

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER  
Curso de Bacharelado em Jornalismo

STANISMAR DE SENA BRITO

**REPORTAGENS REGIONAIS – EDITORIA ARIQUEMES NEWS -  
PARA SITE STV NEWS EM RONDÔNIA**

ARIQUEMES

2022

STANISMAR DE SENA BRITO

**REPORTAGENS REGIONAIS - ARIQUEMES NEWS - PARA SITE STV  
NEWS EM RONDÔNIA**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial  
para obtenção do grau de bacharel em  
Jornalismo ao Centro Universitário  
Internacional UNINTER.

Orientador: Prof. Ms. Matias Peruyera

ARIQUEMES

2022



Curso de Bacharelado em Jornalismo  
Ata de Banca de Avaliação de Trabalho de Conclusão de Curso

Aos 18 dias do mês de agosto de dois mil e vinte e dois realizou-se a banca de avaliação de Trabalho de Conclusão de Curso do estudante **Stanismar de Sena Brito**, portador do Registro Uninter **2311218** do curso de Bacharelado em Jornalismo do Centro Universitário Internacional Uninter. Na ocasião, o trabalho desenvolvido na fase de **defesa**), na modalidade **produto**, sob o título **Reportagens regionais – Editoria Ariquemes News - para site STV News em Rondônia** e orientação do professor Me. Matias Peruyera, foi apreciado pelos seguintes membros da banca avaliadora:

Examinador/a 1: Dra. Marcia Boroski

Examinador/a 2: Dra. Karine Moura Vieira

Após a conferência do trabalho e considerando a média das notas atribuídas pelos professores examinadores nas fichas de avaliação, atribuiu-se a seguinte nota: **10,0**.

Sendo assim, considerou-se o/a estudante **aprovado**.

Assinam os seguintes participantes:

Orientador/a:

Examinador/a 1:

Examinador/a 2:

Estudante:

## RESUMO

Este relatório traz uma reflexão teórica e um detalhamento da produção de editoria regional no produto midiático Portal de notícias STV News, para a conclusão da graduação em Jornalismo pelo Centro Universitário Internacional Uninter. Trata-se de uma editoria para o site de notícias da região norte, em Rondônia, criado pelo acadêmico autor deste trabalho, que pretende levar ao público matérias voltadas ao cotidiano desta região do país, sobretudo na região do município de Ariquemes, localizado no chamado Vale do Jamari que corresponde a 9 municípios do Estado, uma vez que há carência de notícias locais. Nesse relatório contém o processo de produção do portal de notícias, abrangendo o planejamento para a efetivação do produto, onde a partir do mesmo realizaremos a criação de editoria regional com matérias voltadas para o município de Ariquemes e região em sua volta. Nele também se encontram os objetivos das reportagens locais, a fundamentação teórica que proporcionou embasamento para elaboração do mesmo, como as etapas, estudo da viabilidade entre outras questões necessárias para esse produto de mídia fosse inserido na região norte do Brasil. São apresentados alguns conceitos e autores que embasam o produto: Recuero (2009), através de seu conceito de atores sociais de ferramentas comunicacionais mediadas pelo computador, Ferrari (2011), com sua concepção da internet na vida atual, Lévi (2009), com o conceito de cibercultura e ainda Peruzzo (2005) que conceitua a importância do jornalismo regional, dentre outros.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo Digital; Portal; Jornalismo Regional; Deserto de notícias; Cibercultura

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> – Mapa Jornalismo local .....	24
<b>Figura 2</b> – Questionário de pesquisa.....	29
<b>Figura 3</b> – Questionário de pesquisa.....	29
<b>Figura 4</b> – Questionário de pesquisa.....	30
<b>Figura 5</b> – Questionário de pesquisa.....	30
<b>Figura 6</b> – Questionário de pesquisa.....	31
<b>Figura 7</b> – Mapa do Vale do Jamari.....	31
<b>Figura 8</b> – Layout do site no computador e no celular.....	33
<b>Figura 9</b> – Opção de cores do slide da Home.....	33
<b>Figura 10</b> – Banner de acesso a editoria Ariquemes News.....	37

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> – Nomenclaturas sobre práticas de produção no jornalismo digital.....	10
<b>Quadro 2</b> – Tabela veículos por região.....	25
<b>Quadro 3</b> – Habitantes por município.....	32
<b>Quadro 4</b> – Algumas notícias publicadas na editoria Ariquemes News.....	34

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>6</b>
<b>2. DO CIBERESPAÇO AO JORNALISMO DIGITAL.....</b>	<b>10</b>
<b>3. WEBJORNALISMO, NOTÍCIAS E REDES SOCIAIS.....</b>	<b>18</b>
<b>4. JORNALISMO REGIONAL .....</b>	<b>20</b>
<b>5. DESERTOS JORNALÍSTICOS.....</b>	<b>23</b>
<b>6. DESCRIÇÃO DO PRODUTO .....</b>	<b>26</b>
6.1 PRÉ-PRODUÇÃO .....	26
6.1.2 DELIMITAÇÃO DA REGIÃO.....	28
6.2 PRODUÇÃO .....	32
6.2.1 LOGOTIPO, PLATAFORMAS E LAYOUT .....	32
<b>7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>34</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>36</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A sociedade tem vivido diversos avanços em várias frentes que tem impactado na maneira de viver das pessoas. Os avanços das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) têm alterado a rotina e o comportamento das pessoas gerando mudanças seja nas profissões ou na vida pessoal. Diante destas mudanças percebe-se que a maneira como a sociedade tem acesso à informação está mudando também, o volume de informação produzido atualmente é imenso e, conseqüentemente, faz com que o profissional da comunicação tenha um papel essencial neste processo. O número de portais de notícia que levam os conteúdos ao cidadão também tem crescido muito, sobretudo nas áreas metropolitanas das grandes capitais, no entanto, existem regiões do país em que ainda há escassez de veículos de comunicação.

Na obra científica os objetivos podem definir a natureza do trabalho, o tipo de problema a ser selecionado, o material a coletar. Eles podem ser divididos em geral e específicos. Tem-se como objetivo geral neste trabalho a criação de um site de notícias com editoria regional no estado de Rondônia. Já os objetivos específicos pretendem analisar os desertos jornalísticos em Rondônia, sobretudo na região do Vale do Jamari; verificar quais são os sites de notícias de Rondônia; analisar como se comportam os usuários e leitores de notícias do Vale do Jamari; Desenvolver através do website criado [stvnews.com.br](http://stvnews.com.br)<sup>1</sup> de forma coerente, dinâmica uma editoria regional focada em notícias locais.

Após a delimitação dos objetivos, a etapa seguinte foi uma discussão acerca da relevância do produto apresentado neste trabalho. A importância de notícias locais para a vida das pessoas ao ponto de justificar a criação de site com esta finalidade. Com isso, se faz necessário ressaltar o jornalismo regional como importante instrumento da sociedade local. Mostrar que ele deve estar presente para levar a informação ao público de determinada região fazendo uso da internet e redes sociais.

O Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor) - instituição sem fins lucrativos “voltada para a reflexão e aprimoramento da prática jornalística” (PROJOR, 2021) intitulado “Atlas da Notícia<sup>2</sup>” – realizou um estudo em 2019 e averiguou que a maior parte dos municípios brasileiros não possui veículos jornalísticos que tenham

---

<sup>1</sup> Site: [www.stvnews.com.br](http://www.stvnews.com.br) – Produto criado neste trabalho

<sup>2</sup> <https://www.atlas.jor.br/>



um caráter voltado para a realidade local. No mesmo estudo ficou constatado que 62% dos municípios brasileiros, não possuem nenhum veículo de comunicação, sendo considerados desertos de notícias (PROJOR, 2021).

A finalidade do Atlas da Notícia é “mapear os veículos produtores de notícias – especialmente de jornalismo local – no território brasileiro” (PROJOR, 2021), para identificar onde há carência de veículos de informação. A ferramenta faz um paralelo entre o índice de desenvolvimento humano (IDH) com a quantidade de veículos jornalísticos existentes em determinada região e determinou que quanto mais desenvolvimento humano mais veículos de comunicação, “[a] **maior presença de jornalismo local** anda junto com melhor desenvolvimento humano, tendem a acontecer ao mesmo tempo” (PROJOR, 2021, grifo nosso).

O estudo promovido pelo Atlas pode comprovar que a maioria dos desertos de notícias encontram-se nas regiões Norte e Nordeste do Brasil. Neste cenário o estado de Rondônia pertence à região considerada desértica no que se refere a veículos de notícias.

Para a construção deste produto foram utilizados procedimentos como a pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e a exploratória. A pesquisa exploratória abrangeu a investigação bibliográfica que juntamente com entrevistas e estudos de casos contribuíram para o entendimento da temática aqui apresentada.

Para elaborar a pesquisa foi consultado o autor Carlos Gil (2008) que explica o fundamento da pesquisa bibliográfica. Segundo o autor esse método de pesquisa é feito através de livros e artigos científicos.

A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Esta vantagem se torna particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos pelo espaço. Por exemplo, seria impossível a um pesquisador percorrer todo o território brasileiro em busca de dados sobre a população ou renda per capita; todavia, se tem à sua disposição uma bibliografia adequada, não terá maiores obstáculos para contar com as informações requeridas. (GIL, 2008, p 50)

Ainda foram consultados autores que abordam temas como jornalismo online, jornalismo regional e cibercultura. Foi realizada uma pesquisa documental em sites de jornalismo já existentes, a fim de realizar uma análise do cenário de produção jornalística na região norte sobretudo no estado de Rondônia.

O Site desenvolvido a partir deste trabalho tem como premissa a criação do site com editoria regional com matérias regionalizadas voltado para o estado de Rondônia na finalidade de mitigar uma lacuna de carência de notícias e ao mesmo tempo fomentar o jornalismo da região. Diante dessa perspectiva, o website traz em suas páginas, editorias que tem por finalidade mostrar aos leitores um estado de Rondônia que às vezes nem mesmo a população local conhece.

Para que o site demonstre este caráter regional foi proposto a criação de uma editoria chamada Ariquemes News e a partir da mesma propor a realização de matérias locais que ficarão sempre em destaque para promover as notícias daquela região.

Rondônia já apresenta alguns sites que são referências na região como o Site Rondônia Agora<sup>3</sup>, Diário da Amazônia<sup>4</sup> ou ainda o site Rondônia ao vivo<sup>5</sup>. São iniciativas que tratam de notícias do estado de maneira geral, no entanto, trazem em sua maioria, notícias da capital, Porto Velho, cidade com maior número de habitantes que concentra cerca de 30% da população do estado que possui em sua totalidade uma população: 1,749 milhão (1 de jul. de 2014)<sup>6</sup>

A escolha de um veículo online se deveu às características da internet, uma vez que o acesso a rede já é uma realidade na região, assim o fácil acesso, aliado à possibilidade de os populares do estado terem acesso a recursos multimídias e plataformas online é um atrativo para a produção de conteúdo que aliado às redes sociais têm chances de gerar bons resultados mesmo no interior de um dos estados da Amazônia Legal. A internet veio para ficar conforme afirma Ferrari (2003).

Não é uma moda passageira e não haverá retrocesso. Jamais os usuários de e-mail voltarão a escrever cartas e deslocar-se até o correio para postá-las. (FERRARI, 2003, p.21)

Outro fator para a escolha do veículo online é o aumento do acesso à internet na região, o número de pessoas com acesso às redes sociais, indica o potencial do meio online. Dados da Secretaria de Comunicação do Governo Federal (2015) mostram que 48% dos brasileiros usam a internet e ficam quase 5 horas conectados. Os números são maiores entre o público jovem de 16 a 25 anos, que ficam em média

---

<sup>3</sup> [www.rondoniagora.com.br](http://www.rondoniagora.com.br)

<sup>4</sup> [www.diariodaamazonia.com.br](http://www.diariodaamazonia.com.br)

<sup>5</sup> [www.rondoniaovivo.com.br](http://www.rondoniaovivo.com.br)

<sup>6</sup> <https://pt.wikipedia.org/wiki/Rond%C3%B4nia>

6 horas conectados. A pesquisa também mostra que as redes sociais são o conteúdo mais acessado, por essa razão, o site criado além de poder ser acessado pelo domínio stvnews.com.br também possui uma página no Facebook<sup>7</sup> para compartilhamento de notícias.

Foi realizada uma pesquisa apurada na web em diversos portais, sobretudo o Guia de Mídia<sup>8</sup> que registra os portais de notícias de diversos estados brasileiros discutiu-se acerca da relevância do trabalho. Surge então a hipótese de que seria viável investir em um site do jornalismo local com notícias regionalizadas.

Assim é notório destacar a importância do jornalismo como instrumento social de desenvolvimento regional e de acesso à informação, uma vez que através deste acesso, seja por meio das mídias tradicionais, redes sociais ou em websites que a população se torna mais esclarecida. Diante disso decidiu-se criar a partir do site stvnews.com.br reportagens locais voltadas para a cidade de Ariquemes e sua região com intuito de enfatizar a característica regional do portal em questão.

Para embasar o processo jornalístico deste produto foram acionados alguns conceitos teóricos como cibercultura, informação em rede, jornalismo regional dentre outros. No capítulo 2 é apresentado aspectos da conceituação de ciberespaço e jornalismo digital multimídia onde se traz a discussão de como o jornalismo na atualidade tem se reinventado para atender os avanços da tecnologia e a multimedialidade contemporânea. No capítulo 3 destaca-se conceitos de webjornalismo e a maneira de como as redes sociais são relevantes na veiculação de notícias atualmente.

