



## 30 ENCONTRO REGIONAL NORTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA

“50 anos do Golpe Militar no Brasil”

10 e 11/abril - Boa Vista/RR - UFRR

comunicação moderna e após vários anos de teste, aperfeiçoamento, erros e acertos. A breve história do *webjornalismo* tem sua origem numa fase que prepara as redações para a passagem do impresso para a *web*. Desde esse momento, de forma contínua, o jornalismo vem passando por mudanças que, na fase atual, dão indicativos quanto à consolidação de suas características próprias.

Como trabalhar com o *webjornalismo* é algo muito amplo, afinamos nossa pesquisa para os *sites* jornalísticos, mais precisamente, os Portais de Notícias. Ainda assim, o portal nos traz um imenso leque de opções. Há, nele, muitos *links* e *hiperlinks*. Então delimitamos para esse estudo trabalhar com a *Home-Page* do Portal Macuxi. Recortamos para observação, realizada entre os dias 03 e 09 de novembro de 2013, sua Página Inicial.

Escolhemos este *site de notícias* diante de uma gama de 21 *websites* que tem base no Estado do Roraima, por ele ser um Portal em que as notícias são criadas exclusivamente para a *web*. O Portal Macuxi não possui outra plataforma de divulgação de conteúdo.

Para a delimitação do tema, levamos em consideração três importantes ingredientes no momento da formulação da pesquisa: relevância, viabilidade e utilidade. O trabalho é relevante, útil e viável, por ser realizado em um *site* de notícias do próprio Estado; por não haver registros de outros tipos de pesquisa referentes a este assunto em Roraima; e, por ele ser o marco inicial para futuras pesquisas na área.

O objetivo geral do estudo é analisar o Portal Macuxi e verificar de que forma ele produz, publica e atualiza suas matérias. Os objetivos específicos são: conhecer o Portal Macuxi, regatar a sua história e apresentá-lo em todas suas seções; estudar de que forma as características do *webjornalismo* são incorporadas pelo jornal; averiguar quais são os critérios que definem a escolha das manchetes (notícias principais publicadas no *slideshow* da página inicial do Portal); apurar quais as editorias que possuem maior destaque em suas manchetes; e, fazer uma análise crítica sobre os critérios de atualização do Portal.

Na pesquisa nosso método de trabalho foi resultante de um somatório de técnicas que agregou estudo de caso, estudo exploratório, consulta bibliográfica e entrevista. Em um primeiro momento buscamos diferentes tipos de obras que abordassem o assunto pesquisado em livros e artigos e em seguida fizemos a triagem de todo material pesquisado. Para aplicabilidade do levantamento de dados, utilizamos entrevistas semiestruturadas. E, finalmente, escolhemos aleatoriamente o recorte de uma semana da



página inicial do Portal, a fim de analisar a produção, publicação e atualização das notícias, que, unidos aos dados bibliográficos e entrevistas, nos ajudaram a obter uma interpretação minuciosa do *site* em estudo.

## 1. A internet e o Webjornalismo

Apesar de ter se passado mais de uma década que o Jornalismo conheceu a internet, e já existirem inúmeros estudos sobre o tema, ainda não há registros seguros nem um consenso em relação às terminologias usadas quando falamos do jornalismo praticado na internet, para a internet ou com o auxílio da internet. Existem registros de autores que utilizam a expressão “jornalismo *online*”, “jornalismo *digital*”, “jornalismo *eletrônico*”, “jornalismo *multimídia*” e “*ciberjornalismo*”, conforme explica Mielniczuk (2003, p. 22). De acordo com Canavilhas (2001), para designar as nomenclaturas no jornalismo, basta seguir uma lógica,

[...] de certa forma, o conceito de jornalismo encontra-se relacionado com o suporte técnico e com o meio que permite a difusão das notícias. Daí derivam conceitos como jornalismo impresso, telejornalismo e radiojornalismo”. É, pois, com naturalidade que se introduz agora o conceito de *webjornalismo* e não de jornalismo *online* (Murad, 1999, apud CANAVILHAS, 2001, p. 2).

Já Santi (2009, p. 5) em “*O processo de apuração no webjornalismo de quarta geração*”, explica com mais detalhes o que Canavilhas (2001) definiu:

O autor aponta que para designar o jornalismo desenvolvido para a televisão, utilizamos “telejornalismo”; o jornalismo desenvolvido para o rádio “radiojornalismo”; e também chamamos de “jornalismo impresso” àquele que é feito para os jornais impressos em papel. É dessa forma, portanto, que podemos usar “*webjornalismo*” para falar o jornalismo feito para a *Web*.

Portanto, a terminologia ***webjornalismo*** será o termo/conceito utilizado neste trabalho, pois o termo traz consigo a ideia de que podemos explorar todas as potencialidades que a internet oferece, apresentando um produto completamente novo: a *webnotícia*.

Como muitas tecnologias a internet surgiu por acaso no final na década de 1970 nos Estados Unidos. No Brasil ela só começou a operar comercialmente em 1995. Ao longo



## 30º ENCONTRO REGIONAL NORTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA

“50 anos do Golpe Militar no Brasil”

10 e 11/abril - Boa Vista/RR - UFRR

desse mesmo ano, a internet brasileira cresceu, tanto em número de provedores quanto de usuários e de serviços prestados. Um crescimento natural do mercado, que modificou o jornalismo brasileiro. Afinal, a internet apresenta-se para o jornalista como uma ferramenta que une o som do Rádio, os vídeos da TV e as informações do Impresso em um só lugar. Nascia, assim, o *Webjornalismo de Primeira Geração*<sup>30</sup>.

