

## Cenário do Webjornalismo em Cuiabá: A situação dos sites de notícias na capital mato-grossense<sup>1</sup>

VOLTOLINI, Ana Graciela Mendes Fernandes da Fonseca<sup>2</sup>  
PEREIRA, Josiane Barros Coelho<sup>3</sup>

**Resumo:** O artigo apresenta pesquisa desenvolvida pelos alunos do 6º e 7º semestre durante o período 2017/1 na disciplina de Webjornalismo. A pesquisa foi proposta como atividade avaliativa e teve como objetivo contribuir na assimilação do conteúdo por meio da participação ativa dos alunos no levantamento de dados e aproximação com o universo profissional. Para isso, foi realizada uma investigação com a turma dividida em grupos com seis sites de notícias situados em Cuiabá-MT. Tratou-se de pesquisa de caráter exploratório, a partir da investigação dos veículos tendo como instrumento para coleta de dados: observação e entrevista. Como aporte teórico, recorremos a autores como João Canavilhas e Marcos Palacios. A pesquisa, com tratamento descritivo dos dados, apontou que os sites pesquisados não exploram características e recursos disponíveis no ambiente web como a hipertextualidade e a multimidialidade. Para os alunos, a pesquisa proporcionou verificação empírica em relação às práticas e o mercado de Webjornalismo local. Como proposta de ensino, a atividade incentivou a pesquisa, produção de artigos e um trabalho de conclusão de curso em andamento.

**Palavras-Chave:** Webjornalismo. Site. Jornalismo. Ensino.

### INTRODUÇÃO

É consenso dizer que a web revolucionou a forma como os indivíduos se comunicam e tem acesso à informação, assim como também podem além de consumir, produzir conteúdo. Para Gradim (2007) a web foi responsável por operar mudanças profundas nesse âmbito, fator que também produziu impacto significativo nas profissões ligadas à comunicação, como o jornalismo. Com isso, deu origem a um ramo dentro do jornalismo, o Webjornalismo, que consiste na utilização e

<sup>1</sup> Artigo enviado na modalidade Comunicação Oral, para a sessão Ensino de Ciberjornalismo.

<sup>2</sup> Doutora em Comunicação Social; Pós-Doutoranda UFMT/CNPq; Docente na Universidade de Cuiabá. E-mail: fonsecaanagraciela@gmail.com.

<sup>3</sup> Graduanda em Jornalismo; Universidade de Cuiabá. E-mail: josi.sceu@live.com.

identificação de uma linguagem que tire partido das características oferecidas pelo meio, neste caso a web (CANAVILHAS, 2007).

Dessa maneira, dentro da grade curricular dos cursos de jornalismo foi inserida disciplina que trabalhe esta modalidade, tendo em vista o novo cenário que se apresenta com a popularização da web e os impactos deste fato para a Comunicação. No caso do Jornalismo, as disciplinas recebem vários nomes: Webjornalismo, Ciberjornalismo, Jornalismo Online, etc., porém independente do nome, o mote é apresentar e refletir sobre o impacto que a web e as novas tecnologias de informação e comunicação causam na prática jornalística e seus desdobramentos.

Para isso, foi proposto o desenvolvimento de uma pesquisa pelos alunos do 6º e 7º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade de Cuiabá durante a disciplina de Webjornalismo. A pesquisa, com o título “Cenário do Webjornalismo em Cuiabá: estrutura, estratégias e conhecimento profissional”, teve como objetivo contribuir na assimilação do conteúdo da disciplina, através da participação ativa dos alunos e aproximação com a prática e ambiente profissional de temas e aspectos que abrangem o Webjornalismo.

Para cumprir os objetivos, foi realizada uma investigação em seis sites de notícias situados em Cuiabá-MT: Olhar Direto, 24 Horas News, Mídia News, RD News, Mato Grosso Notícia e Folha do Estado. Trata-se de pesquisa exploratória por meio de observação e entrevista. Com base no levantamento realizado, tendo como categorias para a análise as características atribuídas ao Webjornalismo, é possível afirmar que os sites pesquisados, na maioria das vezes, não tiram partido dos recursos disponíveis no ambiente web na produção do conteúdo.

