



## **Impressão Online: front-end e back-end a serviço do webjornalismo<sup>1</sup>**

Fábio BASTOS<sup>2</sup>

Lorena TÁRCIA<sup>3</sup>

Centro Universitário de Belo Horizonte, UniBH, MG

### **Resumo**

O jornal Impressão Online dá um passo além dos webjornais hoje existentes. Além de pensar um produto com a linguagem e características do webjornalismo, procurou-se também desenvolver um Gerenciador de Conteúdo (CMS) voltado para a realidade e necessidade dos jornalistas, utilizando vocabulário apropriado. Foi o primeiro passo para um projeto mais ambicioso, de um CMS totalmente customizado para as empresas jornalísticas e seus produtos online.

**Palavras-chave:** Webjornalismo, CMS, gerenciador de conteúdo, convergência, crossmídia

### **1 Introdução**

A proposta de criação de um portal de notícias é recorrente em redações jornalísticas de qualquer meio. A possibilidade de inserção de conteúdo multimídia aliado à interação dos usuários com o conteúdo e à não-linearidade da leitura, formando por sua vez a hipermídia, linguagem considerada o alicerce da comunicação na internet, instigam profissionais da comunicação. Independente do formato midiático, a propagação do conhecimento com colaboração de usuários possibilita criar um conteúdo semântico mais comum a todos, fugindo do paradigma de que o jornalista é dono do fato.

Segundo Alex Primo (2010), houve um tempo em que críticos definiam a mídia de massa como uma ferramenta que alienava e adestrava a massa, considerada ignorante. Após alguns anos, os acadêmicos reconheceram que essa ideia de *aglomerado de anônimos* era uma fantasia. Ainda assim, o autor cita que os críticos continuavam seduzidos pela ideia de que os conteúdos massivos eram *maus* e a mídia alternativa (rádios livres, TVs piratas e fanzines) eram *bons mocinhos*. Ele define que, hoje, após um amadurecimento das mídias digitais, essa concepção maniqueísta não faz nenhum sentido.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Jornalismo Online, modalidade site jornalístico – jornal online (conjunto/série)

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante graduado em Dezembro de 2010. Curso Jornalismo email: [fabiotblima@gmail.com](mailto:fabiotblima@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professor do Curso Jornalismo, email: [lorenatarcia@gmail.com](mailto:lorenatarcia@gmail.com)



Esses novos paradigmas trouxeram também, com o tempo, uma modificação em áreas do conhecimento como Tecnologias da Informação (TI) e a Comunicação. Antes consideradas distantes, agora as duas áreas unem forças para produzir essa nova comunicação, e a letra C é parte da sigla antes conhecida somente como TI, agregando mais uma palavra, Comunicação, e formando a sigla TIC. Essa necessidade surgiu quando não se podia mais definir informação como comunicação, pois, como foi esta última tem mais valor agregado quando pensamos em pessoas que se comunicam, principalmente através da internet, e o sentido de informações da TI é ligado a dados relacionais (SILVA, 2003).

Segundo Silva (2003), a TI sempre se concentrou no T da sigla, não se preocupando com a informação e sua complexidade. A revolução da informação focou mais a letra I, questionando o significado e a finalidade. Isso redefiniu as tarefas a serem executadas com auxílio da tecnologia da informação e a possibilidade que ela tem de gerar conhecimento e de comunicação.

A criação do jornal Impressão Online proporcionou a união de conhecimentos de Comunicação e de Sistemas de Informação para a implementação de um produto jornalístico feito na medida para que jornalistas possam trabalhar e inserir conteúdo sem necessidade de conhecimento prévio da ferramenta. Tanto a interface pública (front-end) do objeto de estudo quanto sua área de administração (back-end) foram baseadas em estudos dos gêneros webjornalísticos de João Canavilhas (2009) e no formato padrão já existente do Jornal Impressão *offline*. Apesar das editorias não serem genéricas como as dos demais portais ou jornais, elas remetem a áreas de conhecimento e a gêneros como entrevistas, resenhas, entre outros.

A transdisciplinaridade proporcionou que o Laboratório de Convergência de Mídias do UniBH construísse um portal de notícias que não só atende ao quesito de ser um formato hipermediático da sua versão impressa. Ele também possui um gerenciador de conteúdos (CMS) próprio, no qual os responsáveis pela inserção de notícias no site podem gravar, alterar, excluir e revisar textos, imagens, vídeos e infográficos.