Já no capítulo 4 deste trabalho serão apresentadas informações sobre o Jornalismo regional e na sequência serão abordados os desertos jornalísticos, sobretudo no estado de Rondônia, local onde se dá a atuação do site criado. Na sequência é apresentada a descrição e detalhes do site e da Editoria Regional bem como as características das publicações desenvolvidas para o produto em questão.

---

<sup>7</sup> <https://www.facebook.com/stvnewsbr>

<sup>8</sup> <https://www.guiademidia.com.br/jornaisderondonia.htm>

## 2. DO CIBERESPAÇO AO JORNALISMO DIGITAL

Sabe-se que a sociedade contemporânea está intimamente conectada e isso se dá devido ao fato de que as fronteiras não existem mais, pois estamos conectados em uma rede de acesso à informação e isso se tornou algo tão presente que ao se desconectar da mesma o sentimento de completude é comprometido. Segundo Recuero (2009), podemos entender redes como uma metáfora para mostrar como estamos ligados socialmente.

Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexões de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais nem suas conexões. (RECUERO, 2009, p. 24)

A tecnologia da comunicação evoluiu muito, seja através de componentes, equipamentos, velocidade de dados, redes sociais, fatores que são responsáveis por mudanças profundas nos relacionamentos sociais, pois a cada minuto mais e mais pessoas estão conectadas nas redes.

Toda esta evolução veio acompanhada de novas terminologias, nomes que procuram trazer significações às evoluções na área das comunicações, sobretudo na internet. No jornalismo de maneira geral, muitos autores recorrem ao uso das expressões “jornalismo online” e “jornalismo digital”, mas também localizamos “ciberjornalismo” e “webjornalismo” em variados trabalhos.

Embora os termos aparentem o mesmo significado e possuam até características semelhantes, cada um tem suas particularidades. Para se ter a compreensão entre os termos, se faz necessário primeiro diferenciar a internet da World Wide Web, conceitos que frequentemente são confundidos. De forma simplificada, Ward (2002, p. 10, tradução nossa) explica que a internet “é a estrutura que permite aos computadores se comunicarem entre si através do mundo”<sup>9</sup>, e a web seria “a interface que permite às pessoas trocarem dados, textos, imagens, gráficos, áudios e vídeos na internet”<sup>10</sup>. Essa definição ajuda a mostrar que a diferença entre os termos se dá principalmente levando em conta as características técnicas do meio.

---

<sup>9</sup> Texto original em inglês: “The Internet is the infrastructure that allows computers to talk to each other throughout the world.”

<sup>10</sup> Texto original em inglês: “The Web is the interface that allows people to exchange, data, text, pictures, graphics, audio and video on the Internet.”

Percebe-se como já vimos que não há um consenso formado sobre termos que se referem ao jornalismo na era da internet, mas digamos que são todos sinônimos de um jornalismo dinâmico que tem evoluído constantemente uma vez que há 30 anos nem se imaginava os avanços da que tecnologia e velocidade da internet pudessem trazer esta revolução no jornalismo.

A seguir, reproduzimos o quadro apresentado por Mielniczuk (2003) a respeito das nomenclaturas sobre a produção e disseminação da informação no jornalismo na Web.

Quadro 1 – Resumo das definições de nomenclaturas sobre práticas de produção e disseminação de informação no jornalismo na Web ou jornalismo digital

<b>Nomenclatura</b>	<b>Definição</b>
Jornalismo eletrônico	utiliza de equipamentos e recursos eletrônicos
Jornalismo digital ou Jornalismo multimídia	emprega tecnologia digital, todo e qualquer procedimento que implica no tratamento de dados em forma de <i>bits</i>
Ciberjornalismo	envolve tecnologias que utilizam o ciberespaço
Jornalismo <i>online</i>	é desenvolvido utilizando tecnologias de transmissão de dados em rede e em tempo real
Webjornalismo	diz respeito à utilização de uma parte específica da Internet, que é a <i>web</i>

FONTE 01 – Mielniczuk (2003)

Segundo Lévy, (1999) a era da cibercultura veio para fazer parte da vida moderna e este fator não apresentará recrudescimento, pelo contrário a cada dia envolve mais pessoas demonstrando plena expansão.

A cada minuto que passa, novas pessoas passam a acessar a internet, novos computadores são interconectados, novas informações são injetadas na rede. Quanto mais o ciberespaço se amplia, mais ele se torna 'universal', e menos o mundo informacional se torna totalizável. (LÉVY, 1999, p. 113).

O profissional da comunicação deste novo cenário tem que ser proativo e ter conhecimentos múltiplos que abrangiam vários profissionais anteriormente, ou seja, um jornalista atualmente tem que ser multitarefa, que conheça as novas tecnologias saiba redigir, fotografar realizar edições em foto e vídeo e ainda em muitas situações se colocar à frente da câmera. Conforme apontam Anderson, Bell e Shirky, (2013, p.12): “o jornalismo vem sofrendo uma transformação tão radical pelas mãos de forças tecnológicas e econômicas que já não há algo que possa ser descrito como “uma indústria” na qual o jornalista atuaria”.

Segundo Ferrari (2010), a sociedade atual tem apresentado mudanças significativas em sua maneira de viver e conviver dentro do processo que envolve os relacionamentos humanos. As mudanças de comportamento têm refletido em diversas vertentes deste convívio.

Segundo a mesma autora, as mudanças pelas quais passou o jornalismo nos últimos 30 anos proporcionaram transformações significativas na dinâmica da informação. Com a popularização da internet, as informações circulam de maneira mais democrática e menos controlada, uma vez que elas estão disponíveis em uma vasta opção de sites, blogs e também nas redes sociais.

A internet de alta velocidade possibilitou uma melhoria ainda mais significativa e dinâmica no consumo de notícias que podem ser através de fotos de alta resolução ou em vídeos que podem ser compartilhadas ao toque de um dedo.

Os elementos que compõem o jornalismo on-line vão muito além dos tradicionalmente utilizados na cobertura impressa, textos, fotos e gráficos. Pode-se adicionar sequências de vídeos, áudio e ilustrações animadas. Até mesmo o texto deixou de ser definitivo um e-mail com comentários sobre determinada matéria pode trazer novas informações ou um novo ponto de vista, tornando-se assim, parte da cobertura jornalística. (FERRARI, 2010, p 39).

Com avanço da tecnologia e o acesso às redes sociais modernas um novo estilo de vida proporcionado pelas diversas possibilidades de interação e a imersão tecnológica promovida pela internet, tem apresentado reflexos nos comportamentos dos leitores. Segundo Recuero, (2009) a interação em redes no ciberespaço gera a promoção de laços sociais através de um comportamento diferenciado nos agentes envolvidos neste processo. O computador, e mais recentemente o celular, se tornaram o mediador entre os atores neste processo.