## **REVISÃO DE LITERATURA**

João Canavilhas, pesquisador de referência na área de Webjornalismo, coloca que inicialmente o Webjornalismo ou Jornalismo Online não foi mais que uma simples transposição dos velhos jornalisimos escrito, radiofônico e televisivo para um novo meio (2001). Para o autor (2001), a base do jornalismo na web é a convergência entre texto, som e imagem em movimento.

O dicionário Houaiss de Comunicação e Multimídia (NEIVA, 2013) define Jornalismo como a “atividade profissional que visa coletar, analisar e transmitir periodicamente ao grande público, ou a segmentos dele, informações da atualidade, utilizando veículos de comunicação para difundi-las” (p.308). Já Notícia, é um “relato de fatos e acontecimentos, recentes ou atuais, ocorridos no país ou no mundo, veiculado em jornal, televisão, revista, etc.” (p.401). No ambiente web estes conceitos não mudam, mas sim a possibilidade de narrar, produzir e visualizar o conteúdo de maneira diferente. Para Silva Júnior (2001) o Webjornalismo trata-se de tendência evolutiva e preocupada com um formato exclusivo na rede, preocupação jornalística específica para a web e suas particularidades.

A respeito do Webjornalismo, Gradim (2007) coloca que há dois entendimentos para o conceito. O primeiro é aquele que utiliza a web como meio para acessar e recolher informação e o segundo é o jornalismo que se publica na web – seja em formato de texto ou mais elaborado, como produto multimídia.

Gradim (2007) destaca que além dos dois entendimentos para o conceito, há também três fases no Webjornalismo. Pavlik identificou três fases, que recobrem, grosso modo, as que foram listadas por Jim Hall (GRADIM, 2007): Fase 1: Os conteúdos disponibilizados online são os mesmos que antes foram publicados nas versões tradicionais do meio. Fase 2: Os conteúdos são produzidos unicamente para as versões online, contendo já hipertextos, aplicações interativas e, em alguns casos, fotos, vídeos ou sons. Fase 3: Conteúdos desenvolvidos exclusivamente para a web, tirando partido de todas as suas características.

Silva Júnior (2001, apud GALARÇA, 2004) apresenta apenas duas fases do Webjornalismo, a transpositiva e hipermidiática. A transpositiva compreende a primeira fase do jornalismo na web, momento em que surge a maior parte dos jornais eletrônicos. Nesta fase, para não perder lugar na história da internet, muitos veículos apenas transformaram suas edições em conteúdos disponíveis na rede, através da transposição da versão integral de suas publicações. Na fase hipermidiática o jornalismo online ganha novas dimensões em virtude das condições técnicas, uma vez que se desenvolve juntamente com a qualidade técnica de conexão, avanço dos suportes tecnológicos e evolução das interfaces gráficas.

Neste segundo momento, privilegia a criação e desenvolvimento de conteúdo exclusivo para a rede.

Assim, como o Telejornalismo não pode ser definido como “ler um jornal em frente às câmeras” (CANAVILHAS, 2001) o Webjornalismo também só deve ser considerado na medida em que rompe com a ação de transpor conteúdo já disponibilizado em outro suporte. Canavilhas (2001) destaca cinco recursos utilizados na narrativa jornalística no ambiente web: interatividade, hipertexto, leitura não linear, som e vídeo. Esses recursos proporcionam possibilidades de: interação direta com o produtor da notícia; relação imediata; discussão, sendo a notícia o princípio de algo e não um fim; navegação livre; texto esquadrinhável com destaque de palavras-chave, através de hipertextos ou cores, subtítulos, uma ideia por parágrafo, uso de listas; apropriar de características do rádio através da palavra dita e utilização de imagens colhidas no local do acontecimento, emprestando uma veracidade e objetividade maior do que a simples descrição.

Dentre esses recursos, podemos destacar o hipertexto como elemento base para romper com a primeira fase ou fase transpositiva do Webjornalismo. Vannevar Bush, em 1945, foi o primeiro a antecipar a ideia de seleção por associação, base do conceito de hipertexto. Porém, foi Ted Nelson, vinte anos depois, em 1965, que criou o termo, que representa um modelo de produção de textos não lineares em um sistema de informática (CABRITA, 2016). No Webjornalismo, Cabrita (2016) coloca que o hipertexto trata-se de uma arquitetura noticiosa aberta e livre de navegação e deve ser utilizada como complemento da notícia.