Nesta fase, conforme Mielniczuk (2003, p. 32):

Os produtos oferecidos eram reproduções de partes dos grandes jornais impressos. [...] o que era chamado então de ‘jornal *online*’, na *Web*, não passava da transposição de uma ou duas das principais matérias de algumas editorias. Esse material era atualizado a cada 24 horas, de acordo com o fechamento das edições do impresso. A rotina de produção de notícias é totalmente atrelada ao modelo estabelecido nos jornais impressos.

A internet brasileira consolidou-se apenas em 1997. A partir daí o conteúdo em língua portuguesa tornou-se significativo e empresas, bancos, universidades e até o governo fizeram questão de entrar nesse novo mundo midiático. Em 1998, uma pesquisa realizada pela Folha de São Paulo e pelo Datafolha, estimava que o número de internautas brasileiros aproximava-se de dois milhões de pessoas.

Nesta época, o *Webjornalismo* encontrava-se em fase de mudança, iniciando sua *Segunda Geração*, onde os *links* começaram a ser explorados pelos jornalistas, uma mostra do avanço do antigo modelo do jornal impresso, segundo explica Mielniczuk (2003, p. 34):

Ao mesmo tempo em que se ancoram no modelo do jornal impresso, as publicações para a *Web* começam a explorar as potencialidades do novo ambiente, tais como *links* com chamadas para notícias de fatos que acontecem no período entre as edições; o *e-mail* passa a ser utilizado como uma possibilidade de comunicação entre jornalista e leitor ou entre os leitores, através de fóruns de debates e a elaboração das notícias passa a explorar os recursos oferecidos pelo hipertexto.

A chegada dos portais de notícias (a partir de 1999 com a criação do Globo.com), com produções jornalísticas especialmente desenvolvidas para a *web*, anunciava também a chegada do *Webjornalismo de Terceira Geração*. Esse terceiro estágio é marcado por uma produção jornalística especificamente criada para a *web*. Nessa fase há o enriquecimento da narrativa jornalística, sobretudo pelo uso de recursos multimídia e de interatividade,

<sup>30</sup> Classificação do *Webjornalismo* conforme os autores Pavlik (2001), Silva Jr, (2002), Palacios (2002), e Mielniczuk (2001).



dentre outros. Mielniczuk (2003, p. 36) confirma esse conceito ao falar que:

Nesse estágio, entre outras possibilidades, os produtos jornalísticos apresentam recursos em multimídia, como sons e animações, que enriquecem a narrativa jornalística; oferecem recursos de interatividade, como *chats* com a participação de personalidades públicas, enquetes, fóruns de discussões; disponibilizam opções para a configuração do produto de acordo com interesses pessoais de cada leitor/usuário; apresentam a utilização do hipertexto não apenas como um recurso de organização das informações da edição, mas também começam a empregá-lo na narrativa de fatos.

Bardoel e Deuze (2001) e Palacios (2002) conceituam que o *webjornalismo* em sua terceira geração, deve atender a algumas características básicas: a **Multimedialidade**<sup>31</sup>, a **Interatividade**<sup>32</sup>, a **Hipertextualidade**<sup>33</sup>, a **Personalização**<sup>34</sup>, a **Memória**<sup>35</sup> e a **Atualização Contínua**<sup>36</sup>.

Na linha evolutiva das pesquisas aplicadas ao *webjornalismo*, para alguns autores há, ainda, o *Webjornalismo de Quarta Geração*, referindo-se ao impacto do uso das bases de dados na narrativa *webjornalística*. Para Machado (2004, p. 3), a quarta geração organiza as informações em bancos de dados complexos, que são empregados no jornalismo e que permitem a recuperação rápida de informações, “os dados armazenados em Bancos de Dados complexos são tudo menos uma simples coleção de itens”. Santi

<sup>31</sup> Trata da “[...] convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico. A convergência torna-se possível em função do processo de digitalização da informação e sua posterior circulação e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade (PALACIOS, 2003, p. 3)”.

<sup>32</sup> Trata da “[...] a capacidade de fazer com que o leitor/usuário sinta-se mais diretamente parte do processo jornalístico. Isto pode acontecer de diversas maneiras: pela troca de *e-mails* entre leitores e jornalistas, através da disponibilização da opinião dos leitores, como é feito em *sites* que abrigam fóruns de discussões, através de *chats* com jornalistas, etc. (BARDOEL e DEUZE, 2001, p. 5)”.

<sup>33</sup> “Esta se relaciona com as propriedades de hipermídia de forma combinada, permutacional e interativa de multimídia, em que textos, sons e imagens (estáticas e em movimento) estão ligados entre si por elos probabilísticos e móveis, que podem ser configurados pelos receptores de diferentes maneiras (MACHADO, 2004, p. 4)”.

<sup>34</sup> “Está diretamente relacionada à Interatividade, sendo resultado da relação entre leitor e notícia/conteúdo. As escolhas do leitor são o primeiro passo para o acesso a todos os conteúdos disponibilizados no *webjournal*. Portanto, a Personalização está próxima da dissertação, uma vez que o usuário tem condições de fazer e/ou modificar o processo, ou ainda construir de acordo com sua mediação (ZUIN e CORREIA, 2008, p. 13)”.

<sup>35</sup> Conforme PALACIOS e RIBAS (2007, p. 49) a Memória permite que o usuário acesse qualquer conteúdo a qualquer hora e estabeleça seu próprio fluxo de leitura, criando uma relação particular com a temporalidade. Esse acúmulo de informações é mais viável técnica e economicamente na *web* do que em qualquer outra mídia.