O ciberespaço e as ferramentas de comunicação possuem particularidades a respeito dos processos de interação. Há uma série de fatores diferenciais. O primeiro deles é que os atores não se dão imediatamente a conhecer. Não há pistas da linguagem não verbal e da interpretação do contexto da interação. É tudo construído pela mediação do computador. O segundo fator relevante é a influência das possibilidades de comunicação das ferramentas utilizadas pelos atores. (RECUERO, 2009, p 30)

Para Ferrari, (2010) os avanços das grandes plataformas trouxeram um cenário da comunicação diferente daquele vigente até então. Uma convergência digital se desenhava. As redações de jornais que eram voltadas para os impressos, hoje migram para o digital e muitos profissionais da área não abrem mão dos avanços nesta área.

O avanço dos sites de busca na última década do século XX – que passaram a agregar conteúdo e serviços como forma de atrair um maior número de leitores – contribuiu significativamente para o nascimento de uma geração de jornalistas que não conseguem trabalhar sem o Google. A geração Y também está presente nas redações. (FERRARI, 2010, p 83).

Segundo Ferrari (2003, p.32) no início, na década de 1990 época na qual surgia os primeiros portais de notícias nos EUA mesmo com uma internet limitada em relação à que temos hoje os principais veículos de comunicação, ou seja, de grandes jornais, viram que o jornalismo na internet seria um caminho sem volta, assim a criação de Sites de jornalismo teve seu início e se tornaram uma das principais fontes de informação da população mundial.

Segundo Lévi (2010) o jornal impresso era a referência para toda sociedade e a migração para o on-line era muito previsível. Tal mudança aconteceu e vem evoluindo, gerando transformações nas redações e nos profissionais da notícia consequentemente no leitor final que já não é o mesmo. O jornalismo passou a atuar no ciberespaço e isso desencadeou mudanças nas culturas, novos modos de pensamento proporcionado pela cibercultura.

[...] a cibercultura expressa o surgimento de um novo universal, diferente das formas culturais que vieram antes dele no sentido de que ele se constrói sobre a indeterminação de um sentido global qualquer. Precisamos, de fato, colocá-la dentro da perspectiva das mutações anteriores da comunicação. (LÉVI, 2010, P.15)

Um dos fatores que salta aos olhos no Jornalismo Digital é a capacidade de ser mais veloz do que o jornal impresso, que anteriormente demandava de todo processo de impressão para ser produzido e entregue no dia seguinte. Com o advento do Jornalismo na internet todo este processo foi ao mesmo tempo simplificado e se tornou mais dinâmico e vivo. Segundo Ferrari, (2014), ainda assim não foi de maneira imediata que as mudanças das tradicionais redações e o jornal impresso absorveram a mudança, houve resistências por parte de muitos que estavam acostumados da maneira tradicional de como se fazia o jornalismo.

Os empresários resistiam às mudanças porque o jornalismo tradicional, impresso, era responsável pela quase totalidade do faturamento da empresa com anúncios e assinantes, enquanto o jornalismo digital mal se pagava, ou dava prejuízo. Mas havia uma mudança em curso e os números não negavam. Enquanto as tiragens dos jornais impressos vinham em queda contínua, os acessos aos sites noticiosos cresciam muito. Um jornal já era mais lido na internet do que em sua versão impressa. (FERRARI 2014)

Ward (2002, p. 9) explica que o jornalismo online é o jornalismo feito com o ajuda da internet, com uma transmissão em tempo real. O autor também comenta que essa modalidade de jornalismo não se restringe à web, e que o jornalismo online pode utilizar todos os meios que a internet permite, inclusive em outros campos do jornalismo, a exemplo dos meios tradicionais como TV e rádio.

As tecnologias trouxeram grandes mudanças para as redações jornalísticas e em apenas duas décadas a revolução foi muito evidente mudando a lógica mercadológica e a estrutura dos fluxos comunicacionais. Diante destas mudanças, desapareceram algumas funções e surgiram novas como o analista de mídias sociais; a maneira de como se produz a notícia foi alterada desde a forma da apuração e checagem das informações até na maneira de como o leitor recebe a notícia e repassa para algum conhecido. Ferrari (2010) discute estas mudanças:

Novas tecnologias da informação e suas subdivisões com softwares cada vez mais modernos e capazes de automatizar o dia a dia de uma redação digital estão transformando o “fazer jornalístico” num processo automatizado e muito particular. Podemos dizer que os portais na internet são a personificação de um ambiente ideal onde o *core technologies* se juntou com o *core business*, resultando em empresas que alimentam e trafegam informação 24 horas por dia. (FERRARI 2010)

Diante destas mudanças a figura do jornalista às vezes é questionada, pois hoje o próprio leitor devido a seu engajamento em muitas situações torna-se parte do fazer jornalístico mesmo que de maneira inconsciente. Diante deste dilema Recuero (2009) ressalta valores do jornalismo como a credibilidade e a confiabilidade a partir dos quais se pode destacar que o papel do jornalista se torne essencial, uma vez que caberia a ele ser o filtro para atestar a credibilidade da notícia veiculada diante da vasta gama de informações muitas vezes falsas. Assim a atribuição de checagem se torna um fator relevante no exercício da profissão.

Valores como credibilidade, confiabilidade e reputação são essenciais ao jornalismo e são formas de capital social construídas pela ação dos jornais e dos jornalistas e pela sociedade. (RECUERO 2011 p.5)

Além da questão da credibilidade, se faz necessário o uso dos preceitos básicos de uma notícia completa e apurada de várias fontes, com imparcialidade e a utilização de técnicas próprias do jornalismo como o lide para que o texto esteja completo. Segundo Ferrari (2012):

Ao escrever online, é essencial dizer ao leitor de forma rápida qual é a notícia e por que ele deve continuar lendo aquele texto – daí a importância de recorrer à velha fórmula “quem fez o quê, quando, onde e por quê”. Como bem disse o escritor Gabriel García Márquez, “o importante é saber contar uma história”. (FERRARI, 2010, p 39).



Diante destas propriedades inerentes do jornalismo, a valorização do jornalista se torna preponderante no vasto volume de informação que precisa ser checada atualmente. Ferrari (2010) afirma ainda que para se produzir notícias na web, é necessário conhecimento das mídias envolvidas cabendo ao jornalista levá-las com propriedade ao leitor de maneira confiável, usando os recursos jornalísticos nos quais a notícia dever ser apresentada.

Cabe ao jornalista, sobretudo, na internet estruturar a notícia e fazer com que o leitor possa sentir o prazer de acessar determinado sitio eletrônico, de maneira descomplicada e intuitiva e que leve em consideração outros aspectos técnicos como aparência da página, estilo de fonte, layout, tudo para que seja uma leitura prazerosa que gere fidelidade do leitor.

