deve ser o complemento e interpretante do texto, servindo para aprofundar a informação da notícia e dar credibilidade às declarações que são explicadas no texto em discurso indirecto.

2.2 Vídeo

Se a desvantagem do som é a largura de banda que necessita, o vídeo encontra aí uma desvantagem ainda maior por ser mais “pesado”. Embora no **aKademia** o modelo de compressão permita a um vídeo de cerca de 50 segundos ter o mesmo “tamanho” de uma imagem, mas este necessita de um programa de instalação gratuita para correr. “Mais do que a cor da palavra, a verdade da imagem recolhida no loca empresta à notícia uma

¹ João Messias Canavilhas; *Webjornalismo. Considerações gerais sobre o jornalismo na web*; BOCC [www.bocc.ubi.pt]

veracidade e objectividade maior do que a simples descrição do acontecimento.”² É no entanto sem dúvida uma fonte de credibilidade muito maior que outra qualquer.

Há duas formas de usar o vídeo numa webnotícia: de forma síncronica e de forma não síncronica. A primeira, a síncronica é explicando de forma simples, as declarações de alguém, onde a imagem corresponde directamente ao som escutado, por oposição a não síncronica é toda a imagem em que o som não corresponde à fonte que directamente o produz. Posto isto o vídeo pode ser usado numa webnotícia tal como o som para aumentar a credibilidade e a informação interpretando o texto, ou usado quando uma descrição textual não chegue ou seja insuficiente para descrever algo. Um exemplo nítido que auxilia a compreensão disto é um golo num jogo de futebol. Por melhor que seja a descrição do mesmo nunca se assemelha ao ver em vídeo o golo.

2.3 Info-animação

Há situações cuja descrição textual é insuficiente e por vezes quase inútil. Vimos já no ponto anterior que nesses casos o melhor meio usar é o vídeo, há porem situações que não puderam ser filmadas, ou ter outro registo qualquer. Assim assente nas descrições de testemunhas pode-se fazer uma reconstrução do caso que permita perceber mais facilmente, mais rapidamente, e mais intuitivamente o que aconteceu. Devemos considerar ainda situações de descrição complexa que esquemas animados poderão mais facilmente explicar e demonstrar.

² Idem

2.4 Imagem

O uso da imagem é já banal na imprensa escrita e sendo ela uma ilustração da realidade, confere grande veracidade à notícia que acompanha. No entanto na web esta pode deixar de ser apenas uma ilustração e ganhar um carácter de ponto de partida para mais informação. Dentro de uma imagem podem ser colocados diferentes campos com links para outro qualquer elemento da notícia. O exemplo disto mais usado no **aKademia** verifica-se nos chamados “retratos de família” das provas de doutoramento; nesta foto o webnauta pode saber de quem se tratava e aceder a mais informação sobre o membro do júri ou sobre o candidato, bastando para isso colocar o cursor em cima da pessoa e/ou clicar

Na categoria de imagem estão também incluídos os gráficos, os esquemas, os organigramas, etc. Tudo formas de condensar informação e de lhe dar uma forma mais perceptível e de mais fácil interpretação.

3 Publicar ao segundo

A rapidez com que as notícias são publicadas no **aKademia** é uma das características oferecidas pela internet. Ser rápido não implica cortar na precisão e exactidão do que se informa. Ser rápido implica dizer tudo de forma clara, precisa, concisa, imparcial, numa escrita simples e rápida.

A não periodicidade do **aKademia** e a rapidez da web faz com que as notícias devam ser publicadas o mais rápido possível. Há no entanto factores que dificultam a rapidez da publicação. Numa típica notícia do **aKademia** há que para além de escrever a peça editar som, vídeo, tratar imagens e editar tudo

isto para ser publicado na web. Por todos estes motivos a escrita da notícia é o mais “eskorrida” possível. Entendamos “eskorrida” como sendo o mais directa possível contendo apenas informação, de forma clara e concisa. Por vezes esta forma de escrever pode não ser a mais atractiva cumpre no entanto duas condições: para além de permitir uma publicação mais rápida da notícia, permite ainda textos mais pequenos o que facilita a leitura no ecrã.

4 O modelo usado no aKademia

A maioria dos jornais que encontramos online aplica o modelo impresso à web. Na maior parte dos casos tratam-se de jornais em papel que usam a web para depositar as notícias publicadas em papel para poderem dizer *estamos on-line* e estimular os leitores à compra. Há casos de jornais que trabalham só on-line mas mesmo nesses a forma como é trabalhada a notícia e formato em que se publica não difere muito do modelo usado nos jornais em papel. Já se começam a usar os superleds na homepage com links para a totalidade da notícia, mas isso é como, e permitam-me a comparação, usar o telemóvel só para fazer chamadas. As potencialidades que a web oferece são muito mais vastas que isso, e há que saber usá-las.

