



O webjornalismo no Portal Macuxi¹

Lucienny Pereira SANTOS²

Vilso Junior SANTI³

Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, RR.

RESUMO

O jornalismo, hoje, marca sua presença na Internet através de *sites* de notícias com produção exclusiva para a *web*, redes sociais e uma infinidade de outros recursos como *blogs* e *microblogs*. Partindo desse contexto de inovações tecnológicas na área da comunicação e percebendo a ampliação desse cenário, observamos a falta de referencial bibliográfico mais específico sobre essa nova realidade em Roraima. Como a *web* é um meio muito amplo para se trabalhar, delimitamos para essa pesquisa analisar o *site* Portal Macuxi e o webjornalismo por ele produzido. Além da observação descritiva do *site* em questão, buscamos obras sobre o assunto abordado e realizamos entrevistas semiestruturadas com os envolvidos no processo de produção para fundamentarmos o estudo em tela. Nas considerações finais apontamos diversas sugestões de melhoria do webjornalismo praticado pelo *site*.

PALAVRAS-CHAVES: 1. Webjornalismo. 2. Jornalismo *online*. 3. Portal Macuxi.

INTRODUÇÃO

A escolha do tema deu-se a partir da percepção das novas tendências na Comunicação e no Jornalismo, pois no Campus da UFRR, por dez anos acompanhamos a evolução do Jornalismo, da Internet e do Jornalismo na internet.

Quando os principais jornais do país começaram a publicar seus conteúdos na internet, popularizaram-se as especulações sobre o futuro dos impressos e as novas possibilidades de comunicação mediada por computador. Hoje o que se vê é o desenvolvimento do webjornalismo, publicado em plataformas hipermediáticas que têm se aperfeiçoado a cada dia.

O jornalismo para a *web* surgiu a partir de uma necessidade de adaptação da comunicação moderna. O webjornalismo tem sua origem numa fase que prepara as redações para a passagem do impresso à *web*. Desde esse momento, de forma contínua, o jornalismo na *web* vem passando por mudanças que, na fase atual, dão indicativos quanto à consolidação de suas características próprias.

Trabalhamos aqui com o webjornalismo produzido para *sites* jornalísticos, mais precisamente, para os Portais de Notícias. Delimitamos para esse estudo discutir a *Home-*

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, Manaus - AM, 28 a 30 de maio de 2015.

² Graduada em Comunicação Social/ Jornalismo pela Universidade Federal de Roraima (UFRR), *e-mail*: lucysantos1284@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor Doutor do Curso de Comunicação Social/ Jornalismo na Universidade Federal de Roraima (UFRR), *e-mail*: vjrsanti@gmail.com



page do Portal Macuxi e recortamos para análise as postagens publicadas entre os dias 03 e 09 de novembro de 2013 em sua Página Inicial.

Escolhemos este *site* de notícias entre uma gama de 21 *websites* noticiosos que tem base no Estado do Roraima e também por ele ser um Portal, em que as notícias são criadas exclusivamente para a *web*. O Portal Macuxi não possui outro veículo de comunicação a ele vinculado.

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 outras pesquisas referentes a este assunto em Roraima; e, por ele ser potencialmente marco inicial para futuras pesquisas na área.

O objetivo geral do estudo foi analisar o Portal Macuxi e verificar de que forma ele produz, publica e atualiza suas matérias. Os objetivos específicos foram: conhecer o Portal Macuxi – resgatar 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 de suas manchetes; apurar quais as editorias que possuem maior destaque em suas manchetes; e, fazer uma análise crítica sobre os critérios de atualização do Portal.

Nosso método de trabalho foi resultante de um somatório de técnicas que agregou estudo de caso, estudo exploratório, consulta bibliográfica e entrevista. Nessa arquitetura, em um primeiro momento, buscamos diferentes tipos de obras que abordassem o assunto – pesquisamos em livros e artigos e em seguida fizemos a triagem de todo material estudado. Para aplicabilidade do levantamento de dados, utilizamos entrevistas semiestruturadas com os produtores das notícias do Portal. E, por último, escolhemos aleatoriamente o recorte de uma semana da Página Inicial do Portal, a fim de analisar a produção, publicação e atualização das notícias no *site*.