A arquitetura da informação surgiu para descobrir em que área devemos publicar cada tipo de material. Um sistema de navegação consistente e funcional, que permita ao usuário saber onde está, para onde ir, o que fazer e, é claro, se interessar em voltar ao endereço clicado, é um grande quebra-cabeça. Nada na internet é aleatório ou desprovido de intenção – ao menos não deveria ser. Precisamos saber exatamente o porquê de determinado canal ou seção estar disposto naquele espaço geográfico da tela. (FERRARI 2012 p.77)

Os portais de internet com o passar dos anos também evoluíram e atualmente como a maioria das pessoas acessam notícias pelo celular os portais passaram a adotar a tecnologia que permite que um mesmo site possa ser visualizado de maneiras diferentes de acordo com o equipamento no qual é acessado, computador, tablet ou celular, chama-se site responsivo, ou seja, a página se adapta com intuito de proporcionar uma experiência de leitura agradável ao usuário.

Para Jenkins (2009), um dos principais pesquisadores do impacto das novas tecnologias na sociedade -, a internet é o meio de comunicação que se estabeleceu mais rápido por contentar várias demandas humanas essenciais atualmente. Segundo o autor, os avanços da internet promoveram uma mudança no comportamento do público. A internet deu mais autonomia ao usuário, com isso, gera alterações tanto na forma como se consome produtos midiáticos quanto na forma como são produzidos.

Segundo Palacios (2002), a multimídia - que é a convergência de formatos de mídias tradicionais - é uma realidade nos portais de notícias atuais. As produções jornalísticas foram ampliadas com a inserção de imagens, ilustrações e fotografias. Primeiramente surgiu o rádio, depois o cinema e a televisão, mas com a chegada do computador e a informatização das redações uma nova dinâmica foi introduzida nas produções jornalísticas.

A multimídia do jornalismo na Web é certamente uma continuidade, se considerarmos que na TV já ocorre uma conjugação de formatos midiáticos (imagem, som e texto). No entanto, é igualmente evidente que a Web, pela facilidade de conjugação dos diferentes formatos, potencializa essa característica. (PALACIOS, 2002, p. 48)

A princípio, os sites jornalísticos começaram apenas disponibilizando a versão digital do jornal impresso. Em seguida, a versão digital do jornal ganhou links e um layout próprio. Posteriormente, criou-se conteúdo e layout específico para o meio online. Na fase subsequente, a interatividade e multimídia foram largamente exploradas. (GONZÁLEZ, 2000).

O Site de notícias na internet se apresenta como uma plataforma mediadora ao fazer uso das diversas mídias existentes envolvendo o físico o social ou informacional para levar a notícia ao público-alvo. Segundo Levi (1999) o processo de virtualização da notícia já é uma realidade e se tornou um fenômeno contínuo e o jornalismo deve estar presente e acompanhar esta evolução continuamente.

A universalização da cibercultura propaga a co-presença e a interação de quaisquer pontos do espaço físico, social ou informacional. Neste sentido, ela é complementar a uma segunda tendência fundamental, a virtualização. (LEVI. 1999 p. 47)

O leitor é o consumidor da produção realizada pelo jornalista. Ferrari (2012) faz uma analogia da notícia como uma árvore informativa na qual há o tronco, ou seja, a notícia principal que é acompanhada de “galhos” para auxiliar o leitor a formar seu entendimento que pode ser realizado através das diversas mídias.

A dinâmica do uso das mídias veio para se aliar ao elemento básico do jornalismo que é o texto escrito que hoje conta com recursos como a hipertextualidade que remonta ao texto tradicional a possibilidade de levar o leitor a um novo nível de entendimento totalmente dirigido e direcionado conforme o desejo do jornalista. Os chamados links e hiperlinks que podem compor a notícia servem como complemento ao entendimento do leitor, recurso este que pode ser inserido na notícia pelo jornalista para ajudar o leitor a ter conceitos como a ampliação informativa, documental, atualização ou ainda a definição de elementos da notícia. (GONZALEZ, 2000).

Estamos na era da informação, uma revolução que está em pleno desenvolvimento, uma era pós-industrial na qual a velocidade impera, cabe ao profissional da área estar atento a estas mudanças e se adaptar e fazer destes recursos ferramentas de trabalho que venham a impulsionar e ao mesmo tempo

valorizar o trabalho realizado. Ferrari (2007), afirmava já em 2007 estarmos na terceira era da revolução sendo as primeiras a do vapor e eletricidade. Hoje, no entanto, já nos encontramos na quarta era da digitalização: a era da dataficação, Big Data e máquinas inteligentes. Assim percebe-se o quanto a evolução é dinâmica e não para.

Vivemos uma nova era, liderada por uma revolução informacional. Se as duas primeiras revoluções foram baseadas na energia (a do vapor e da eletricidade), a terceira é baseada na informação. Ela passa a ser a mola propulsora da sociedade, a forma de organização e planejamento de toda atividade produtiva. (FERRARI. 2007 p.25)

O capítulo a seguir irá trazer reflexões sobre o acesso a informações jornalísticas mediadas através das redes sociais onde será analisado a importância das mesmas no processo de produção jornalística nos meios digitais.

### 3. WEBJORNALISMO, NOTÍCIAS E REDES SOCIAIS

Segundo Recuero (2009) a interação entre os atores no processo comunicativo gera um reflexo entre os indivíduos envolvidos no mesmo, ao se tratar da veiculação de informação este princípio se torna nítido sobretudo nas redes sociais.

A interação é, portanto, aquela ação que tem um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social. Os autores entendem que a interação atua diretamente sobre a definição da natureza das relações entre aqueles envolvidos no sistema interacional. (RECUERO, 2009, p. 110)

Assim para o jornalismo as redes sociais representam através do compartilhamento de notícias um forte instrumento de veiculação, pois este gesto faz com que um determinado site alcance novos usuários que porventura não o conheçam. Neste ponto podemos entender que as redes sociais não devem estar dissociadas dos portais de notícia. Para obter um alcance relevante a presença do jornalismo nas redes sociais deve ser levada em conta, assim a criação de um perfil profissional da página em determinadas redes sociais é uma medida relevante.

O poder de transformação causado pelo uso das redes sociais também pode ser colocado como um dos grandes avanços da internet neste começo do século XXI. Qualquer análise de mídias digitais, por sua própria natureza, não pode estar dissociada dos aspectos de estratégia, gestão e de comportamento humano. (FERRARI, 2010)

Atualmente as redes sociais, por mais que não tenham sido criadas com a finalidade de contribuir com o jornalismo os veículos de comunicação, jornais, revistas e canais de televisão perceberam que as redes sociais serviriam como instrumento agregador no fazer jornalístico. Para Recuero (2009), a informação e o acesso à mesma são valores extremamente relevantes em termos de capital social. Assim ao aliar a capilaridade das redes sociais o jornalismo aumenta o seu capital social. Segundo a autora, o jornalismo é responsável pela produção de diversos valores com efeitos diretos para o engajamento dos demais grupos e a própria produção de capital social.