O processo de criação de um CMS próprio foi a base para que a realização do nosso projeto do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Após uma tentativa de deixar a página estática – sem CMS – e dependente de uma pessoa para fazer alterações, houve a necessidade de algo dinâmico. Mesmo após a criação do gerenciador, ainda houve pontos a melhorar, e aí entrou a discussão da monografia, que era analisar os CMS mais usados atualmente, Wordpress e Joomla!, e contrastá-los com um gerenciador



totalmente otimizado para o jornalismo, levantando uma discussão sobre usabilidade em interfaces de administração de sites.

O resultado do Jornal Impressão Online é e deve ser melhorado periodicamente, à medida que forem encontrados obstáculos para a tarefa primeira, que é inserir conteúdo hipermidiático em webjornais. Assim como os CMS já amplamente conhecidos como os citados acima, o Jornal Impressão tende a crescer em escalabilidade e funcionalidades inerentes à prática do webjornalismo.

## **2 Objetivo**

O objetivo do trabalho de criação do Jornal Impressão Online foi proporcionar a prática do webjornalismo em forma laboratorial para que os estudantes pudessem ter acesso às mesmas informações encontradas na versão impressa do periódico, mas também com complementos, como infográficos animados, galerias interativas, entre outros. Além deste conteúdo completamente adequado ao ambiente online e em crossmídia com o impresso, a equipe do laboratório de Convergência de Mídias do UniBH também produz conteúdo exclusivo e em convergência com as disciplinas do curso, demais laboratórios (Jornalismo Impresso, Comunicação Organizacional e Rádio/TV), webrádio e TV universitária.

Antes do portal, não havia um site dinâmico do UniBH com esse tipo de informação periódica e baseada em portais de notícias. A implementação do site veio da ideia inicial do estágio no Laboratório de Convergência de Mídias da instituição.

O Laboratório de Convergência de Mídias do UniBH é um local onde os alunos podem desenvolver projetos de comunicação, webjornalismo e convergência de mídias, testar ferramentas e ações presentes em diversas formas de propagar conhecimento na internet, como blogs, redes sociais, sites, coberturas multimídia entre outros.

Outro objetivo do site era dar base a novas experiências já encontradas na Web, que é a segmentação de informações e a troca delas em diferentes dispositivos. Sirotsky (2006) afirma que em pouco tempo, qualquer conteúdo trafegará em qualquer tipo de mídia e todos os sistemas de informação (TV, rádio, Internet, satélite, cabo e outras) terão conteúdos oriundos da mesma fonte. Essa verdade do autor, no nosso entendimento, pode ser ratificada pela simples implementação da linguagem de marcação chamada XML.

O parágrafo acima explica a necessidade dos sites, principalmente portais de notícias, produzirem conteúdo não só para si mesmos, mas para serem difundidos e



compartilhados pela internet em qualquer dispositivo. O Impressão Online possui o arquivo XML para os chamados Feed RSS. Através desse arquivo, qualquer usuário que tenha um leitor, ou mesmo seu serviço de e-mail, pode receber as notícias do site instantaneamente ou implementar em outros sites de notícias e ser alimentado dinamicamente e remotamente.

Outro objetivo alcançado pelo site foi a criação de um gerenciador de conteúdos (CMS) próprio para que os alunos pudessem inserir notícias e que estas pudessem ser editadas por um outro responsável antes de realmente estar online. Além disso, esse CMS deve dar suporte à multimídia para que o conteúdo possa ser realmente interativo e hipermidiático.

Ainda sobre hipermídia, o site possui um sistema de cadastro de comentários para cada notícia inserida, sem necessidade de autorização antes de ser postado. Isso dá transparência à publicação, deixando que os usuários realmente possam interagir com o texto, dando novas informações ou colocando sua opinião. Entretanto, para o caso de comentários fugirem de uma política de boa educação ou terem conteúdo ofensivo, eles podem ser alterados ou mesmo deletados por qualquer usuário que tenha acesso à administração do site.

### **3 Justificativa**

#### **3.1 Jornalismo Online**

No jornalismo online, o texto, considerado o principal recurso do jornalista, torna-se uma de suas ferramentas na disciplina de transmitir fatos. Com a evolução das tecnologias de informação e comunicação, novas possibilidades midiáticas apareceram na Web. Sites começaram a transmitir conteúdos de programas de rádio e trechos de notícias veiculadas da TV foram disponibilizadas em portais das emissoras. Mas o jornalismo online, como modalidade, precisava evoluir e criar sua própria linguagem (MIELNICZUK, 2003).