<sup>36</sup> “[...] aos poucos, a periodicidade de atualização começou a crescer. Passou a ser comum que os sites jornalísticos, mesmo mantendo uma determinada periodicidade de atualização, passassem a oferecer uma “janela” em funcionamento contínuo, com as últimas notícias, geralmente através de um serviço de agência (PALACIOS e RIBAS, 2007, p. 51)”.



(2009, p. 7) explica que:

O Webjornalismo de quarta geração (4G) vai se utilizar de banco de dados que, devido à tecnologia internet, junto com as linguagens de programação muito dinâmicas, passaram a gerar páginas que somente existem devido às solicitações do usuário ao navegá-las; e/ou telas que podem apresentar áreas de informações flexíveis em estruturas que possibilitam a co-relação de dados e de campos informativos.

É interessante ressaltar que as mencionadas gerações do *webjornalismo* não são excludentes, mas é possível localizar marcas distintas convivendo num mesmo produto.

## 2. O Webjornalismo em Roraima

Nessa esteira surgiram os primeiros *sites* de notícias do Estado de Roraima. Criado em agosto de 2002, o pioneiro *BV News* nasceu a partir da ideia de dois jovens roraimenses que queriam oferecer uma nova forma de comunicação para o público local. Munidos de um computador, algumas ideias e muita vontade de trabalhar, o *webdesign* Michael da Silva Siqueira e o jornalista Raustman Gondim decidiram colocar a ideia de um *website* local em prática.

Após este, muitos outros foram criados e hoje, existem 21 *websites* jornalísticos em Roraima (ver Tabela 1), porém apenas 13 estão em funcionamento, um está em manutenção e sete deixaram de existir por diversos motivos. Não há registros de análises sobre nenhum deles.

Tabela 1: Lista dos *sites* de notícias em Roraima, com seus respectivos endereços na web.

JORNAL	ENDEREÇO NA WEB	SITUAÇÃO ATUAL
1 - Boa Vista Agora	www.boavistaagora.com	Em funcionamento
2 - Boa Vista Já	www.boavistaja.com	Em funcionamento
3 - Boa Vista Notícias	www.boavistanoticias.com.br	Fora do ar
4 - Brasil Norte	www.brasilnorte.com.br	Em manutenção
5 - BV News	www.bvnews.com.br	Em funcionamento
6 - Fato Real	www.fatoreal.com.br	Em funcionamento
7 - Folha de Roraima	www.folharoraima.com.br	Em funcionamento
8 - Fonte Brasil	www.fontebrasil.com.br	Em funcionamento
9 - Guia Roraima	www.guiaroraima.com.br	Fora do ar
10 - Jornal do Rádio	www.jornaldoradio.com	Fora do ar
11 - Jornal Sul de Roraima	www.sulderoraima.com	Fora do ar
12 - Jota 7	www.jota7.com	Em funcionamento
13 - Mucajaí	www.mucajai.com	Fora do ar



## 30º ENCONTRO REGIONAL NORTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA

“50 anos do Golpe Militar no Brasil”

10 e 11/abril - Boa Vista/RR - UFRR

14 - Política com Pimenta	www.politicacompimenta.com	Em funcionamento
15 – Portal Macuxi	www.macuxi.com	Em funcionamento
16 - Portal Roraima 20	www.roraima20.com	Fora do ar
17 - Roraima Brasil	www.roraima-brasil.com	Fora do ar
18 - Roraima em Foco	www.roraimaemfoco.com	Em funcionamento
19 - Roraima Hoje	www.roraimahoje.com	Em funcionamento
20 - Roraima Notícias	www.roraimanoticias.com.br	Em funcionamento
21 - Tribos de Roraima	www.tribosderoraima.com.br	Em funcionamento

Fonte: Elaboração própria.

### 3. O Portal Macuxi

O **Portal de Notícias**, que brotou na segunda geração e se solidificou na terceira fase do *webjornalismo*, é um *site* que centraliza características específicas como apresentar na Página Inicial chamadas para conteúdos diferentes de várias origens, dispostos em vários editoriais. A Página Inicial do Portal contém, portanto, informações gerais e especializadas, serviços de *e-mail*, canais de *chat* e relacionamento, *shoppings* virtuais, mecanismos de busca na *web*, entre outros, cuja intenção é ser a porta principal de acesso a orientar a navegação do usuário pela *web*.

Para Camargo e Becker (1999), o objetivo desse tipo de *site* é claro: direcionar os passos do internauta para tentar mantê-lo o maior tempo possível no portal. Fidalgo (2001, p.32) fala que a informação na internet está cada vez mais concentrada nos Portais, pois eles “funcionam como ponto de chegada, organização e distribuição de informação”.

No que se diz respeito ao *webjornalismo*, os Mega Portais abriram caminho para o surgimento de outra modalidade: os **Portais Locais**, como o **Portal Macuxi**. Eles se concentram na oferta de serviços e conteúdo direcionados a uma localidade ou região específica, a um nicho/seguinto específico, como por exemplo, um Estado ou um Município.

Os portais locais/regionais são uma nova e recente categoria do *webjornalismo*, porque cumprem a função de informar segundo os critérios de proximidade, veiculando a informação em harmonia com as características primeiras do *webjornalismo* que foram citadas no referencial teórico deste trabalho.

Apenas em 1999, os Portais Locais começaram a ser difundidos no Brasil. Os conteúdos locais, neles, estruturam-se segundo a importância, o significado, a afinidade e o interesse que possam despertar no público. São elementos que, no jornalismo constituem o valor-notícia proximidade, pois notícias sobre acontecimentos, pessoas e interesses mais



próximos ao leitor terão um maior significado para ele.