A partir da ampliação das condições técnicas com a evolução tecnológica dos aparatos de informação e comunicação, o contexto para o desenvolvimento do jornalismo passa a se dar com base no conceito de convergência, que Neiva (2013) “define como tendência para a aproximação de duas ou mais soluções tecnológicas que, interagindo, geram uma nova solução”. No caso específico de convergência de mídia, seria “o ato ou efeito de integrar meios de comunicação diversificados” (p.129). Cabrita (2016) descreve esse contexto, com base em Jenkins (2009) como a circulação de fluxos de conteúdos em múltiplas plataformas de mídia, interação complexa entre novas e antigas mídias, transformação cultural onde o consumidor é incentivado a procurar novas informações e a fazer conexões em meio a conteúdos

de mídia. Ainda, destaca que há uma alteração na lógica de produção da indústria midiática e na forma como consumidores acessam, consomem e processam a notícia.

Nesse sentido, Gradim (2007) descreve o novo contexto que se abre para a produção do jornalismo:

A interactividade e a possibilidade *feed-back* por parte do público permitem um apuramento da informação, e no conjunto os profissionais dispõem de um meio mais plástico e adequado a novas formas de expressão criativa. A *linkagem*, mas também a inexauribilidade do espaço disponível possibilitam a oferta de material informativo com a profundidade que se desejar, porque alheia a constrangimentos de espaço físico. Além disso, o espaço de penetração de uma notícia alarga-se consideravelmente, pois a web – onde não o impedem razões económicas (info-exclusão nos países em desenvolvimento) ou políticas (caso da China) – é um meio de acesso universal (p.88).

Para Gradim (2007) estão acontecendo coisas extraordinárias no campo da informação e comunicação neste início de século, e todos, neste caso, jornalistas e público, podem e devem aproveitá-las, retirando delas o máximo de vantagens. É importante ressaltar, que a convergência se deve as características das novas mídias, que de acordo com Lev Manovich (apud MENDES s.d) permitem o armazenamento de dados em memória através de informação numérica acessível para computador, transformando sons, imagens, textos em conjuntos digitais “*bits*”.

Marcos Palacios, um dos professores responsáveis pela criação da primeira disciplina de Jornalismo Online, em 1995, na Universidade Federal da Bahia – UFBA (ANELO, 2016), aponta em artigo de 2003, as especificidades do jornalismo na web. Palacios (2003) elenca seis características a partir do potencial oferecido pelas novas tecnologias de informação e comunicação para o campo da comunicação, e para o jornalismo em particular, sendo: multimídia, interatividade, hipertextualidade, customização/personalização, memória e instantaneidade/atualização contínua.

Para checar as seis especificidades, o autor partiu da proposição de Bardeel e Deuze (2000, apud PALACIOS, 2003) que assinalaram a existência de quatro elementos distintivos: multimídia, interatividade, hipertextualidade, customização/personalização. A partir dessas quatro, Palacios (2003) acrescentou

outras duas: memória e instantaneidade/atualização contínua, totalizando seis características.

Segundo Palacios (2003), essas seis características refletem as potencialidades oferecidas pela web ao jornalismo. A respeito delas, segue a descrição do autor:

**Multimedialidade:** Refere-se à convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico.

**Interatividade:** O leitor passa a se sentir como parte do processo jornalístico, através de mecanismos de participação disponibilizados pelo ambiente (e-mail, espaço para comentários, sugestões e envio de temas e pautas para notícia). A interatividade também pode ser considerada através da navegação por hipertexto.

**Hipertextualidade:** Possibilita a interconexão de textos, textos complementares a notícia, quem podem ser fotos, sons, vídeos, animações, etc.

**Customização/Personalização:** Consiste na opção oferecida ao usuário para configurar os produtos jornalísticos de acordo com seus interesses individuais, permitindo a pré-seleção dos assuntos, hierarquização e escolha de formato de apresentação visual.

**Memória:** A acumulação de informações é mais viável técnica e economicamente na web do que em outras mídias. O volume de informação anteriormente produzida e diretamente disponível ao usuário e o produtor da notícia cresce exponencialmente no jornalismo na web.

**Instantaneidade/Atualização Contínua:** Rapidez de acesso combinada com a facilidade de produção e de disponibilização permite extrema agilidade de atualização do material na web. Acompanhamento contínuo dos assuntos.