A INTERNET E O WEBJORNALISMO

Aqui voltamos ao passado e retrocedemos na história da internet, seu crescimento no Brasil e como ela começou sua influência no Jornalismo. A partir daí, com o auxílio de autores da área de comunicação, apresentamos de que forma o Jornalismo evoluiu no cenário de interação e integração dentro do ciberespaço.



Apesar de ter se passado mais de uma década desde que o Jornalismo conheceu a internet, e de 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 e Santi (2009, p. 5) 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 ele traz consigo a ideia de que podemos discutir todas as potencialidades que a internet oferece ao jornalismo, explorando um produto completamente novo nesse universo: a webnotícia.

Como muitas tecnologias a internet surgiu por acaso, no auge da Guerra Fria nos Estados Unidos da década de 1960. No Brasil ela só começou a operar comercialmente em 1995. Ao longo 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 acabou por interferir no jornalismo brasileiro. Afinal, a internet desde o início apresentou-se ao jornalista como uma ferramenta maravilhosa: ela unia o som do rádio, os vídeos da TV e as informações do impresso em um só lugar. Nascia, a partir daí, o Webjornalismo de Primeira Geração⁴.

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 internet brasileira consolidou-se apenas em 1997 e no ano seguinte, o webjornalismo encontrava-se em fase de mudança, iniciando sua Segunda Geração. Nela os

⁴ Classificação do *webjornalismo* conforme os autores Pavlik (2001), Silva Jr, (2002), Palacios (2002), e Mielniczuk (2001).



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 com produção jornalística específica para a *web*. Nessa fase há o enriquecimento da narrativa jornalística, sobretudo pelo uso de recursos multimídia e de interatividade. Mielniczuk (2003, p. 36) confirma isso 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.

Machado (1997), Bardoel e Deuze (2001), Palacios (2002), Palacios e Ribas (2007) e Zuin e Correia (2008) apontam ainda que o webjornalismo em sua Terceira Geração passou a atender a algumas características básicas: a Multimídia⁵, a Interatividade⁶, a Hipertextualidade⁷, a Personalização⁸, a Memória⁹ e a Atualização Contínua¹⁰.

Na linha evolutiva das pesquisas aplicadas ao webjornalismo, para alguns autores há, ainda, o Webjornalismo de Quarta Geração. Eles referem-se ao impacto do uso das bases de dados na narrativa webjornalística. Para Machado (2004, p. 3), a Quarta Geração organiza

⁵ Diz respeito à “[...] 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).

⁶ Relaciona-se com “[...] 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, [...] *chats* com jornalistas, etc.” (BARDOEL e DEUZE, 2001, p. 5).

⁷ 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, 1997, p. 146).

⁸ 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).

⁹ 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.

¹⁰ “[...] 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).



as informações em bancos de dados complexos, que são empregados no jornalismo e que permitem a recuperação rápida de informações.

Santi (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, passa 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, e é possível localizar marcas distintivas, de cada uma delas, convivendo em um mesmo produto jornalístico.

O WEBJORNALISMO EM RORAIMA E O PORTAL MACUXI

Foi nessa esteira da emergência do sujeito leitor-ouvinte-espectador, definição utilizada por Ferrari (2010), e do advento dos *blogs*, que surgiram os primeiros *sites* de notícias no Estado de Roraima. Criado em agosto de 2002, o pioneiro *BV News*, nasceu a partir da imaginação de dois jovens roraimenses que queriam oferecer uma nova forma de comunicação para o público regional. Munidos de um computador, algumas inovações e muita vontade de trabalhar, o *webdesign* Michael da Silva Siqueira e o jornalista Raustman Gondim decidiram colocar em prática a ideia um *website* noticioso local.

Após este, muitos outros Portais foram criados. Na época da coleta dos dados, existiam em Roraima 21 *websites* jornalísticos (ver Tabela 1). Porém destes, apenas 09 ainda estão em funcionamento. O restante deixou de existir – inclusive àquele objeto deste estudo.