No texto “*Os Portais Regionais como um formato para o Jornalismo Digital*”, Suzana Barbosa (2001, p. 11) afirma que os portais regionais, como o Portal Macuxi, “são uma forma de presença digital adotada por empresas informativas de atuação regional”. A autora destaca que os portais regionais são como um modelo de assimilação da tecnologia conforme uma lógica de articulação local-global, que privilegia os conteúdos locais, reforçando a relação entre a comunidade e o conteúdo.

Buscando dar vazão esses conteúdos locais é que um grupo de amigos comunicadores, formado por Andrielly Lima, Bárbara Carvalho, Johann Barbosa, Luiz Valério, Ramon Barboza, Rodrigo Baraúna e Saulo Oliveira, sentiu a necessidade de produzir algo novo no jornalismo de Roraima. Juntos, decidiram montar um *website* com um diferencial: cada um dos sete integrantes, além ser responsável pela atualização de uma editoria, deveria assinar uma coluna no Portal.

No entanto, somente três jornalistas que fizeram parte da criação do site, continuam o seu trabalho no Portal Macuxi: Andrielly Lima atualizava as editorias de Mundo e de Geral. Hoje ela é a responsável por toda a alimentação e atualização do *site*, além de manter em dia sua coluna **Circulando**; Bárbara Carvalho assina a coluna **Viva Bem**, continua acompanhando as estatísticas do Portal e respondendo os *e-mails* dos leitores. No início ela também era a responsável pelas editorias de Cultura e de Tecnologia; e Rodrigo Baraúna, que é o responsável pelo *blog Sobe o Som*, e atualiza as contas do *site* nas redes sociais.

No momento a equipe conta com mais integrantes: a produtora cultural, poeta e atriz Carolina Uchôa, que assina o *blog EspalhaFato*; a jornalista Jéssica Ferri, que mantém o *blog Literando*; o pesquisador e professor de Relações Internacionais Eloi Martins Senhoras, que é responsável por uma equipe que atualiza a coluna **Análise Internacional**; Fábio Halliwell, bacharel em Administração de Empresas, que empresta seu nome a nova coluna social do *site*; Lanne Prata, publicitária e fotógrafa, que também possui uma coluna com o seu próprio nome, sobre a arte de fotografar; o economista Rubens Leal, que assina a coluna **Mercado S.A.**; a publicitária e *designer* Lidiane Santos, que é responsável pela coluna **ReDecore**; e, a advogada Juliana Quintella autora da coluna **Seu Direito**.



## 30º ENCONTRO REGIONAL NORTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA

“50 anos do Golpe Militar no Brasil”

10 e 11/abril - Boa Vista/RR - UFRR

Segundo Carvalho (2013)<sup>37</sup>, no dia em que Roraima completou 24 anos, 05 de outubro de 2012, o grupo “presenteou” o Estado com um novo *site* de notícias, o **Portal Macuxi**. Seu nome é em homenagem a uma das etnias indígenas existentes no Estado e as cores predominantes (amarelo, verde e vermelho) representam as cores da bandeira de Roraima.

O **Portal Macuxi** é um *site* que não é focado apenas em notícias do Estado. Na Página Inicial o internauta pode encontrar as principais notícias do dia, atualizadas em tempo real, ou seja, no momento em que acontecem. O leitor não tem acesso apenas às notícias locais, mas também, nacionais e internacionais, sobre os mais diversos assuntos, como esportes, economia, política, cultura, polícia, entretenimento, além de entrevistas e colunas dos jornalistas locais.

Carvalho (2013) explica que “há um dinamismo muito grande, pois o jornal *online*, como o próprio nome sugere, é uma coisa mais dinâmica e mais curta, é para o leitor acessar num espaço de tempo curto, além do mais, pode ser acessado até pelo celular”.

De acordo com Carvalho (2013), o Portal conta com mecanismos simples de navegação para que o internauta possa visualizar facilmente todas as seções do *site*. O público-alvo do Macuxi é bastante diversificado, atendendo a todos os sexos e idades. A interatividade é a palavra chave do Portal. O internauta pode entrar em contato com a equipe responsável pelo *site*, deixar sugestões, críticas ou elogios, participar de enquetes e ainda compartilhar assuntos do seu interesse a partir do perfil no *Twitter* da página do *Facebook*. Os leitores também podem acessar as notícias através das redes sociais.

Como o *site* conta com segmentos variados, cada profissional fica responsável pela atualização de seu *blog* ou coluna, não havendo restrição para os assuntos abordados. De acordo com Lima (2013)<sup>38</sup>, para o Portal se tornar mais dinamizado, “ficou combinado apenas que cada coluna fosse atualizada em dias da semana diferentes, para que nossos leitores tivessem uma novidade no *site* a cada dia”. As pessoas que fazem parte dessa equipe não são remuneradas, o lucro depende da venda do espaço do *blog* ou coluna. O valor de cada propaganda varia, pois é definido de acordo com o tamanho do anúncio e do tempo de permanência na página.

<sup>37</sup> Jornalista **Bárbara Carvalho** em entrevista cedida à autora no dia 10 nov 2013.

<sup>38</sup> Jornalista **Andrielly Lima** em entrevista cedida à autora no dia 10 nov 2013.