Palacios (2003) apresenta uma definição para o jornalismo na web e faz ressalvas:

Entendido o movimento de constituição de novos formatos mediáticos não como um processo evolucionário linear de superação de suportes anteriores por suportes novos, mas como uma articulação complexa e dinâmica de diversos formatos jornalísticos, em diversos suportes, “em convivência” (e complementação) no espaço mediático, as características do Jornalismo na web aparecem, majoritariamente, como Continuidade e Potencializações e não, necessariamente, como Rupturas com relação ao jornalismo praticado em suportes anteriores (p.22).

## PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

De acordo com a instituição de ensino e com o programa de curso, a disciplina, denominada de “Webjornalismo”, dentro da grade curricular do curso de Jornalismo tem como competências gerais ou de fundamento de área a finalidade proporcionar ao aluno uma visão teórica, prática e técnica das consequências da informática e da internet na esfera do Jornalismo, capacitando-o à preparação e à análise crítica de atividades e produtos jornalísticos para a web. A disciplina é obrigatória e realizada pelos alunos que cursam o 6º ou 7º semestre.

Tendo em vista as competências gerais ou de fundamento de área da disciplina, foi proposto o desenvolvimento de uma pesquisa ao longo do semestre envolvendo toda a turma na sua realização. A turma foi dividida em grupos para a execução das atividades da pesquisa e este trabalho fez parte do sistema de avaliação da disciplina que corresponde à avaliação parcial. Partindo das competências gerais necessárias foi estabelecido como objetivos da pesquisa:

Objetivo Geral: Conhecer melhor a realidade dos veículos e dos profissionais que trabalham com Webjornalismo. Objetivos específicos: Proporcionar reflexão e conhecimento empírico; Proporcionar vivência profissional e argumentos para a discussão da prática do Webjornalismo e Gerar conhecimento.

A partir disso, foi realizada uma busca na internet por “sites de notícia em Cuiabá” que resultou em uma lista e cada grupo recebeu um endereço eletrônico diferente. Ao todo foram formados seis grupos que possibilitou levantar e investigar seis sites de notícia situados em Cuiabá. Os sites foram atribuídos aos grupos pela ordem de posicionamento na lista.

Quanto à metodologia, além da apresentação e delimitação do objeto, a pesquisa foi caracterizada como exploratória. De acordo com Gil (1999) este tipo de pesquisa visa proporcionar maior familiaridade com o problema, de forma a explicitá-lo, e deve ser definida levando em conta o objetivo da pesquisa. Pode envolver levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes no problema pesquisado.

Com relação ao aporte teórico, foram utilizadas as referências bibliográficas da disciplina como: Lev Manovich, João Canavilhas, Marcos Palacios, entre outros e artigos de outros pesquisadores publicados em anais de congressos.

A pesquisa teve cinco etapas, sendo: 1) Levantamento dos meios (sites); 2) Revisão Bibliográfica; 3) Observação (obrigatória) e Entrevista (se possível); 4) Análise dos dados e 5) Elaboração e Apresentação do relatório final. A coleta de dados e análise dos sites foi realizada a partir das características do Webjornalismo: multimídia, interatividade, hipertextualidade, customização/personalização, memória e instantaneidade/atualização contínua.

Todas as informações apresentadas neste artigo foram coletadas pelos alunos durante a realização da pesquisa.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

### **Olhar Direto ([www.olhardireto.com.br](http://www.olhardireto.com.br))**

Fundado no começo dos anos 2000 pelos jornalistas mato-grossenses Marcos Coutinho e Mário Marques Almeida, o site é parte do Grupo Olhar, um dos mais completos em cobertura jornalística no estado. O grupo abrange, além do site principal, outros sites especializados interconectados em uma mesma plataforma, a saber: Olhar Agro, Olhar Conceito, Olhar Concursos e Olhar Jurídico. De acordo com o site, os princípios e objetivos do veículo são: ser um portal sem vínculo partidário e preconceito ideológico, primar pela qualidade de suas informações, a fim de prestar o melhor serviço aos internautas e leitores. O site possui uma equipe robusta e ampla dividida entre diretoria, editoria, reportagem e departamento comercial.