Com o tempo, surgiram redações específicas para a internet e até portais com locuções e programações exclusivas para a Web. Essa nova modalidade de jornalismo foi denominada Webjornalismo (MACHADO; BORGES; MIRANDA, 2003).

Canavilhas (2005) aponta algumas razões que levam consumidores de notícia a preferirem o formato online. Segundo ele, os fatores principais são a possibilidade de personalização da informação, o formato multimídia como alternativa para compreensão



de conteúdo e a atualização permanente das notícias. Além disso, o autor informa que a interação com os jornalistas também é levada em conta quando um cliente resolve pagar pelo conteúdo fornecido por webjornais.

### **3.2 Convergência de mídias**

Burke e Briggs (2006) conceituam convergência, explicando que a palavra é utilizada desde a década de 1970 para designar o casamento entre computadores e telecomunicações. Eles também informam como o termo influencia na própria definição de comunicação, que, em alguns dicionários, já mudou diversas vezes nos últimos 25 anos. Os autores enfatizam a definição de “comunicação baseada em troca de informações, principalmente através de meios eletrônicos” no Oxford English Dictionary (1972).

Henry Jenkins (2009) chama de Cultura da Convergência os movimentos que ultrapassam a convergência tecnológica (como o smartphone). Para Alex Primo (2010), o autor vai além, pensando sobre a relação entre pessoas e a indústria. Primo exemplifica mostrando casos como jovens que, enquanto assistem seriados americanos, tuitam sobre o assunto e demonstram abertamente sua torcida pelo protagonista. Outro exemplo do autor são os programadores que criam novos cenários para seus jogos preferidos e disponibilizam abertamente para download.

Gosciola (2003) diz que a convergência das tecnologias digitais acelera os processos de comunicação. Essa hibridização de tecnologias e linguagens, segundo Santaella (2004) é comumente chamada de convergência de mídias. Para ela, a mescla de diferentes setores tecnológicos e variadas mídias que antes eram separadas e interpretadas como elementos únicos da comunicação agora convergem em um único aparelho, que é o computador.

Ainda assim, ela explica que para alguns autores, como Castells (2003), só haveria a convergência de mídias quando a integração da televisão com as redes fosse uma realidade, assim, nomeada como a TV interativa. Isso é o que tem acontecido com os investimentos atuais de grandes corporações envolvendo fusões de diferentes meios de comunicação. Mas, para Santaella (2004), isso não significa que a convergência de mídias não esteja acontecendo há tempos na Internet. Prova disso são as versões digitais de TV e rádio encontradas na rede. A autora enfatiza que sem a convergência de mídias não seria possível existir a linguagem da Web, que é a hipermídia.



Outro importante aspecto da convergência de meios observado por Jenkins (2009) são as mídias cruzadas (crossmídia), ou seja, as chamadas e complementariedade de informações entre mídias distintas, como do impresso para o online, do online para a TV e o rádio ou vice-versa.

### **3.3 CMS e Jornalismo**

Ao se criar um CMS (*back-end*), deve ser levada em conta a possibilidade de facilitar a forma como cada profissional poderá inserir o seu trabalho no website. Por exemplo, se a equipe de desenvolvimento consiste de um designer gráfico e alguns jornalistas, deve-se permitir que eles consigam trabalhar sem interferir na produção um do outro e, principalmente, inserir conteúdo sem necessitar de aprendizados complexos sobre o sistema gerenciador. “Precisamos permitir que cada um se concentre no que é melhor e juntar sua saída para fornecer o superserviço de notícia” (Welling e Thomson, 2005, p. 481).

Um sistema ideal de CMS para páginas de notícias, segundo Welling e Thomson (2005) deve aumentar a produtividade tendo os escritores concentrados no textos e os designers no projeto; permitir ao editor a revisão das matérias e decisão sobre quais devem ou não ser publicadas; aparência e comportamento consistentes por todas as páginas do site, utilizando modelos (ou templates); permitir que escritores acessem somente a área designada à atualização de notícias; permitir que a aparência e comportamento do projeto sejam modificados em uma seção específica ou por todo o site; e impedir que o conteúdo ao vivo seja alterado.