A web enquanto media não é simples. No caso do jornal é fácil, o veículo é o papel com o texto e imagem estática, na rádio é o som, na televisão o som acompanhado de vídeo. Na web temos o texto, a imagem estática, o vídeo, o som, e temos o hiperlink que pode unir todos estes elementos entre si. Porquê limitarmo-nos a uma aplicação dos velhos media a um novo? Porquê manter a mesma

estrutura de escrita quando a leitura e a possibilidade de escrita são tão diferentes?

Foi com base em todos os pressupostos já apresentados que surgiu o modelo usado no **aKademia**. Tendo em conta as predefinições da base de dados usada pelo **aKademia**, o PHP NUKE, o jornal apresenta-se com uma estrutura base com as notícias publicadas em blocos no centro do portal identificadas com uma pequena imagem que as insere dentro dum tema. Na primeira página encontram-se as 10 últimas notícias publicadas. O esquema da página segue as convenções típicas da estrutura de um site: um cabeçalho onde está o logótipo do jornal; uma coluna de navegação à direita [ou esquerda do webnauta] onde se encontram os diferentes temas do jornal, mais os módulos de navegação e opções do site; ao centro na maior área estão os blocos de notícias; na coluna da esquerda [ou direita do webnauta] estão os módulos interactivos, com o login e os inquéritos que possibilitam também o comentário.

Até aqui o **aKademia** mais não fez que usar as convenções típicas de estrutura, navegação e funcionamento dum site. A grande inovação do **aKademia** só pode ser vista nos blocos de notícias e na forma como a notícia é escrita.

Na tradicional imprensa escrita a estrutura de uma notícia não varia muito de jornal para jornal. Assim uma notícia com a *cabeça* completa tem um *antetítulo*, um *título*, um *superlead*, já no corpo da notícia o primeiro paragrafo recebe o nome de *lead* quando apresenta os 7w's ou em português, *o quê?*, *quem?*, *quando?*, *onde?*, *como?*, *porquê?*, *para quê?*, não necessariamente por esta ordem. Há ainda duas formas para ordenar os factos da notícia dentro desta es-

trutura. A mais usada, a pirâmide invertida e ainda a construção por blocos. A Pirâmide Invertida também conhecida por "AP form" coloca no *lead* o climax, a informação mais importante, diminuindo gradualmente o interesse da acção noticiada. A este modelo estão anexadas várias qualidades, a captação de interesse, a facilidade de leitura e a poupança de tempo, já que não é necessária a total leitura do artigo para a compreensão do mesmo. A Construção por Blocos pratica um *lead* atractivo ao estilo da Pirâmide Invertida, mas neste caso não é imperativo que esta seja o clímax da notícia, é depois seguido por uma descrição de outros elementos que não seguem por ordem decrescente de importância. A construção por blocos é frequentemente usada em reportagens de dimensão média, relatos de cerimónias oficiais...

Para escrever e publicar uma notícia na web podemos tirar lições das estruturas e técnicas de redacção usadas na imprensa escrita mas seria um erro aplica-las sem ter em conta que não estamos a escrever para ser publicado em papel mas sim na web. A notícia na web não é apenas um relato textual mas sim uma interacção de diferentes elementos multimédia. Quando escrevemos uma webnotícia não estamos apenas a usar caracteres mas sim e ao mesmo tempo imagem, som, vídeo, animações e claro caracteres. Desta forma e usando todos estes elementos aliados ao hiperlink uma webnotícia carece de uma estrutura e técnicas próprias.

Há primeira vista a estrutura usada no **aKademia** apresenta para uma webnotícia parecerá apenas o começo de uma notícia da imprensa escrita; terá um título e um superlead/lead a que passaremos a chamar superlead alargado. O título em nada di-

fere de um título usado nos jornais impressos, deve ser curto, informativo, apelativo, activo... Quanto ao superlead alargado este é de grande importância pois é simultaneamente a notícia e o ponto de partida para esta. Ou seja, haverá leitores que apenas ficarão pela leitura deste superlead alargado, mas outros haverá que desejarão mais informação sobre o assunto. Para estes o superlead alargado contém os links necessários ao aprofundamento desejado do tema. Por outras palavras, quem ler o superlead alargado deve ficar a saber o que se passou, onde e quando com quem. Se desejar saber o como e porquê é sinal da vontade de alargar a compreensão do tema e para isso usará os links presentes no superlead alargado. Pode ainda querer saber mais sobre o que se passou, onde quando e com quem usando os links que esses elementos também disponibilizam permitindo assim um aprofundar da notícia ao gosto e necessidade do leitor bem como escolhendo este a ordem que lhe interessar.

No superlead alargado serão usados pequenos ícones que funcionarão como links permitindo saber de imediato ao leitor a que se está a ligar, se a um outro texto, se a uma imagem ou mesmo a som ou vídeo. Estes ícones cumprem ainda a missão de chamar a atenção do leitor para os elementos essenciais da notícia não deixando assim fugir a atenção do leitor. Sabe-se que a leitura no monitor é mais lenta e que o leitor tem tendência a não ler palavra por palavra, assim estes pequenos ícones fixam o leitor à notícia. Desta forma o leitor escolhe a profundidade de informação que quer bem como a ordem pela qual acede aos elementos informativos. Estes elementos informativos são blocos de texto, imagens, vídeos e sons.