Sobre o conteúdo, o Olhar Direto possui o formato de Portal de Notícias, ou seja, é pensado para destacar o conteúdo e não as imagens e banners, como em um blog, por exemplo. O portal possui uma apresentação limpa, com fundo claro em cores quentes, aspectos que facilitam a leitura. As notícias são organizadas por editorias, divididas em: Últimas Notícias, Brasil, Carros & Motos, Cidades, Ciência & Saúde, Copa 2014, Educação, Esportes, Do Internauta, Meio Ambiente, Mundo,



Picante, Política BR, Política MT, Turismo e Variedades. Existe ainda uma aba denominada Opinião, com artigos sobre diversos temas, sem dia fixo para publicação, que não se configura dentro do site como uma editoria.

O site tem uma parte específica para vídeos, no entanto não possui produção própria, sendo a galeria composta por vídeos externos (de telejornais, depoimentos, copiados de outros veículos ou informativos e vídeos promocionais do Governo de Estado) replicados no site. Destaca-se que o Governo é um dos principais anunciantes do portal.

Existe também o “Plantão”, um box lateral do site atualizado constantemente com pequenas notas sobre temas factuais, principalmente das editorias Cidades, Política MT e Polícia. Apesar da atualização não ser em tempo real, pode ser considerada frequente e passa uma ideia de dinamismo. Destacamos a editoria “Do Internauta” que funciona como aquelas famosas páginas da “Carta do Leitor”, um espaço para a publicação de textos ou comentários dos leitores do veículo sobre temas gerais. A média é de duas publicações por mês.

A respeito dos recursos de interatividade, a página inicial apresenta botões de direcionamento para as redes sociais, o *Facebook* está ligado ao site principal @olhardiretoMT e o Instagram ao site especializado @olharconceito. O Olhar Direto não utiliza o Twitter. No momento da leitura das notícias, os recursos de interatividade disponíveis são: compartilhar a notícia através de botões para as redes sociais (*Facebook*, Twitter e *Google +*), enviar por e-mail, imprimir a notícia e caixa de comentários. Foi identificada a falta de feedback do veículo em relação às opiniões expressas nos comentários. Como recurso de personalização, o site oferece a possibilidade de aumentar e diminuir a fonte dos textos durante a leitura.

Em relação aos recursos de multimídia e hipertextualidade, o site não utiliza de recursos muito variados. De maneira geral, o formato padrão de apresentação da notícia compreende em título, foto e texto. O oferecimento de outros conteúdos relacionados com a utilização de hiperlinks é feita através do “Leia Mais”, inserido no meio da notícia e que redirecionam para conteúdos do próprio site.

A exceção é a editoria “Picantes” que, em sua grande maioria, é composta de pequenas notas no estilo *drops* e não utiliza fotos e hiperlinks. Em alguns casos

específicos, são utilizados vídeos e fotos complementares, geralmente enviados por leitores, que são inseridos no fim das matérias no formato galeria. Não foi encontrado nenhum caso do uso de outros recursos como infográficos e vídeos produzidos especialmente para o site.

### **24 Horas News ([www.24horasnews.com.br](http://www.24horasnews.com.br))**

O site se dedica as notícias de Mato Grosso, do Brasil e do Mundo, de diferentes segmentos, com grande abrangência e volume. A equipe dispõe, entre outros cargos, de dois jornalistas, de acordo com o expediente.

Sobre o conteúdo, o site 24 Horas News está disposto de forma organizada com ênfase aos assuntos principais do dia, com as notícias distribuídas entre as editorias Notícia, Esporte, Entretenimento, Pingo no I, TV 24 Horas e Últimas Notícias. Ainda, o site tem um espaço para colunistas que escrevem sobre assuntos diversos.

A respeito dos recursos de interatividade, existem espaços destinados aos leitores para comentários sobre a notícia e envio de e-mails para a redação. Ainda, o veículo está presente nas redes sociais *Facebook*, *Twitter* e *Google +*. Quanto à multimídia, o site utiliza de foto Webjornale vídeos, mas não possui produção própria de conteúdo nessas linguagens. Durante o levantamento, sobre hipertextualidade, não foi identificada a utilização de hipertextos, recurso comum na arquitetura da notícia na web.

