

1 Introdução

Há mais de 40 anos, Herbert Marshall McLuhan, professor e filósofo canadense, deu origem à expressão "o meio é a mensagem" [McLuhan 1964]. No seu argumento, novas tecnologias (como alfabetos, prensas de impressão e até a fala em si) exercem um efeito sobre a cognição, que por sua vez influencia a organização social e a forma como as pessoas se comunicam.

Segundo McLuhan, "mensagem" é "a mudança de escala, ritmo ou padrão" que uma nova invenção ou inovação "introduz nas questões humanas". A Internet, mais especificamente a WWW, são claramente "mensagens" neste sentido e se constituem novas mídias. Por extensão, a Web Semântica [Berners-Lee et al, 2001] ou Web 3.0 sendo um novo formato de conteúdo para Web, onde computadores são capazes de extrair significados dos conteúdos acessados na Web, e conseqüentemente, processá-los, é também uma nova mídia.

Diante desse cenário, as empresas jornalísticas tem pela frente o desafio de rever a forma como produzem conteúdo para Web, a fim de adaptar a mensagem a este novo meio. Nesta iniciativa, surge a oportunidade de se utilizar os recursos da Web Semântica para melhorar a cadeia produtiva e entregar para o usuário final uma experiência mais rica.

Este trabalho de pesquisa teve como principal objetivo definir e testar um modelo de publicação de conteúdo jornalístico apoiado pela Web Semântica. O modelo serviu como ferramenta de apoio para produtores de conteúdo durante o processo narrativo, auxiliando na melhoria do processo de produção e na criação de conteúdos mais ricos em significado e diversidade. Mais especificamente, foram utilizadas representações de modelos de narrativa que permitiram a composição de forma semiautomática de matérias jornalísticas em mídia digital.

O modelo tem como base as características do domínio do conteúdo a ser produzido e as características das estruturas narrativas adequadas para este domínio.

A solução foi especializada, inicialmente, para o domínio de futebol. Mais especificamente, para dar suporte a criação de narrativas acerca de um jogo. Uma ontologia de futebol foi criada para representar de forma semanticamente correta um jogo de futebol. Desta forma, foi possível mapear os eventos, agentes e participações possíveis em um jogo. Para experimentar o processo de autoria de conteúdo web sugerido neste trabalho foi desenvolvida uma ferramenta que identifica personagens, fatos importantes e outros fatos do domínio de futebol relacionados aos acontecimentos do jogo e disponibiliza essas informações para o produtor de conteúdo durante o processo de criação de matérias.

No capítulo 2 serão apresentados os principais fundamentos usados neste trabalho e os principais trabalhos relacionados que foram identificados. Conceitos sobre Web Semântica, *Linked Data*, Ontologias e Modelagem de Ontologias serão apresentados neste capítulo.

O terceiro capítulo, Modelo de publicação de conteúdo jornalístico na web, apresenta de forma simplificada, o modelo de publicação usado na organização onde a pesquisa foi realizada e o novo modelo proposto neste trabalho.

No quarto capítulo, Modelos de ontologias, é apresentada a ontologia de futebol e os modelos de estereótipos e esquemas narrativos desenvolvidos, assim como as metodologias usadas na construção desses artefatos.

O capítulo 5 descreve o protótipo desenvolvido e como foi o experimento realizado por um grupo de jornalistas em ambiente real.

No sexto capítulo, Conclusões e próximos passos, são apresentadas as principais conclusões sobre o trabalho e as oportunidades de trabalhos futuros relacionados.

Por último, no capítulo 7 Referências bibliográficas, são apresentadas as referências bibliográficas usadas.