Avaliando as formas com que o conteúdo pode ser inserido na página, os autores sugerem que a edição através da Web é a escolha mais prática, permitindo que em qualquer localidade se possa acessar o gerenciador e realizar a ação. Os dados inseridos nas caixas de textos presentes nos CMSs são enviados e armazenados em bancos de dados.

Atualmente, a edição de textos e inserção de fotos e arquivos multimídia dentro do conteúdo das notícias já pode ser feito através de um editor otimizado, chamado de WYSIWYG (*What You See is What You Get* ou *o que você vê é o que você tem*), que permite realizar em tempo real tarefas como alteração de cores, tipografia, inserção de imagens, entre outros, dentro do padrão do software Microsoft Word, amplamente conhecido e utilizado por jornalistas. Esse padrão de edição pode ser encontrado tanto em CMSs existentes quanto nos personalizados.

## **4 Métodos e técnicas utilizados**

### **4.1 Arquitetura de Informação**

Rosenfeld e Morville (2002) explicam que a organização da informação em websites é um fator primordial para determinar seu sucesso. A navegação, rotulação e indexação do conteúdo estão intrinsecamente ligadas à Arquitetura de Informação. É necessário pensar em estruturas hierárquicas para a navegação primária, assim como a rotulação de categorias para definir o conteúdo que cada uma delas contemplará. Já a indexação consiste em organizar itens de conteúdo em um nível muito mais detalhado, através das chamadas tags, que são como palavras-chave dentro de um sistema, através das quais informações específicas podem ser encontradas e relacionadas entre si.

Além disso, os autores explicam que várias áreas de conhecimento podem ser responsáveis pela prática da Arquitetura de Informação, cada uma com uma característica especial. Para eles, os jornalistas são como bibliotecários treinados para organizar informações, mas de uma forma diferente. Se o website é focado em informação dinâmica, como uma revista online, Rosenfeld e Morville (2002) definem o jornalista como a pessoa certa para escolher como essa informação poderia ser mais bem organizada e apresentada. Outro fato pontuado pelos autores é o da experiência que os jornalistas têm com a escrita. Assim, eles são bons candidatos para serem arquitetos de sites com grande conteúdo para ser editado.

Baseado na estrutura da versão impressa, o Impressão Online teve sua arquitetura calcada nas editorias já existentes, que definem, de forma metafórica os gêneros jornalísticos. Sendo assim, a Home Page do site é dividida em colunas que apresentam as últimas matérias adicionadas em cada editoria. Um Box específico para a editoria chamada Do!s, que é a de cultura, fica à direita, ganhando destaque, assim como na versão impressa tem um caderno específico.

Há também um banner interativo com as notícias selecionadas como destaque. Esse destaque é dado pelo editor das matérias, responsável por marcar, dentro do gerenciador de conteúdos, a opção “sim” ou “não” para esse quesito. O banner é interativo, pois o usuário pode navegar em sua estrutura antes de escolher qual notícia deseja abrir.



Outra parte com destaque no site é o dossiê. Presente em cada edição impressa, o dossiê é feito com notícias de várias perspectivas sobre um tema central. Ele então, na versão online, é transformado em um hot site com chamada em todas as páginas do site.

O Janela de Ideias é outro site desenvolvido pelo Laboratório de Comunicação Organizacional e também tem destaque na Home Page do Impressão Online.

A versão impressa do Jornal Impressão também ganha destaque no site, pois é disponibilizada em formato PDF. No sistema de crossmídia, os complementos hipermídia acrescidos à matéria do jornal impresso são *carimbadas* abaixo de cada notícia de sua versão analógica, chamando para a versão digital.

#### **4 Descrição do Produto ou Processo**

O Impressão Online tem sua interface simples e de fácil navegação. É limpo e apresenta uma estrutura de Home Page que já define as últimas notícias inseridas de cada categoria, ajudando o usuário a iniciar sua navegação.

As páginas internas do site são divididas entre página da notícia escolhida, da categoria selecionada e a página de buscas. Além disso, o usuário encontra também uma página de contato, com créditos da equipe participante dos laboratórios de jornalismo impresso e de convergência de mídias do UniBH.