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	Fora do ar
5 - BV News	www.bvnews.com.br	Em funcionamento
6 - Fato Real	www.fatoreal.com.br	Domínio cedido à Lafaiete-MG
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



14 - Política com Pimenta	www.politicacompimenta.com	Em funcionamento
15 – Portal Macuxi	www.macuxi.com	Fora do ar
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	Fora do ar
20 - Roraima Notícias	www.roraimanoticias.com.br	Fora do ar
21 - Tribos de Roraima	www.tribosderoraima.com.br	Em funcionamento

Fonte: Elaboração própria, atualização em 07 mar 2015.

O Portal de Notícias, que brotou na segunda geração do webjornalismo e se solidificou na terceira, é um *site* que centraliza características específicas. 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, o surgimento dos Mega Portais (Globo.com, por exemplo) abriu caminho para o aparecimento de uma nova categoria de *websites* informativos: os portais locais, como o próprio Portal Macuxi. Ele se concentrou na oferta de serviços e conteúdo direcionados à comunidade local. O Portal Macuxi, dessa forma, sempre cumpriu a função de informar, segundo o critério de proximidade – o que o vincula às características primeiras do webjornalismo.

Os conteúdos locais geralmente estruturam-se segundo a importância, o significado, a afinidade e o interesse que possam despertar no seu público. Estes são elementos que, no jornalismo, constituem o valor-notícia proximidade, segundo o qual notícias sobre acontecimentos, pessoas e interesses mais próximos ao leitor terão um maior significado. Barbosa (2001, p. 11) afirma que os portais regionais, como o Portal Macuxi são, portanto, “uma forma de presença digital adotada por empresas informativas de atuação regional”.

Buscando inserir Roraima nesse novo modelo de fazer jornalismo 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 diferente entre jornais *online* do Estado. Juntos, decidiram montar um *website* com um diferencial: cada um dos sete integrantes, além de ser responsável pela atualização de uma editoria, deveria assinar uma coluna no Portal.

No entanto, somente três dos jornalistas que fizeram parte da criação do *site*, continuaram o seu trabalho no Portal Macuxi até a época da pesquisa deste trabalho:



Andrielly Lima que atualizava as editorias de Mundo e de Geral, além de ser responsável por toda a alimentação do *site* e de manter em dia sua coluna ‘Circulando’; Bárbara Carvalho que assinava a coluna ‘Viva Bem’, acompanhava as estatísticas do Portal e respondia os *e-mails* dos leitores – no início Bárbara também foi a responsável pelas editorias de ‘Cultura’ e de ‘Tecnologia’; e Rodrigo Baraúna que era o responsável pelo *blog* ‘Sobe o Som’ e atualizava as contas do *site* nas redes sociais.

No período de estudo a equipe do Portal contava também com mais alguns integrantes incorporados ao longo de sua trajetória: a produtora cultural, poeta e atriz Carolina Uchôa, que assinava o *blog* ‘EspalhaFato’; a jornalista Jéssica Ferri, que mantinha o *blog* ‘Literando’; o professor de Relações Internacionais Eloi Martins Senhoras, responsável por uma equipe que atualizava a coluna ‘Análise Internacional’; Fábio Halliwell, bacharel em Administração, que emprestou seu nome à coluna social do *site*; Lanne Prata, publicitária e fotógrafa, que mantinha uma coluna sobre a arte de fotografar; o economista Rubens Leal, que assinava a coluna ‘Mercado S.A.’; a publicitária e *designer* Lidiane Santos, responsável pela coluna ‘ReDecore’; e, a advogada Juliana Quintella, autora da coluna ‘Seu Direito’.

Rememorando a história do Portal Bárbara Carvalho lembra que no dia em que Roraima completou 24 anos, em 05 de outubro de 2012, o Estado foi “presentado com um novo *site* de notícias amplo e diversificado, o Portal Macuxi” (CARVALHO, 2013)¹¹. O nome foi escolhido pelos criadores em homenagem a uma das etnias indígenas mais numerosas existentes no Estado e as cores predominantes, amarelo, verde e vermelho, representaram as cores da bandeira de Roraima.

O Portal Macuxi, enquanto esteve *online*, não foi um *site* focado apenas em notícias do Estado de Roraima. Ele também disponibilizava conteúdos nacionais e internacionais, sobre os mais diversos assuntos (esportes, economia, política, cultura, polícia e entretenimento; além das entrevistas e das colunas dos profissionais locais). Na página inicial o internauta podia encontrar as principais notícias do dia, atualizadas em tempo real.