Na primeira página do Portal, os usuários podem ter acesso visual à barra horizontal do *menu* principal, logo abaixo da logomarca da empresa e de um anúncio. Os *links* nos levam à **PÁGINA INICIAL**, **EDITORIAIS**<sup>39</sup>, **BLOGS E COLUNAS**<sup>40</sup>, **ENTRETENIMENTO**<sup>41</sup>, **CONTATO**<sup>42</sup> e **ANUNCIE**<sup>43</sup>. No final da barra de menus, há um espaço em que leitor poderá fazer uma pesquisa de assuntos dentro do próprio *site*, um mecanismo muito utilizado nos grandes jornais e bem procurado entre os internautas quando estão à procura de notícias remotas.

A página inicial do Portal Macuxi traz um *slideshow*, com as três manchetes do dia revezando entre si. A foto principal de cada manchete traz consigo seu título destacado em uma caixa de texto com fundo de cor vermelha e letras brancas. Ao lado do *slide show* das manchetes, há o *link* /TEMPO. Logo abaixo da previsão do tempo, há *links* para o Portal Macuxi nas redes sociais mais populares da internet (*Twitter* e *Facebook*), opções para receber as atualizações de notícias por RSS e via *e-mail*, e por fim um atalho para adicionar a página como “Favoritos” do seu navegador. Baraúna (2013)<sup>44</sup> explica que o grande diferencial do Portal Macuxi é conseguir alcançar os leitores através de um ambiente virtual em que eles estão acostumados a acessar diariamente, que é a sua própria conta nas redes sociais.

Abaixo das manchetes, encontram-se as notícias que foram destaques de algumas editorias. E no lado direito, podemos observar um *box* intitulado /PLANTÃO, onde são publicadas as últimas notícias. São notas recentes dos acontecimentos, ou seja, “furos” de reportagem que independem da editoria e são publicados e organizados na ordem cronológica.

A página inicial do Portal Macuxi também conta com o *box*/FRASES, que traz alguma frase de impacto que circula pela internet, alguma citação de autores ou de famosos que normalmente repercutem com bastante ênfase na sociedade e /ENQUETE, onde o

<sup>39</sup>O trabalho em redações jornalísticas é geralmente dividido em editorias temáticas, agrupando os assuntos mais comuns no noticiário. No Portal Macuxi as /EDITORIAS estão divididas em: /CULTURA, /ESPORTES, /GERAL, /MUNDO, /POLÍCIA, /POLÍTICA e /TECNOLOGIA.

<sup>40</sup>São divididos entre três *blogs* e sete colunas. Sendo /ESPALHAFATO, /LITERANDO e /SOBE O SOM *blogs*; e /ANÁLISE INTERNACIONAL, /CIRCULANDO, /FÁBBIO HALLIWELL, /LANNE PRATA, /MERCADO S.A., /REDECORE, /SEU DIREITO e /VIVA BEM colunas.

<sup>41</sup>Engloba /AGENDA, /CURIOSIDADES, /CINEMA, /HORÓSCOPO e /RECEITAS.

<sup>42</sup>Onde o internauta pode entrar em contato com a equipe do *site* Portal Macuxi.

<sup>43</sup>Onde internauta tem a possibilidade de entrar em contato com a equipe comercial do *site*, caso se interesse divulgar de sua empresa ou produto.

<sup>44</sup> Jornalista **Rodrigo Baraúna** em entrevista cedida à autora no dia 10 nov de 2013.



internauta pode interagir com o *site* opinando sobre determinado assunto que está em discussão no momento.

Há ainda espaço para os destaques de algumas das editorias, que podem variar de acordo com a importância das notícias do dia e as chamadas das matérias dos *blogs*. A /GERAL possui um lugar específico e fixo na página. Assim como o resumo das principais /NOVELAS, as dicas de /RECEITAS, a /AGENDA CULTURAL e o que está passando no /CINEMA naquela semana.

Um detalhe que podemos observar na Página Inicial do Portal Macuxi, é que o leitor pode cadastrar, de forma simples e rápida, um *e-mail* para receber as notícias no momento em que o *site* é alimentado. É um recurso bastante procurado por pessoas que trabalham em empresas que não permitem o acesso em alguns *sites* e é de suma importância para o posicionamento do *webjournal* no mercado, pois esse cadastro traz a identidade do leitor. Essa facilidade também é usada dentro das estratégias de *marketing* do *site*.

Apesar de estar ainda começando no *webjornalismo* roraimense, o *site* possui números expressivos. De acordo com Carvalho (2013) são em média 1.100 acessos diários e o Portal Macuxi é visto em 83 países entre Brasil, Estados Unidos, Venezuela, Portugal, Rússia, Alemanha, França e Guiana. Cada visitante navega, em média, por 9,3 páginas e gasta 13,04 minutos no *site*.

#### **4. Análise crítica e operacional**

No Portal Macuxi uma das finalidades do projeto gráfico da página inicial de um jornal é atrair e manter a atenção do internauta, tornando a experiência de leitura das notícias fácil e agradável. A primeira página do jornal funciona como um convite à leitura e o local onde está posicionado o *slideshow* é considerado o espaço de maior importância do *site*. Mas com tantos acontecimentos como escolher as manchetes?

Conforme Lima (2013) as manchetes são escolhidas a partir do critério é a proximidade: “o Macuxi é um portal do Estado feito para o Estado de Roraima. Nosso nome já diz quem somos e de onde somos, então, queremos deixar o leitor bem à vontade e familiarizado”.

Ao analisarmos a Página Inicial do Macuxi, podemos observar que há uma



repetição das manchetes, mas não foi encontrada nenhuma periodicidade, rotina ou sistema que explicasse tal fato. Concluindo-se que isto aconteceu de forma equivocada e aleatória. No dia posterior às datas de publicação das manchetes realizamos uma visita ao *site* e as manchetes do dia anterior foram todas encontradas na editoria de GERAL.