O jornalismo é, portanto, uma instituição cuja função social descrita é também gerar capital social através da circulação de informações. Entretanto, o jornalismo, por conta de sua função social, detém também determinados valores de capital social que são concedidos, em troca desta função, pela sociedade. (RECUERO, 2011 p.5)

As redes sociais na internet proporcionam um cenário em que a possibilidade de participação na produção e distribuição de conteúdo pode ser exercida por

qualquer pessoa, coloca as empresas de mídia diante de um universo online em que a produção amadora coexiste com a profissional (Anderson, 2006). Convivência que, apesar de já existir offline, ganha novas extensões na web, em muitos momentos atuando como concorrência das mídias tradicionais, e disputando audiência.

A comunicação em redes digitais tem afetado diversas práticas de intermediação econômica e socioculturais. [...] A indústria editorial e a imprensa, detentora do maior poder de definição do que poderia ser considerado notícia, também tiveram suas operações profundamente comprometidas. Contraditoriamente, a indústria cultural é abalada no mesmo momento histórico em que os bens informacionais, portanto simbólicos, avançam para tornarem-se os elementos mais importantes da economia e da produção de riquezas. (SILVEIRA, 2009, p. 70).

Assim, as redes sociais servem para auxiliar na distribuição das notícias e proporcionam maior engajamento dos leitores pois há uma maior interação dos mesmos nas redes sociais sejam comentando, ou compartilhando as notícias expressando a opinião e proporcionando o que se pode chamar de recirculação de notícias. Segundo Zago (2013):

O jornalismo pode ser entendido como um processo constituído de quatro etapas: apuração, produção, circulação e consumo. (...) Ainda que o processo em tese finalize com o consumo da notícia, ele pode continuar, com o acontecimento sendo posto novamente em circulação pelas mãos dos interagentes, que filtram e comentam a notícia originalmente posta em circulação pelos veículos. Chamamos esta subetapa da circulação jornalística de recirculação, na medida em que a etapa de circulação pode continuar, através de espaços públicos mediados, após o consumo. (ZAGO. 2013 p.215)

Para ZAGO (2013), embora anteriormente as pessoas já comentassem as notícias em relações interpessoais, as redes sociais permitem que a troca de mensagens abra espaço para o compartilhamento que em muitos casos é acompanhado de comentários e opiniões, esta circulação de notícias possibilita que esses conteúdos permaneçam disponíveis e sejam recuperados e replicados por audiências às vezes não eram alcançadas em primeiro plano.

A seguir será apresentado aspectos do jornalismo regional, suas características e sua importância geográfica, sobretudo em locais distantes dos grandes centros urbanos, bem como sua importância para a produção do produto aqui a ser proposto.

#### 4. JORNALISMO REGIONAL

Este capítulo busca apresentar as principais definições de jornalismo regional, para compreensão do objeto de pesquisa da tese deste produto. O debate concentra-se primeiramente na busca de entendimentos que venha a demonstrar a importância do jornalismo regional independentemente da ótica mercadológica, econômica de veículos de notícia, uma vez que a partir das novas tecnologias e dispositivos informáticos a expansão da comunicação se torna possível e crível mesmo em locais remotos.

Os portais de notícias tradicionais geralmente abrangem uma audiência global, nem sempre se voltando para o regional. A cobertura local se torna interessante a partir do momento em que a linha editorial proporcione cobertura jornalística de uma determinada região, sobretudo daquelas situadas nos desertos de notícia. A importância do jornalismo local dentro do global faz com que os portais regionais funcionem como um ambiente comum para as pessoas de determinada localidade, além das funções gerais de informar, reivindicar interesses locais ou ainda entreter.

Esta noção de jornalismo regional como a comunicação social estabelecida pelos meios de comunicação em uma comunidade de pessoas que são próximas entre si, se aproxima da definição sociológica, que “encara a imprensa regional ou local como aquela que se distribui numa dada área geográfica, abrangendo regiões ou localidades”. (VIEIRA, 2009, p. 63).

Faz-se necessário pensar ainda na Comunicação não pela ótica do mercado, mas sim como um direito fundamental para garantir a democratização do acesso à informação. Segundo a Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948) a falta de informação mesmo que seja local, viola um dos direitos humanos fundamentais: o direito à comunicação. O acesso à informação proporciona em segunda análise as tomadas de decisões dos cidadãos, pois uma pessoa bem informada saberá buscar seus direitos e também saberá de seus deveres perante a sociedade.

O direito à comunicação foi garantido na Declaração Universal de Direitos Humanos, surgindo com a terceira geração dos direitos humanos<sup>11</sup>, como um direito

---

<sup>11</sup> A 1ª geração de direitos humanos surgiu no final do século XVIII e tem como elemento principal a ideia de liberdade individual, principalmente os direitos civis e políticos. Já os direitos humanos de 2ª geração aparecem após a Primeira Guerra Mundial, com o fortalecimento do conceito de Bem Estar Social no qual o Estado garante oportunidade igual para todos os cidadãos por meio do acesso básico à saúde, educação, lazer, trabalho, entre outros. Por fim, a 3ª geração dos direitos humanos surge a partir da década de 1960 para garantir direitos

individual vinculado à liberdade de expressão, com livre troca de ideias, opiniões e diálogos que podem ajudar na tomada de decisões:

Toda pessoa tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras (ONU, Declaração Universal dos Direitos Humanos, 1948)

Para que haja a democratização e acesso a comunicação, o incentivo à criação de mídias não tradicionais, também chamadas de Mídias independentes devem ser incentivadas, através de blogs, rádios comunitárias ou sites de jornalismo regionais. A ideia é fugir dos tradicionais conglomerados de mídia que são dominantes em nosso país. Com a democratização do acesso da internet de alta velocidade essa realidade poderá ser alcançada, assim torna-se fundamental que grupos menores formados por cidadãos comuns, pequenas agências locais de propaganda independentes participem desses processos de expansão de notícias regionais.

Assim é possível o usuário acompanhar as notícias locais de sua cidade e se atentar aos fatos que estão diretamente ligados ao seu cotidiano, como acompanhar os trabalhos das autoridades locais como prefeito e vereador, ou ler a notícia do último evento de uma igreja e ainda reivindicar melhorias para sua cidade. Desse modo a mídia local se torna uma ferramenta para o exercício da cidadania conforme afirma Peruzzo (2003).

[...] Já está bastante claro que o fato da globalização – da universalização ou da ocidentalização do mundo, como preferem alguns – impulsiona uma revalorização do local, ao invés de debelá-lo, como se prognosticou num primeiro momento. Houve, assim, a superação da tendência pessimista de considerar que as forças globalizadas – da economia, da política e da mídia – detêm o poder infalível de sufocar as sociedades e as culturas nos níveis nacional e local. A realidade vai evidenciando que o local e o global fazem parte de um mesmo processo: condicionam-se e interferem um no outro, simultaneamente. (Peruzzo, 2003 p. 75)

Pode-se enfatizar, inclusive, que a mídia local diferentemente da grande mídia, dos veículos direcionados para as massas populacionais, cria uma identificação instantânea com o seu leitor, ouvinte ou telespectador, uma vez que muito daquilo que é relatado apresenta um vínculo com sua vida em particular.