Sobre as páginas internas, a de notícias apresenta o texto completo da notícias que o usuário escolheu e clicou. À direita há uma barra lateral que apresenta mais notícias da mesma editoria em destaque. E abaixo da notícia há a área de tags, com links relacionados ao tema da matéria e que remetem para a página de busca como uma palavra-chave. Além das tags, há um campo de comentários, em que o usuário pode interagir com os textos. É comum encontrar nas páginas de notícias material multimídia, como imagens, galerias de foto, vídeos, linhas do tempo interativas, entre outros.

Já a página que apresenta a editoria escolhida no menu superior do site tem à direita uma barra lateral que mostra quais matérias foram mais lidas naquele editoria específica. Isso também acontece na página de buscas, pois ela é utilizada como o local para onde o usuário é levado quando procurou algo no site, mas que não foi encontrado diretamente no banco de dados.

Além disso, o CMS (*back-end*) do Jornal Impressão é totalmente customizado de acordo com as necessidades dos jornalistas que o produzem. Notícias, legendas, créditos, editorias, sub-editorias e versal são termos próprios do repertório dos



estudantes de jornalismo o que facilita o trabalho de publicação das notícias em formato hipermídia (Fig. 1)

Figura 1: gerenciador de conteúdo, back-end do Impressão Online

## 6 Considerações Finais

A proposta do Laboratório de Convergência de Mídias, ao criar o Impressão Online, foi de ir além da adequação da linguagem e construção de um webjornal coerente com as características da internet. A preocupação com usabilidade, arquitetura da informação e um gerenciador de conteúdos customizado para as necessidades do webjornalista são os diferenciais da nossa proposta. Além disso, trabalhamos dentro do conceito de convergência e crossmídia, não apenas entre os diversos veículos (tv, rádio, jornal e revista) da instituição, mas também entre os laboratórios e as disciplinas do curso. Esta proposta ainda se encontra em estágio de amadurecimento. Pretendemos ampliá-la e customizá-la constantemente, criando um *back-end* baseado nos gêneros do jornalismo e do webjornalismo. Uma ferramenta de fundo usável, permite o foco no



conteúdo e agiliza o trabalho de publicação das notícias, que pode ser feito por jornalistas de todas mídias. Esta facilidade se reflete na qualidade do *front-end*, a parte visível do nosso esforço em proporcionar um webjornalismo de qualidade dentro dos conceitos de usabilidade, interatividade e em consonância com as características da web.

### **Referências bibliográficas**

BURKE, Peter & BRIGGS, Asa - Uma história social da mídia - de Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada. Lisboa: 2005. Disponível em: [www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-Webjornalismo-piramide-invertida.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-Webjornalismo-piramide-invertida.pdf). Acessado em: 10/2010.

CASTELLS, Manuel. A Era da Informação: economia, sociedade e cultura – Volume I : A Sociedade em Rede. Lisboa: Ed. Fundação Calouste Gulbenkian, 2002.

GOSCIOLA, Vicente. Roteiro para as novas mídias - do game à TV interativa. São Paulo: Ed. Senac, 2003.

JENKYN, Henry. Convergence Culture: where old and new media collide. New York University Press. 2009

MACHADO, E.; BORGES, C.; MIRANDA, M. Modelos de produção de conteúdos no jornalismo baiano. In: MACHADO, E.; PALACIOS, M. Modelos de jornalismo digital. Salvador: Calandra, 2003.

MIELNICZUK, Luciana. Características e implicações do jornalismo na Web. Trabalho apresentado no II Congresso da SOPCOM, Lisboa, 2001

PRIMO, Alex. Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2009.

PRIMO, Alex. Quem manipula quem?. Revista W, Rio de Janeiro, n. 121, página 90, 2010.

ROSENFELD, Louis. MORVILLE, Peter. Information Architecture for the World Wide Web: Designing Large-Scale Web Sites. 2 Ed. O'Reilly: 2002.

SANTAELLA, Lucia. Navegar no Ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo. Paulus. Nacional: 2004.

SILVA, Ricardo Vidigal da; NEVES, Ana. Gestão de Empresas na Era do Conhecimento. Lisboa, Serinews Editora, 2003.



SIROTSKY, Nelson. Convergência da mídia e o futuro dos veículos. Revista da ESPM. São Paulo, v. 13, ano 12, n. 1, p. 36-46. jan.fev. 2006.

WELLING, Luke. THOMSON, Laura. PHP & MySQL: Desenvolvimento Web. São Paulo: Campus, 2005.