Na semana de análise, 3 a 9 de novembro de 2013 (domingo a sábado), todas as manchetes publicadas no *slideshow* foram inseridas na editoria GERAL, mesmo havendo editorias específicas para a notícia, previstas na estrutura do portal. Todas, porém, utilizam o critério de **proximidade** como credencial que as tornou manchete na Página Inicial do *site*.

Em relação à Multimídia, o Portal Macuxi explora apenas algumas ferramentas que a *web* oferece. Na semana de análise não foram encontrados vídeos, animações ou simulações nas manchetes e na página inicial (apenas texto e fotos).

Quanto à Interatividade, o Portal em estudo abre as portas através do *link* /CONTATO, que nada mais é que uma troca de *e-mails* entre leitores e jornalistas, a /ENQUETE e a barra de comentários no fim de cada matéria ou coluna.

Não foi encontrado nenhum fator que configure a Hipertextualidade no Portal Macuxi. Como as escolhas do leitor são o primeiro passo para o acesso a todos os conteúdos disponibilizados no *webjournal* através dos hiperlinks nos hipertextos, foi verificado que o Portal Macuxi também não possui a característica da Personalização.

Sobre a Memória, foi verificado que usuário pode acessar qualquer conteúdo a qualquer hora a partir de uma pesquisa feita na página inicial através do campo /BUSCA. Isso permite que o internauta leia uma notícia factual ou remota utilizando apenas palavras chaves dos assuntos de seu interesse.

Por fim, a característica que é fator determinante no conceito de *webjornalismo*: a Atualização Contínua. Na página inicial do Portal Macuxi, podemos verificar essa característica no *box*/PLANTÃO, que é atualizado conforme as notícias chegam para a equipe jornalística.



30º ENCONTRO  
REGIONAL NORTE  
DE HISTÓRIA DA MÍDIA

“50 anos do Golpe Militar no Brasil”

10 e 11/abril - Boa Vista/RR - UFRR

### Considerações finais

O Portal Macuxi é um site dinâmico, convidativo e abrangente, que traz uma abordagem diferenciada dos sites de notícias, pois dá prioridade aos assuntos locais. Porém, como podemos verificar com a pesquisa que ele possui apenas algumas características que o encaixam dentro do *Webjornalismo de Terceira Geração* (onde normalmente estão inseridos os Portais de Notícias).

O Portal Macuxi cumpre o seu papel de portal local, através do critério de proximidade, mas possui menos de 50% das características inerentes a terceira geração do jornalismo para *web*. Em relação à:

- **Multimedialidade:** o Portal Macuxi não explora todas as ferramentas que a *web* pode oferecer ao publicar suas matérias. Então sugerimos que a equipe do *site* inclua em suas matérias vídeos sobre o assunto abordado, mapas, gráficos e *gifs* para o melhor aproveitamento das ferramentas oferecidas pela *web* e proporcionar algo novo para o leitor.
- **Interatividade:** o Portal utiliza diversos recursos como o contato do leitor através de *e-mails*, enquetes e comentários. Sobre esse item, ressaltamos apenas a importância de manter esse contato com o internauta ativo e facilitado, pois observamos que durante a semana de análise da página inicial, a enquete ficou estagnada e sem possibilidade de votação.
- **Hipertextualidade:** essa característica ainda não foi empregada no site, portanto aconselhamos o uso de *hiperlinks* para que leitor possa ter a oportunidade de navegar entre os textos do *site* construindo seu próprio roteiro de matérias.
- **Personalização:** como não foi encontrada essa característica no Portal Macuxi, sugerimos que seja adicionado ao cadastro de *e-mail*, um item novo onde o leitor possa escolher quais as atualizações das editorias, colunas e *blogs* que ele deseja receber via *e-mail*. Pode-se criar também um campo de cadastro para fazer o *login* na página tornando-a mais pessoal, pois o internauta poderá ter a opção de personalizar sua página inicial com as notícias das editorias que mais lhe interessa.
- **Memória:** o site de notícias estudado possui seu próprio sistema de busca na página, muito importante e bastante procurado por leitores que precisam rever/reler determinada notícia ou assunto.



30º ENCONTRO  
REGIONAL NORTE  
DE HISTÓRIA DA MÍDIA

“50 anos do Golpe Militar no Brasil”

10 e 11/abril - Boa Vista/RR - UFRR

- **Atualização Contínua:** o Portal Macuxi preenche esse quesito através do seu /PLANTÃO atualizado constantemente na página inicial. Foi observado, no entanto, que as atualizações são muito próximas e que depois há um lapso temporal (à noite o Portal para completamente). Ele só volta a ser atualizado na manhã do dia seguinte. Nossa proposta é que se procure um mecanismo que lance as notícias de forma automática, evitando assim um prejuízo para o leitor.

Em relação às peculiaridades descritas no artigo “*Uma estratégia para portais verticais locais*”, de Outing (1999), o Portal Macuxi não cumpre todas as características exigidas para ser classificado como um **Portal de Notícias** local. Perante essa realidade, pudemos constatar que apenas 36% das características peculiares aos portais estão presentes no Macuxi, o que coloca em evidência um grande questionamento: afinal, o Portal Macuxi é ou não um Portal de Notícias?

O Portal Macuxi ainda não possui uma sede física, portanto não possui equipes de reportagem e/ou redação. De acordo com Lima (2013) todo o material publicado nas editoriais é originário de *releases* ou reproduzido dos Mega Portais, ficando apenas os *blogs* e as colunas personalizadas e assinadas pelos seus respectivos responsáveis como os lugares de produção original de conteúdo.