O local se caracteriza como um espaço determinado, um lugar específico de uma região, no qual a pessoa se sente inserida e partilha sentidos. É o espaço que lhe é familiar, que lhe diz respeito mais diretamente, muito embora as demarcações territoriais não lhe sejam determinantes. (Peruzzo, 2003, p. 4)

Assim o público de uma determinada região ou comunidade, apresenta características típicas, desde seus hábitos alimentares ou o linguajar, suas práticas religiosas, sua própria cultura local, se identifica com um jornalismo local pensado e produzido sobre seus costumes e seu estilo de vida criando se assim uma empatia entre o veículo e o público assistido.



## 5. DESERTOS JORNALÍSTICOS

Os desertos de notícias são regiões, em geral, municípios, onde não existem veículos locais de imprensa independente, seja ele “jornal, site, blog ou emissora de rádio ou TV” (DEONILDO, 2018, p. 07). Esse fenômeno não é exclusivo do Brasil, podendo ser notado em diversas partes do mundo. Como não há veículos de imprensa sediados em determinada área geográfica surge a carência de uma cobertura jornalística do noticiário local, voltada para aquela região.

O portal Atlas realiza um levantamento nacional sobre os veículos de comunicação do Brasil. Esse levantamento é conduzido pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo - Projor, em parceria com a agência Volt Data Lab.

Dados da pesquisa do Projor demonstram que dos 5.570 municípios brasileiros, somente 51% têm um veículo de imprensa local. Os municípios com essa carência são chamados de desertos de notícias e somam aproximadamente 30 milhões de brasileiros. Outro dado apresentado faz referência aos quase desertos de notícias, ou seja, municípios que têm um ou dois veículos de notícia local e que representam 34 milhões de cidadãos no Brasil.

O Atlas da Notícia, criou o termo “desertos de notícias”, inspirado no America’s Growing News Deserts, da Columbia Journalism Review, nos Estados Unidos<sup>12</sup>. Os dados obtidos estão disponíveis na internet e servem como ponto de partida para estudos de mapeamento da cobertura jornalística local no país. A iniciativa traz à tona dados que levam a uma reflexão de como se faz necessária iniciativas para suprir a demanda de notícias locais no Brasil. Os dados ainda informam que, em geral os desertos de notícias possuem 7.100 habitantes e ainda 62% dos municípios não possuem cobertura noticiosa local.

Segundo o Atlas, em números absolutos, Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo são as capitais com maior número de jornais e sites de notícias. Juntas, elas concentram 20,7% dos veículos informacionais do país. Já a região Norte concentra o menor número de veículos comunicacionais no Brasil. Isso demonstra que uma cidade ou município do norte do país tem mais chances de saber o que acontece

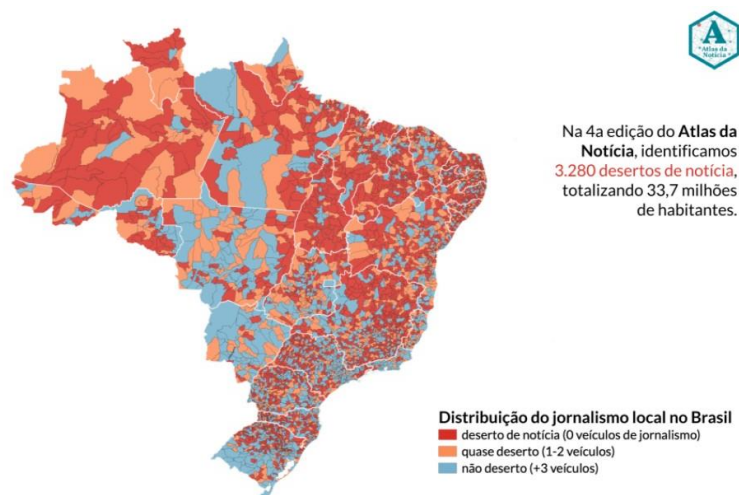
---

<sup>12</sup> A pesquisa é uma iniciativa da Universidade de Columbia, nos Estados Unidos, e tem como principal objetivo mapear a presença de veículos de informação locais no país. O mapeamento surgiu da percepção de que os pequenos jornais estão fechando exponencialmente, deixando os moradores de pequenas regiões sem informações locais.

nessas 3 capitais detentoras de mais de 20% dos veículos de comunicação, do que saber de notícias locais de seu próprio estado ou cidade. (PROJOR, 2021).

A pesquisa Atlas da Notícia (2021) identificou que cerca de 15% das pessoas no país vivem em “desertos da notícia”, ou seja, 33,7 milhões estão morando em locais onde não há veículos jornalísticos. Essa realidade, conseqüentemente, faz com que a população se informe apenas por notícias transmitidas em telejornais nacionais e pelas informações veiculadas na internet. Ao observar o mapa do Brasil (figura 1) é possível ver claramente a presença dos desertos da notícia (em marrom) na região Norte, foco do produto aqui apresentado, o mapa demonstra que o estado de Rondônia, localizado na região norte, apresenta parte de regiões de área desértica e quase desértica onde demonstra uma carência de veículos de notícias.

Figura 1 – Mapa Jornalismo local



Fonte: Atlas da Notícia versão 3.0

No quadro a seguir é possível notar que os estados da região norte e Nordeste do país são os que possuem uma proporção maior de desertos de notícia, os dados demonstram o quanto se faz necessárias medidas para preencher esta lacuna nestas regiões do Brasil. A região norte apresenta apenas 960 veículos catalogados, somente 7,3% da totalidade de veículos no Brasil, ficando bem distante das demais regiões, nas quais a região Centro-Oeste com 14,4%, Nordeste somando 18,3%, a região Sul com 25,3% e a região Sudeste concentrando o maior número de veículos de comunicação, 34,5%. Diante dos números apresentados, percebe-se o quanto defasada está a região norte no que se refere ao número de veículos de comunicação jornalística.

Quadro 2 – Tabela veículos por região

<b>REGIÃO</b>	<b>VEÍCULOS V4</b>	<b>PROPORÇÃO V4</b>
Sudeste	4.517	34,5%
Sul	3315	25,3%
Nordeste	2402	18,3%
Centro-Oeste	1898	14,5%
Norte	960	7,3%

Fonte: Atlas da Notícia versão 3.0<sup>13</sup>

Segundo os dados o Brasil possui 3.280 desertos de notícias, municípios que não possuem nenhum veículo de notícia, espalhados pelo território nacional, a parte do país mais assistida por veículos de notícia, como vimos, é a região sudeste acompanhada pela região sul onde somadas somam quase 60% dos veículos de notícia do país, diante destes números se torna louvável iniciativas como a apresentada neste estudo sobre a importância de sites de notícias para o estado de Rondônia, bem como a veiculação de notícias voltadas para os municípios de uma determinada região. Uma vez que a região pertence à parte desértica de nosso país em se tratando de notícias. (PROJOR, 2021)

<sup>13</sup> Disponível em: <<https://www.atlas.jor.br>> acesso em: 04/2021

## 6. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O produto apresentado é a criação de Site de notícias com editoria local voltado para a publicação de notícias regionalizadas de Rondônia. O site através da editoria localizada tem por objetivo abordar aspectos do Vale do Jamari sobretudo no município de Ariquemes, terceira maior cidade do estado, em um editorial chamado Ariquemes News, onde serão abordados temas e assuntos voltados para a população local como: empreendedorismo local, pontos turísticos, cultura local, festas e eventos da região, pretende-se ainda proporcionar espaço para reivindicação e participação da comunidade da local.