Carvalho (2013) explicou que na época havia um dinamismo muito grande no Portal Macuxi, 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”.

¹¹ Jornalista Bárbara Carvalho em entrevista cedida à autora no dia 10 nov 2013; atualizada em 09 mar 2015.



De acordo com Carvalho (2013), durante o seu período de atividade, o Portal contou com mecanismos simples de navegação para que o internauta pudesse visualizar facilmente todas as seções do *site*. O público-alvo do Macuxi era bastante diversificado, atendendo a todos os sexos e idades. A interatividade no Portal, segundo Bárbara, sempre foi a palavra chave. No *site* o internauta podia entrar em contato com a equipe responsável; deixar sugestões, críticas ou elogios; participar de enquetes; e ainda acessar e/ou compartilhar assuntos do seu interesse a partir do perfil no *Twitter* e da página do *Facebook*.

Como o *site* contava com segmentos variados, cada profissional ficou responsável pela atualização de seu *blog* ou coluna, não havendo restrição para os assuntos abordados. De acordo com Lima (2013)¹², para o Portal ser mais dinâmico, “ficou combinado apenas que cada coluna fosse atualizada em dias da semana diferentes, para que os leitores tivessem uma novidade no *site* a cada dia”. As pessoas que fizeram parte da equipe não eram remuneradas, o lucro dependia da venda de espaço publicitário no *blog* ou coluna. O valor de cada propaganda variava e era definido de acordo com o tamanho do anúncio e o tempo de permanência na página.

Na primeira página do Portal, os usuários tinham acesso visual à barra horizontal do *menu* principal, logo abaixo aparecia a logomarca da empresa e um anúncio. Os *links* nos levavam à ‘Página Inicial’, ‘Editoriais’¹³, ‘Blogs e Colunas’¹⁴, ‘Entretenimento’¹⁵, ‘Contato’¹⁶ e ‘Anuncie’¹⁷. No final da barra de menus, havia um espaço em que leitor poderia fazer uma pesquisa de assuntos veiculados dentro do próprio *site* – um mecanismo muito utilizado nos grandes jornais e bem procurado entre os internautas à procura de notícias remotas.

A página inicial do Portal Macuxi trazia um *slideshow*, com as três manchetes principais do dia revezando entre si. A foto principal de cada manchete apresentava ainda o título destacado em uma caixa de texto com fundo de cor vermelha e letras brancas. Ao lado do *slideshow*, havia o *link* /Tempo.

Logo abaixo da previsão do tempo, estavam *links* para o Portal Macuxi nas redes sociais mais populares da internet *Twitter* e *Facebook*; opções para receber as atualizações de

¹² Jornalista Andrielly Lima em entrevista cedida à autora no dia 10 nov 2013; atualizada em 09 mar 2015.

¹³ O trabalho em redações jornalísticas é geralmente dividido em editorias temáticas, agrupando os assuntos mais comuns no noticiário. No Portal Macuxi as /Editorias eram divididas em: /Cultura, /Esportes, /Geral, /Mundo, /Polícia, /Política e /Tecnologia.

¹⁴ O espaço era dividido 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.

¹⁵ Englobava /Agenda, /Curiosidades, /Cinema, /Horóscopo e /Receitas.

¹⁶ Onde o internauta podia entrar em contato com a equipe do *site* Portal Macuxi.

¹⁷ O internauta tinha a possibilidade de entrar em contato com a equipe comercial do *site*, caso se interessasse em divulgar sua empresa ou produto.



notícias por RSS e via *e-mail*; e, por fim, um atalho para adicionar a página como “Favoritos” do navegador. Baraúna (2013)¹⁸ explicou que o grande diferencial do Portal Macuxi era conseguir alcançar os leitores através de um ambiente virtual em que eles estavam acostumados a acessar diariamente, que era a sua própria conta nas redes sociais.

Abaixo das manchetes, encontravam-se as notícias que foram destaques de algumas editorias. E no lado direito, podíamos observar um *box* intitulado /Plantão, onde estavam publicadas, em ordem cronológica, as últimas notícias.