Como apenas um jornalista é responsável pela atualização do *site*, o ponto negativo dessa situação é a falta de periodicidade de disponibilização de informações no *site*. Assim que foi lançado o Macuxi era atualizado a cada três horas, mas, atualmente, apenas um ano depois, ele passou a ser atualizado somente três vezes ao dia.

Isso refletiu diretamente no seu público que diminuiu drasticamente. Essa perda foi constada pela própria equipe do Portal ao acompanhar a audiência semanalmente. A falta de comprometimento com os leitores levou o Portal Macuxi do *ranking* de mais acessado ao menos acessado em poucos dias. Isso apenas reforça o quão importante são as características de Interatividade e Atualização Contínua no *webjornalismo* e o quanto a *web* é imediatista e volátil.

Esses deslizos passam ao leitor uma ideia de abandono e desorganização quanto à atualização do *site*, isso pode contribuir para o desinteresse e a evasão, pois o leitor que acessa uma informação desatualizada, raramente acessa outro conteúdo e até mesmo pode não voltar a fazer um novo acesso ao *site*.



Outra sugestão que trazemos aqui é a inclusão de indicadores de data e horário de atualização, um calendário diário fixado horizontalmente abaixo do *menu* principal, na Página Inicial do Portal Macuxi. Isso poderia facilitar a navegação do leitor permitindo que ele fique mais tempo conectado ao portal.

A pesquisa aponta, desse modo, que o Portal Macuxi possui 50% das características necessárias para estar incluso na *Terceira Geração do Webjornalismo* – conforme Pavlik (2001), Mielniczuk (2003); Bardoel e Deuze (2001) e Palacios (2002) – e apenas 36% das características peculiares dos Portais de Notícia – segundo os postulados de Outing (1999).

Levando em conta a estrutura, o modo de operação, a produção e a frequência de atualização, o Macuxi ainda não cumpre totalmente seu papel de Portal. Cumpre melhor o papel de **reprodutor de releases** já que não possui equipes que se dediquem a produção específica de conteúdo jornalístico próprio. Acompanhando as manchetes da semana escolhida para análise, pudemos perceber que todas as notícias são assinadas como **Da Redação**, o que indica claramente que o *release* recebido por *e-mail* foi reproduzido na íntegra no *site*.

A partir das análises estrutural-descritiva e operacional-crítica pudemos verificar que a maior audiência do Portal Macuxi concentra-se nos *BLOGS* e nas *COLUNAS* – seu único conteúdo original, moderno e inédito. Sugerimos então aos mantenedores do Portal que invistam na produção de conteúdo jornalístico próprio; e que, potencializem a utilização de ferramentas que já trouxeram resultado positivo para *site*.

No entanto é inegável que o Portal Macuxi traz colunas informativas com uma visão local e regionalizada. Sua abordagem cotidiana se alinha a vivida no eixo Norte-Roraima, revelando o estilo de vida e a diversidade cultural do Brasil do “lado de cima da linha do Equador”.

Verificamos também que o Portal Macuxi está em fase de testes para utilizar novos recursos e poder aproveitar melhor e de maneira mais integral todas as ferramentas que a *web* proporciona, como por exemplo, jogos *online*, músicas e um *layout* novo, mais dinâmico e convidativo. Conforme levantamento, a intenção dos seus produtores é lançar a nova cara do *site* no seu aniversário de dois anos, em 05 de outubro de 2014.

Nesse sentido frisamos que as proposições apresentadas aqui não se pretendem definitivas ou absolutas e visam trazer melhorias para o *site* que é único no Estado.



## 30º ENCONTRO REGIONAL NORTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA

“50 anos do Golpe Militar no Brasil”

10 e 11/abril - Boa Vista/RR - UFRR

Objetivam, sobretudo, contribuir para a ampliação do debate em torno dos sites de notícias, principalmente, os portais de notícias locais.

### Referências

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo online**: dos sites noticiosos aos portais locais. Artigo apresentado no XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom. Campo Grande, 2001. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-jornalismo-online.pdf>>. Acesso em: 02 nov 2013.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. *Network journalism: converging competences of media professionals and professionalism*. In: *Australian Journalism Review*, S. L., 2001, v. 2, n. 23, pp. 91-103. Artigo disponível em <<http://hdl.handle.net/2022/3201>>. Acesso em: 02 nov 2013.

CAMARGO, Nelly de; BECKER, Maria Lúcia. **Dos portais à grande muralha**. Revista da Unicamp - Contato: Revista Brasileira de Comunicação, Arte e Educação. Campinas: n. 3. p 47-64, 1999. Exemplar disponível em <<http://www.unigran.br/biblioteca/?pgn=periodico&exemplarepolo=DDOSeid=2629&palavraschave=DIAS>>. Acesso em: 02 nov 2013.

CANAVILHAS, João. **Considerações gerais sobre jornalismo na Web**. I Congresso Ibérico de Comunicação. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2001. Disponível em: <[http://www.bocc.ubi.pt/\\_esp/autor.php?codautor=602](http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=602)>. Acesso em: 13 nov 2013.

FIDALGO, António. **Metáfora e realidade ou cooperação e concorrência na rede**. Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação. Lisboa: Universidade da Beira Interior, 2001. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt>>. Acesso em: 02 nov 2013.

MACHADO, Elias. **O banco de dados como espaço de composição de narrativas multimídia**. In: Anais do II SBPJor. Salvador, 2004. Disponível em <<http://passeidireto.com/arquivo/1812195/jornalismo-digital-de-terceira-geracao/30>>. Acesso em: 02 nov 2013.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web**. Trabalho apresentado no II Congresso da SOPCOM, Lisboa, 2001. Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001\\_mielniczuk\\_caracteristicasimplicacoes.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf)>. Acesso em: 03 nov 2013.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. 2003. 246p. Tese. (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporânea) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/12769270/Jornalismo-na-web-uma-contribuicao-para-o-estudo-do-formato-da-noticia-na-escrita-hipertextual>>. Acesso em: 03 nov 2013.