A forma de escrever com este modelo

torna-se mais exigente e mais complexa uma vez que a frase não acaba no ponto final há que contar com a informação do link. Dentro da frase o link é um “carácter” tal como uma letra mas com a especificidade de poder ser um bloco de texto ou até uma imagem, vídeo ou um ficheiro áudio. Quando se estrutura a frase há que ter em conta esse elemento pela activa e pela passiva. Isto é, se a informação da frase só fica completa com o elemento lincável temos de ter isso em atenção e não repetir a informação desse elemento, no entanto, o leitor pode não activar o link, logo a frase deve conter a informação do link sob pena de não se perceber a notícia ou se perder informação importante. É com esta dificuldade e complexidade que o modelo de escrita usado pelo aKademia teve de lidar. Assim a frase deve ser um elemento autónomo com o significado essencial completo e ao mesmo tempo ser completada com elemento lincável, evitando a redundância.

5 Interactividade e personalização

Pela construção que se propõe da notícia esta já é por si interactiva, pois o webnauta escolhe a ordem e a profundidade da informação a que quer aceder. Como o grau de atenção que se exige é mais elevado o webnauta torna-se mais exigente que um leitor convencional, querendo assim mais que simplesmente ler.

O comentário livre é uma característica necessária e cada vez mais exigida por quem lê na web. Permite ainda enriquecer mais notícia porque acrescenta dados novos e cria uma esfera de discussão em torno do assunto, e uma notícia com mais comentários

confere-lhe mais importância, logo é mais lida.

Oferecer a possibilidade de se enviar a webnotícia por e-mail a um “amigo”, é ainda outra forma de interactividade muito interessante e útil. Sabe-se que embora o acesso à Internet seja algo individual um webnauta pertence por norma a uma comunidade virtual formada por pessoas cujo o único contacto é o e-mail, os chats e os fóruns. Estas comunidades virtuais são muito participativas e interessadas. Se um membro encontra algo que seja do interesse comum partilha-o com os outros membros. Assim oferecendo a ferramenta que possibilite o envio directo e instantâneo da webnotícia estimula-se a interactividade e a participação, dado que os outros membros da comunidade virtual lerão a webnotícia e poderão eventualmente comentá-la.

Na actual sociedade, uma “[...] sociedade com acesso a múltiplas fontes de informação e com crescente espírito crítico, a possibilidade de interacção directa com o produtor de notícias ou opiniões é um forte trunfo a explorar pelo webjornalismo.”³ Deve ser disponibilizado e e-mail do produtor da webnotícia ou opinião bem como um link que permita uma conversa em tempo real sempre que o jornalista estiver on-line.

No que respeita à personalização quem for membro registado pode escolher segundo os seus desejos e critérios certas partes da formatação de modo a que o webjornal fique mais de acordo com o que deseja. Assim para além de poder submeter notícias pode escolher também quais os temas que quer ver na manchete da sua área e até mesmo que aspecto gráfico pretende. Pode ainda rece-

ber no seu e-mail o tal lead mais alagado, estando sempre actualizado.

A possibilidade de submeter notícias faz com que a comunidade que lê o **aKademia** se interesse ainda mais pelos assuntos abordados e que seja ao mesmo tempo mais desperta para a realidade em que se insere. Assim quem lê desenvolve mais o seu espírito crítico passando também a comentar mais as notícias e a ser de uma maneira geral mais interventivo, não só no webjornal mas como na sociedade.

Devido ao pouco tempo em que o novo modelo esteve on-line a comunidade em torno do **aKademia** era relativamente pequena, começava no entanto a ser mais participativa e a despertar o interesse pelo modelo e pelo tema.

6 Bibliografia

Bibliografia citada

CANAVILHAS, João Messias; *Webjornalismo. Considerações gerais sobre jornalismo na web*; BOCC [www.bocc.ubi.pt]

Bibliografia de pesquisa

BARBOSA, Elisabete; *Interactividade: A grande promessa do Jornalismo On-line*; BOCC [www.bocc.ubi.pt]

BARBOSA, Susana; *Jornalismo on-line: dos sites noticiosos aos portais locais*; Agora.Net#2 [www.labcom.ubi.pt/agoranet]

CANAVILHAS, João Messias; *Texto inteligente e qualidde (quase) zero*; Agora.Net#1 [www.labcom.ubi.pt/agoranet]

³ Ibidem

FIDALGO, António; *E-publishig ou o saber publicar na Internet*; BOCC [www.bocc.ubi.pt]

FIDALGO, António; *Precepção e experiência na Internet*; BOCC [www.bocc.ubi.pt]

MACHADO, Elias; *O ciberespaço como fonte para os jornalistas*; BOCC [www.bocc.ubi.pt]

PUCCININ, Fabiana; *Jornalismo online e prática profissional: Questionamentos sobre a apuração e edição de notícias para web*; BOCC [www.bocc.ubi.pt]