A página inicial do Portal Macuxi também contava com o *box* /Frases, que trazia alguma frase de impacto, alguma citação de autores ou de famosos, que normalmente repercutiram na internet; e com a /Enquete como outra das formas do internauta interagir com o *site*.

Havia ainda espaço para os destaques de algumas das editorias, que podiam variar de acordo com a importância das notícias do dia e as chamadas das matérias dos *blogs*. A /Geral possuía um lugar específico e fixo na página. Assim como o resumo das principais /Novelas, dicas de /Receitas, a /Agenda Cultural e os lançamentos do /Cinema daquela semana.

Na Página Inicial do Portal Macuxi, o leitor podia se cadastrar ainda, de forma simples e rápida, um *e-mail* para receber as notícias no momento – assim que o *site* fosse alimentado. Esse recurso, bastante procurado por pessoas que trabalham em empresas que não permitem o acesso a alguns *sites*, é de suma importância ao posicionamento do webjornal no mercado. O banco de dados que ele gera armazena a identidade do leitor, facilidade que foi utilizada na estratégia de *marketing* do *site*.

Mesmo com pouco tempo de existência o *site* possuía números expressivos de acessos. De acordo com Carvalho (2013) eram em média 1.100 acessos diários. O Portal Macuxi era visto em 83 países (Brasil, Estados Unidos, Venezuela, Portugal, Rússia, Alemanha, França e Guiana, por exemplo). Cada visitante navegava, em média, por 9,3 páginas e/ou gastava 13,04 minutos flinando entres as postagens do *site*.

ANÁLISE CRÍTICA E OPERACIONAL

Uma das finalidades da página inicial de um webjornal é atrair e manter a atenção do internauta, tornando a experiência de leitura das notícias fácil e agradável. A primeira página

¹⁸ Jornalista Rodrigo Baraúna em entrevista cedida à autora no dia 10 nov de 2013; atualizada em 09 mar 2015.

do Portal Macuxi também funcionava como um convite à leitura. O local da página onde estava posicionado o *slideshow* era considerado o espaço de maior importância do *site*. Mas, com tantos acontecimentos, como escolher as manchetes para ocupar esse espaço?

Conforme Lima (2013) as manchetes eram escolhidas sempre a partir do critério proximidade. O Macuxi era essencialmente um portal do Estado de Roraima feito para o Estado de Roraima. O nome Macuxi ressaltava quem eles eram e de onde eles eram. A ideia era “deixar o leitor bem à vontade e familiarizado” (LIMA, 2013).

Ao analisarmos a Página Inicial do Macuxi, pudemos observar que havia uma repetição das manchetes, mas não foi encontrada nenhuma periodicidade, rotina ou sistema que explicasse tal fato. Concluindo-se que isto aconteceu de forma errática e aleatória.

Na semana de análise, 3 a 9 de novembro de 2013 (domingo a sábado), todas as manchetes publicadas no *slideshow* do Portal foram vinculadas à editoria /Geral, mesmo havendo editorias específicas para as notícias em questão, previstas na estrutura do Portal. Todas, porém, utilizaram o critério de proximidade como credencial que as tornou manchete na Página Inicial do *site*.

Em relação à Multimídia, o Portal Macuxi, durante seu tempo de atividade, explorou apenas algumas ferramentas que a *web* oferece. Na semana de análise não foram encontrados vídeos, animações ou simulações gráficas nas manchetes e na Página Inicial. Apenas textos e fotos.

Quanto à Interatividade, o Portal procurou abrir suas portas através dos *links* /Contato, que se restringia apenas à troca de *e-mails* entre leitores e jornalistas; /Enquete; e, a barra de comentários no fim de cada matéria ou coluna.

Não foi encontrado nenhum fator que configurasse a Hipertextualidade no Portal Macuxi. Como as escolhas do leitor são o primeiro passo para o acesso a todos os conteúdos disponibilizados no webjornal através dos hiperlinks nos hipertextos, foi verificado que o Portal Macuxi também não possuía a característica da Personalização, embora oferecesse as opções de atualização via RSS ou *e-mail*.

Sobre a Memória, foi verificado que usuário podia acessar qualquer conteúdo a qualquer hora a partir de uma pesquisa feita na Página Inicial através do campo /Busca. Isso permitiu que o internauta encontrasse uma notícia factual ou remota utilizando apenas as palavras-chaves dos assuntos de seu interesse.