### **Mídia News ([www.midianews.com.br](http://www.midianews.com.br))**

O Mídia News teve início em 1999 e foi o primeiro site de notícias de Mato Grosso. Ao longo de 18 anos, o site se consolidou como um veículo de comunicação se apresentando como apartidário, pluralista e imparcial. O site possui uma equipe composta por sete jornalistas.

Com relação à disposição de conteúdo no site, está classificada por temas como: Política, Cotidiano, Judiciário, entre outros. Com poucas editorias, o portal é de fácil navegação para o leitor, em um formato enxuto.

A respeito dos recursos de interatividade, hipertextualidade e multimídia, o site está presente nas redes sociais digitais *Facebook* e *Twitter*, assim como as notícias publicadas também podem ser compartilhadas nessas redes através de ícones ao final da notícia. Além disso, é possível comentar a notícia, enviar ou imprimir. Quanto à multimídia, o site utiliza imagens e disponibiliza uma galeria de fotos relacionadas à notícia em alguns casos, as imagens possuem a opção de serem ampliadas se o usuário julgar necessário. O site utiliza vídeos em alguns casos, mas não há produção própria. A hipertextualidade aparece sempre ao final da notícia, oferecendo ao usuário saber mais sobre assuntos relacionados por meio de links que redirecionam para notícias veiculadas pelo próprio site.

A respeito das redes sociais digitais, o editor do veículo afirmou em entrevista que o Mídia usa muito essas plataformas, por considerar uma maneira rápida de trazer o público para o site através dessas redes. Para isso, todas as matérias e reportagens são postadas no *Facebook* e *Twitter* do veículo, pois grande parte do acesso ao site é através destas vias.

Ainda sobre as características, no que tange a interatividade, o editor afirmou que existe um profissional que cuida dos comentários deixados nas matérias, sendo estes selecionados, devido ao grande número de palavrões e xingamentos. Neste caso, são publicados apenas aqueles comentários que acrescentam algo ao conteúdo publicado. O mesmo procedimento é feito com as sugestões de pauta.

### **RD News ([www.rdnews.com.br](http://www.rdnews.com.br))**

O site foi criado em 2006, como blog RD News, lançado pelo então editor-chefe do caderno de política do jornal impresso “A Gazeta”, Romilson Dourado, com uma proposta de falar sobre os bastidores da política em Mato Grosso, com uma linguagem diferenciada e mais opinativa. Atualmente, possui uma equipe robusta para os padrões locais, com uma editora-chefe, três editoras, seis repórteres, três correspondentes divididos entre Rondonópolis, Barra do Garças e Sinop, um repórter fotográfico e dois profissionais que atuam nas redes sociais. O conteúdo é disponibilizado em uma extensa lista de editorias que tratam de temas específicos.

Em 2009 aconteceu a primeira reformulação do site, que passa a agregar o blog do Romilson Dourado e o portal. Em janeiro de 2011 foi lançada a RDTV, primeira web TV do estado. De acordo com o site, a partir de dados do *Google Analytics*, em média, são cerca de 1 milhão de visualizações mês e 20 mil acessos diários por IP.

Segundo informações fornecidas pelo site, tanto no portal quanto na RDTV, os internautas se impõem em cada produto, por meio de e-mails, dando sugestões e/ou fazendo críticas, no espaço destinado aos comentários, que são filtrados para impedir que denúncias, sem provas, e conteúdos que denigram a imagem das pessoas citadas na reportagem sejam publicadas.

Sobre recursos de interatividade, hipertextualidade e multimídia, o RD News disponibiliza como ferramenta de interatividade espaço para comentários em cada matéria em que os leitores podem opinar, realiza enquetes frequentes com temas do cotidiano para votação e também está presente no *Facebook* e *Twitter*. As notícias também podem ser compartilhadas em redes sociais ou enviadas por e-mail através dos ícones no final da matéria. A hipertextualidade aparece após os recursos de compartilhar e comentar denominada de “Matérias Relacionadas”. O site utiliza imagens e vídeos, a respeito do recurso vídeo possui uma TV dentro site, a RDTV, com produção de conteúdo próprio e frequente no formato entrevista.