**30º ENCONTRO  
REGIONAL NORTE  
DE HISTÓRIA DA MÍDIA**

**“50 anos do Golpe Militar no Brasil”**

**10 e 11/abril - Boa Vista/RR - UFRR**

OUTING, Steve. **Uma estratégia para portais verticais locais.** Coluna “Parem as máquinas” de 05/03/1999. Disponível em <<http://www.uol.com.br/internet/colunas/parem/par070799.htm>>. Acesso em: 12 nov 2013.

PALACIOS, Marcos. **Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória.** In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Org.). Modelos de jornalismo digital. Salvador: Calandra, Edições GJOL, 2003.

PALACIOS, Marcos; RIBAS, Beatriz. **Manual de laboratório de jornalismo na Internet.** Salvador: EDUFBA, 2007.

PAVLIK, John Vernon. **Journalism and new media.** New York: Columbia University Press, 2001. Disponível em <[http://books.google.com.br/books/reader?id=\\_qtm6EWRZO0C&hl=pt-BR&printsec=frontcover&output=reader&source=ebookstore](http://books.google.com.br/books/reader?id=_qtm6EWRZO0C&hl=pt-BR&printsec=frontcover&output=reader&source=ebookstore)>. Acesso em: 02 nov 2013.

SANTI, Vilso Junior Chierentin. **O processo de apuração no webjornalismo de quarta geração.** ECO-Pós, v.12, n.3, setembro-dezembro 2009, p. 181-194. Disponível em <<http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs2.2.2/index.php?journal=revista&page=article&op=view&path%5B%5D=292&path%5B%5D=348>>. Acesso em: 03 nov 2013.

SILVA JR., José Afonso. **A relação das interfaces enquanto mediadoras de conteúdo do jornalismo contemporâneo: agências de notícias como estudo de caso.** Trabalho apresentado no XI Encontro Anual da Compós. Rio de Janeiro, 2002. Disponível em <[www.bocc.ubi.pt/pagjunior-jose-afonso-interfaces-mediadoras.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pagjunior-jose-afonso-interfaces-mediadoras.pdf)>. Acesso em: 02 nov 2013.

ZUIN, Aparecida Luzia Alzira; CORREIA, Claudio Manoel de Carvalho. **Jornalismo impresso e jornalismo online: a linguagem híbrida da informação.** In: Simpósio Nacional de Pesquisadores em Comunicação e Cibercultura - ABCIBER, 2.ed., 2008, São Paulo. [Anais...] São Paulo: PUC-SP. Disponível em <<http://www.cencib.org/simpósioabciber/PDFs/CC/Aparecida%20Luzia.%20A.%20Zuin%20e%20Claudio%20Manoel%20de%20Carvalho%20Correia.pdf>>. Acesso em: 02 nov 2013.





**GT**  
**HISTORIOGRAFIA**



**3º ENCONTRO  
REGIONAL NORTE  
DE HISTÓRIA DA MÍDIA**

**“50 anos do Golpe Militar no Brasil”**

**10 e 11/abril - Boa Vista/RR - UFRR**

## **Estado Democrático de Direito e a Mídia sob a perspectiva da pluralidade das fontes<sup>45</sup>**

André Lucas Demétrio de ALMEIDA<sup>46</sup>

**RESUMO:** O trabalho a seguir desenvolve uma análise de como os meios de comunicação atuam enquanto instância (criadora e criatura) da realidade social, dos interesses políticos e econômicos. Busca-se abordar as intersecções entre mídia e democracia no Brasil sob o ponto de vista da multiplicidade de sujeitos comunicadores como condição para um satisfatório desenvolvimento da democracia representativa e, sobretudo, da democracia direta, participativa. Desenvolvendo os avanços da literatura que se ocupa da relação da mídia com a democracia e propondo caminhos de atuação para a alteração do contexto atual, o texto analisa as influências da mídia no cotidiano dos cidadãos, as consequências de sua atuação para a democracia representativa. As necessidades de alteração do paradigma de concessão pública reforçam-se numa sociedade plural como a brasileira, frente a isso se propõe perspectivas de mudanças políticas, legislativas e educacionais para que seja legitimada a pluralidade de fontes de comunicação. Assim, um Estado Democrático de Direito pode se desenvolver e cumprir com suas promessas construtivas de novas realidades sociais.

**Palavras-chave:** Mídia alternativa; Comunicação; Estado Democrático de Direito.

Há uma ligação forte entre a qualidade de um regime democrático e sistemas formativos e informativos de opinião. Quando se exige uma mídia comprometida com valores democráticos, voltados a interesses coletivos e de transformação social, isso tem a ver com a necessidade de eleições bem justificadas quanto à qualidade das informações e, sobretudo, com um incentivo à democracia direta e participativa, tão necessária e urgente no contexto brasileiro. Enfim, providências devem ser tomadas no sentido de fazer da mídia uma aliada do Estado Democrático de Direito. Para isso, a lógica dos meios de comunicação deve ser readequada para que atenda ao interesse público.

---

<sup>45</sup> Trabalho destinado ao Grupo de Trabalho Mídia alternativa do 3º Encontro Regional Norte dos Pesquisadores de História da Mídia.

<sup>46</sup> Graduando em Direito Universidade Federal do Pará