Por fim, a característica que foi fator determinante para configuração webjornalismo de hoje: a Atualização Contínua. Na Página Inicial do Portal Macuxi, pudemos verificar essa característica no *box* /Plantão, atualizado conforme as notícias chegavam à equipe jornalística.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Portal Macuxi enquanto esteve *online* foi um site dinâmico, convidativo e abrangente, que trazia uma abordagem diferenciada entre os *sites* de notícias de Roraima, pois dava prioridade aos assuntos locais. Porém, com a pesquisa, pudemos verificar que ele possuía apenas algumas características típicas do Webjornalismo de Terceira Geração (onde normalmente estão inseridos os Portais de Notícias).

O Portal Macuxi cumpria o seu papel de portal local, através da larga utilização do critério de proximidade, mas possuía menos de 50% das características inerentes a terceira geração do jornalismo para *web*.

Em relação à Multimídia o Portal Macuxi não explorou todas as ferramentas que a *web* podia oferecer ao publicar suas matérias. À época, sugerimos a equipe do *site* incluísse em suas matérias vídeos sobre os assuntos abordados, mapas, gráficos e *gifs* para o melhor aproveitamento dessas ferramentas.

Em relação à Interatividade o Portal utilizou diversos recursos como o contato do leitor através de *e-mails*, enquetes e comentários. Sobre esse item, ressaltamos a época a importância de manter esse contato com o internauta ativo, pois observamos que durante a semana de análise, a enquete, por exemplo, ficou estagnada e sem possibilidade de votação.

Já a Hipertextualidade não foi empregada pelo *site*, portanto sugerimos a época o uso de *hiperlinks* para que leitor pudesse ter a oportunidade de navegar entre os textos do *site* construindo seu próprio roteiro de leitura.

A Personalização também não foi detectada entre as características do Portal Macuxi. À época, sugerimos que fosse adicionado ao cadastro de *e-mail*, um item novo onde o leitor pudesse escolher quais as atualizações das editorias, colunas e *blogs* ele desejava receber. Sugerimos ainda criar um campo de *login* no *site* onde o internauta pudesse ter a opção de personalizar a Página Inicial, tornando-a particular.



Em relação à Memória verificou-se que o *site* de notícias estudado possuía seu próprio sistema de busca na página. Algo muito importante e bastante procurado por leitores que precisariam rever/reler determinada notícia ou que buscassem determinado assunto.

O Portal Macuxi cuidou da Atualização Contínua basicamente através do seu /Plantão, atualizado constantemente na Página Inicial. Foi observado, no entanto, que as atualizações eram muito próximas (todas feitas na mesma hora) e que depois havia um grande lapso temporal. À noite, o Portal parava completamente e só voltava a ser atualizado na manhã do dia seguinte. Nossa proposta foi que se procurasse um mecanismo que lançasse as notícias de forma automática, evitando assim prejuízos ao leitor.

Outra sugestão que trouxemos a partir do estudo foi a inclusão de indicadores de data e hora; e a incorporação de um calendário diário fixado horizontalmente abaixo do *menu* principal, da Página Inicial do Portal Macuxi. Isso poderia facilitar a navegação do leitor permitindo que ele ficasse mais tempo conectado ao Portal.

Em relação às peculiaridades descritas por Outing (1999) pudemos afirmar, a partir da pesquisa, que o Portal Macuxi não cumpriu todas as características exigidas para ser classificado como um Portal de Notícias Local. Afinal, apenas 36% dessas características estiveram presentes no Macuxi, o que colocou em evidência um grande questionamento: o Portal Macuxi durante o período em que esteve *online* foi ou não um Portal de Notícias?

O Portal Macuxi não possuía uma sede física, portanto não possuía equipes de reportagem e/ou redação. De acordo com Lima (2013) todo o material publicado nas editorias era originário de *releases* ou reproduzido a partir dos Mega Portais nacionais e internacionais. Apenas os *blogs* e as colunas assinadas pelos seus respectivos responsáveis traziam conteúdo original. Como apenas uma jornalista era responsável, a falta de periodicidade nas atualizações também foi um ponto negativo resultante dessa situação.