### **Mato Grosso Notícias ([www.matogrossonoticias.com.br](http://www.matogrossonoticias.com.br))**

O site foi fundado em 2010, possui formato portal e sua programação é desenvolvida pela empresa TRINIX. O Mato Grosso Notícias começou suas atividades em novembro de 2010, sendo sua maior característica o comprometimento com o jornalismo sério e ético, independente e com compromisso a verdade e a missão de levar informações em tempo real e oferecer notícias diversas de forma clara e rápida, bem como promover o Estado de Mato Grosso.

De acordo com o site, o “interesse é atingir a sociedade com informações de forma séria dinâmica e profissional. Para tanto, contam com uma equipe de jornalismo com as mais diversas formações, especialidades para abordar desde economia a variedades”.

O conteúdo está disposto em colunas, sendo elas: Geral, Judiciário, Política, Polícia e Variedades, além das seções: Boca na Botija, Opinião e Mais Lidas, também apresenta conteúdos sobre a Bolsa de Valores e o Sistema de Saúde. Dentre as colunas e temas, percebe-se a evidência que do seguimento político.

O site está presente nas redes sociais *Facebook* e *Instagram*. As notícias tem a opção de serem compartilhadas em algumas redes sociais pelos usuários a partir de alguns botões ao final, como também pode ser impressas. No caso do compartilhamento, foi verificado que as opções *Facebook* e *WhatsApp* não estão funcionando. Também há espaço para que o usuário comente a notícia. Não há vídeos ou áudios que ilustrem as notícias, mas existe uma seção chamada *TV Mato Grosso Notícias* onde são exibidos vídeos institucionais do Governo do Estado e outros vídeos veiculados no *YouTube*. O site não usa o recurso de hipertexto nas matérias.

Quanto ao design, as notícias em destaque são estáticas, podendo exibir outras, mas sempre que a página é carregada é apresentada a notícia em destaque. Sobre o conteúdo, alguns são melhores produzidos e elaborados, sendo estes assinados e creditados. As imagens utilizadas não são produzidas pelo veículo, onde algumas demonstram ser de assessoria ou copiadas, a maioria não possui créditos de origem.

### **Folha do Estado ([www.folhadoestado.com.br](http://www.folhadoestado.com.br))**

O site *Folha do Estado* é o resquício do que foi o jornal impresso de mesmo nome, considerado um dos maiores do estado de Mato Grosso. Atualmente, a administração informou que dois profissionais trabalham de casa alimentando o site. O jornal foi fundado pelo empresário Domingos Sávio Brandão, assassinado em Cuiabá em 2002. A última versão impressa foi publicada no dia 08 de junho de 2016.

Em matéria sobre a história do jornal, foi colocado que o veículo não conseguiu se firmar no competitivo mercado editorial o que culminou com a extinção da versão impressa. A última edição, de número 7.105 fechou um ciclo de 21 anos desde a fundação do jornal diário, em 1994, por onde passaram diversos jornalistas expoentes no estado, sendo escola para muitos graduandos dos cursos de

jornalismo da capital. O encerramento do impresso foi bastante lamentado, por reduzir as oportunidades de trabalho profissional.

O agora site de notícias Folha do Estado tem seu conteúdo dividido por editoriais, sendo Polícia, Cidades, Política, Esporte, Brasil, Folha 3 (que aborda variedades e comportamento), Curiosidades e Casa de Festas. Existem mecanismos para a interatividade, no entanto estão comprometidos, já que o espaço para comentários está desativado. O site oferece ferramentas para que o leitor compartilhe a notícia em diversas redes sociais, como *Facebook*, *Twitter*, *Pinterest*, *Tumblr*, *Reddit* e *LinkedIn*, porém o mesmo não se preocupa em atualizar as suas redes sociais com as notícias mais recentes. O post mais recente na página da Folha no *Facebook* é do dia 22 de setembro de 2014.

Com relação à multimídia e hipertextualidade, há a utilização de imagens nas notícias, mas não são de autoria do site. No canto direito, na parte superior da página, há a opção de redirecionar o usuário para o canal da Folha no *YouTube*, mas os vídeos postados neste canal são vídeos institucionais do Governo do Estado. Durante o levantamento identificamos que o site não utiliza hipertexto.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Para os alunos, a pesquisa foi importante para a compreensão do campo do Webjornalismo, tornando-nos mais aptos a reconhecer novos mecanismos e formatos de dispor e produzir conteúdo a partir de novas ferramentas e da linguagem digital. Ainda, proporcionou a convergência da teoria com a prática e o despertar para conceitos fundamentais e práticas que envolvem o Webjornalismo. Além da aproximação com alguns produtos locais e profissionais de jornalismo na web.