Assim que foi lançado, o Portal era atualizado a cada três horas, e na época da pesquisa, apenas um ano depois, ele passou a ser atualizado somente três vezes ao dia. Esse fato refletiu diretamente no seu público-leitor que diminuiu drasticamente até levar a suspensão das atividades do *site*. Essa diminuição progressiva foi constada pela própria equipe do Portal ao acompanhar os índices de navegação nas ferramentas de estatísticas.

A falta de comprometimento com os leitores levou o Portal Macuxi do posto de portal local mais acessado, ao lugar de *site* de notícias menos visto de Roraima em poucos meses – ocasionando o seu fechamento em pouco mais de um ano depois da realização pesquisa. Tal



fato reforça o quanto são importantes às características de Interatividade e Atualização Contínua no webjornalismo e chama atenção para o quanto à atividade jornalística na *web* ainda é imediatista e volátil.

O desinteresse dos criadores, autores e escritores das colunas, pode ser atribuído ao fato de que não havia remuneração financeira prevista a nenhum colunista, blogueiro ou responsável pelo *site*. Esses deslizes passaram ao leitor uma ideia de abandono e desorganização, o que tem relação direta com o seu desinteresse e evasão. O leitor que acessa uma informação desatualizada, raramente volta para acessar outro conteúdo do *site*.

A pesquisa apontou, desse modo, que o Portal Macuxi (enquanto ativo) possuía 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 aos 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 nunca conseguiu cumprir totalmente seu papel de Portal. Desempenhou melhor o papel de reprodutor de *releases*, já que não possuía equipes que se dedicassem à produção específica de conteúdo jornalístico próprio e original. Acompanhando as manchetes da semana escolhida para análise, pudemos perceber que todas as notícias foram assinadas como “Da Redação”, o que indicou 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 concentrou-se nos *Blogs* e *Colunas* – seu único conteúdo original, moderno e inédito. Sugerimos então, à época, aos mantenedores do Portal que investissem na produção de conteúdo jornalístico próprio; e que, potencializassem a utilização das ferramentas que trouxeram resultados positivos para *site* – algo que nunca aconteceu.

No entanto é inegável que o Portal Macuxi apresentou, ao longo de sua existência, matérias informativas com uma visão local e regionalizada. Sua abordagem se alinhava com a realidade cotidiana 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 chegou a testar novos recursos capazes de potencializar a utilização das ferramentas da *web* para o fazer jornalístico (como por



exemplo, jogos *online*, músicas e um novo *layout*). A intenção era lançar a nova cara do *site* em seu aniversário de dois anos, em 05 de outubro de 2014. Porém, de acordo com Carvalho (2015)¹⁹ a equipe não pôde continuar alimentando o *site* por falta de recursos. “Ficamos sem patrocinadores e sustentar o *site* ficou inviável. Tentamos ainda lançar o novo *layout*, mas o trabalho desandou e perdemos o ânimo. Não sei se vamos voltar”.

À época, frisamos que as proposições apresentadas, derivadas da pesquisa, não se pretendiam (e nem se pretendem) ser definitivas ou absolutas – elas visavam trazer melhorias para um *site* de notícias que era único no Estado de Roraima. Como não houve tempo para que elas surtisserem efeito na prática, ao menos nesse caso, esperamos que fique aqui nossa contribuição para a ampliação do debate em torno da importância dos *sites* de notícias, principalmente, os Portais de Notícias com características 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=2629epalavraschave=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>. Acesso em: 13 nov 2013.

FERRARI, Pollyana. **Hipertexto, hipermídia**: as novas ferramentas da comunicação digital. 1. ed., São Paulo: Contexto, 2010.

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, Arlindo Ribeiro. **Hipermídia: o labirinto como metáfora**. In: Domingues, D. (Org.) *A arte no século XXI: a humanização das tecnologias*. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1997. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books>>. Acesso em: 03 nov 2013.

¹⁹ Jornalista Bárbara Carvalho em entrevista cedida à autora no dia 09 mar de 2015.



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>. 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.

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>. 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/pag/junior-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/simposioabciber/PDFs/CC/Aparecida%20Luzia.%20A.%20Zuin%20e%20Claudio%20Manoel%20de%20Carvalho%20Correia.pdf>>. Acesso em: 02 nov 2013.