Quanto aos resultados, podemos destacar, a partir dos dados coletados, que os sites pesquisados não tiram proveito de todas as características do ambiente web, especialmente da hipertextualidade e multimídia. Devemos levar em consideração, que, conforme colocado por Palacios e Ribas (2007) existem diversos aspectos que implicam na não apropriação e exploração das características do Webjornalismo seja por razões técnicas, econômicas, de conveniência, adequação à

natureza do produto oferecido ou ainda por questões de aceitação do mercado inovador. A proposta aqui foi entender alguns casos de produtos de jornalismo na web no âmbito local, no que diz respeito às características do jornalismo nesse ambiente.

A realização da pesquisa proporcionou subsídios para a compreensão da prática e produção no campo em que a disciplina está inserida, além de proporcionar uma aprendizagem de forma ativa, colocando os alunos como protagonistas do processo de aprendizagem e da produção de conhecimento. Por fim, destacam-se a apresentação dos resultados em congressos e uma análise em profundidade sobre um dos veículos apresentados através de trabalho de conclusão de curso em andamento.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANELO, C, R, F. Tecnologias digitais e o ensino de jornalismo: o desafio da inovação em sala de aula. In: 7º Congresso Internacional de Ciberjornalismo, 2016. **Anais do 7º Congresso Internacional de Ciberjornalismo**, Campo Grande, 2016. Disponível em: < <http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor7/files/2016/08/anelo.pdf>>. Acesso em: 08 mar. 2017.

CABRITA. D, A, P. Na era da convergência: como os ciberjornais Campo Grande News (MS) e Mídia Max (MS) utilizam o hipertexto como ferramenta de linguagem. In: 7º Congresso Internacional de Ciberjornalismo, 2016. **Anais do 7º Congresso Internacional de Ciberjornalismo**, Campo Grande, 2016. Disponível em: <<http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor7/files/2016/08/deboraalves.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

CANAVILHAS, J. WEBJORNALISMO. Considerações gerais sobre jornalismo na web. Comunicação apresentada no I Congresso Ibérico de Comunicação, 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>>. Acesso em: 02 mar.2017.

\_\_\_\_\_. Webjornalismo: Da Pirâmide invertida à pirâmide deitada In: BARBOSA, S (Org.). **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Covilhã: Labcom – Universidade da Beira Interior, 2007, p. 25-40. Disponível em: < <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/livro/54>>. Acesso em: 08 mar.2017.

GALARÇA, S, L da S. Jornalismo online: como os internautas catarinenses avaliam duas propostas diferentes na Internet. In: 2º Encontro da ALCAR - Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia, Florianópolis, 2004. **Anais do 2º**

**Encontro da ALCAR**, 2004. Disponível em: <<https://goo.gl/ofnc88>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GRADIM, A. WebJornalismo e a Profissão de Jornalista: alguns equívocos sobre a dissolução do 4º Poder. In: BARBOSA, S (Org.). **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Covilhã: Labcom – Universidade da Beira Interior, 2007, p. 25-40. Disponível em: < <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/livro/54>>. Acesso em: 08 mar.2017.

MENDES. A. C. **A linguagem das mídias digitais, por Lev Manovich** [s.d]. Disponível em: <[http://www.academia.edu/18808238/A\\_Linguagem\\_das\\_Midias\\_Digitais\\_Ana\\_Carina\\_Mendes\\_1](http://www.academia.edu/18808238/A_Linguagem_das_Midias_Digitais_Ana_Carina_Mendes_1)>. Acesso em: 15 mar.2017.

NEIVA, E. **Dicionário Houaiss de comunicação e multimídia**. 1ª ed. São Paulo: Publifolha, 2013.

PALACIOS, M. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. In: MACHADO, E; PALACIOS, M. (Org.). **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003, p.13-36. Disponível em: <<http://gjol.net/wp-content/uploads/2012/12/book-modelos-jornalismo.pdf>>. Acesso em: 05 abr. 2017.

PALACIOS, M.; RIBAS, B. **Manual de laboratório de jornalismo na Internet**. Salvador: EDUFBA, 2007. 92 p.