### 6.1 PRÉ-PRODUÇÃO

A proposta é que através deste espaço criado, o site pudesse obter um caráter regional, uma vez que as publicações regionais ficam em destaque através de banner na página principal servindo como referência para aqueles que queiram conhecer mais sobre a cidade de Ariquemes e o Vale do Jamari. Para realização e alimentação de informação no site, optou-se por trabalhar a princípio apenas com membros da família do acadêmico, mas a expectativa é convidar acadêmicos do curso de jornalismo ou profissionais que já atuam na área da comunicação, convidar profissionais junto ao Sindicato de Jornalistas do estado, com a finalidade atrair talentos e dar sustentabilidade ao projeto em questão.

Para a implementação, a função de editor será desempenhada pelo aluno autor desta proposta de produto, que além de realizar as pesquisas para criação das reportagens, terá a função de coordenar possíveis contribuições no projeto. Para a função de editor recai a responsabilidade de acompanhar as publicações inseridas no site, bem como realizar buscas por parcerias que garantam a viabilidade do projeto, acompanhar a evolução do mesmo e buscar alternativas para que a iniciativa possa atender as expectativas previstas.

As funções a serem desempenhadas se darão de maneira colaborativa seguindo um sistema de revezamento, de modo que outras pessoas, possam contribuir com o projeto. Os colaboradores seguirão um calendário de postagens semanais no qual cada um terá seu login e senha para realizar postagens no site sempre pautando a linguagem jornalística voltada para o jornalismo on-line chamado

aqui também de webjornalismo. Mielniczuk (2003, p. 27) explica melhor, ao comparar o termo webjornalismo voltado para o jornalismo na web com os termos utilizados para as outras formas de jornalismo:

Para designar o jornalismo desenvolvido para a televisão, utilizamos 'telejornalismo'; para o jornalismo voltado para o rádio, chamamos de 'radiojornalismo'; e chamamos de 'jornalismo impresso' aquele que é feito para os jornais impressos em papel. Logo, a utilização desse termo [webjornalismo] parece natural. (MIELNICZUK, 2003, p. 27).

As publicações passarão primeiramente pelo editor do site, que atuará como uma espécie de moderador e poderá realizar apontamentos e colaboração antes da publicação final. Após ser aprovada, a matéria será veiculada. Esse modelo de jornalismo através da web adota ferramentas que o diferencia das mídias anteriores, uma vez que faz uso de hipertextos, hiperlinks links, e a hipermídia (vídeos, fotos, áudio, etc.)

Segundo Palacios (2002), a interatividade pode ocorrer no âmbito da própria notícia, no sentido de que a navegação através de hiperlinks também pode ser classificada como uma situação interativa. No caso do site STV News, na página inicial haverá um banner chamado "Ariquemes News". Ao entrar nesta seção, o usuário é redirecionado para uma página onde poderá acessar todas as notícias da editoria regionalizada que abordará interesse dos moradores da cidade de Ariquemes e Região. O Site STV News possui também outras editorias em que o público pode navegar pelas mesmas que são divididas em assuntos como: Política, Polícia, Brasil, Rondônia, Saúde, Tecnologia e Educação. Uma ideia a ser analisada nas próximas implementações é um espaço que funcionará como uma ferramenta em que o usuário poderá enviar sugestões de matérias para o portal. Estas sugestões poderão abordar temas variados com a possibilidade de inclusão de fotos, áudios e vídeos, ou qualquer outro material multimídia. Depois que a sugestão for enviada, a equipe do portal analisará o material para que possa ser publicado posteriormente, com créditos destinados ao usuário que enviou.

O site já conta também com a interação realizada através das redes sociais. Dentro das matérias há alguns botões para o usuário compartilhar o conteúdo através do Telegram, whatsapp, twitter e Facebook. O site possui um perfil no Twitter e no Facebook onde os usuários podem trocar mensagens e interagir com o mesmo.

A linha editorial implementada é pautada num jornalismo independente, utilizando a liberdade de criação, sem abrir mão da essência do jornalismo, espera-se

que as reportagens a serem destacadas no site, e na editoria Ariquemes News possam servir de referência para estudos e pesquisas regionais do jornalismo local. A proposta pretende trazer ainda assuntos de interesses da comunidade por meio de pautas diversas, com destaque para a realidade das cidades do interior do estado. A ideia é fazer com que o leitor se sinta parte desse cotidiano que será mostrado nas publicações com uma linguagem simples, criativa e localizada. O acesso ao site se dá pela url: <https://www.stvnews.com.br><sup>14</sup>, o mesmo conta com a possibilidade de ser responsivo, ou seja, se adapta para plataformas mobile, como celulares ou tablets.

Por fim, espera-se que o produto deste trabalho, além de contribuir para a promoção e valorização da região, possa auxiliar na ascensão de futuros profissionais do jornalismo local ao mesmo tempo que contribui para a diminuir o deserto de notícia e a carência de veículos de notícias na região.

#### 6.1.2 DELIMITAÇÃO DA REGIÃO

O jornalismo regional em sua essência realiza uma função comunitária do fazer jornalístico uma vez que é no veículo de comunicação local onde se torna possível proporcionar uma visibilidade de uma região ou comunidade específica mesmo que regionalizada. Peruzzo (2005 p. 77) comenta que a mídia regional promete assegurar a representação dessas pequenas comunidades, através da informação de proximidade atendendo suas características e demandas, que dificilmente encontrarão espaço nos meios de comunicação de alcance nacional.

Pressupõe-se que o jornalismo local seja aquele que retrate a realidade regional ou local, trabalhando, portanto, a informação de proximidade. O meio de comunicação local tem a possibilidade de mostrar melhor do que qualquer outro a vida em determinadas regiões, municípios, cidades, vilas, bairros, zonas rurais etc. (PERUZZO, 2005, p. 77)

Assim, a partir de dados coletados em pesquisa realizada por intermédio de questionário realizado na plataforma Google Formulário em nove municípios, foi possível delimitar a área de atuação do site STV News que terá uma editoria abrangendo o espaço físico desta região que faz parte do chamado Vale do Jamari, a região é composta pelos municípios: Alto Paraíso, Ariquemes, Buritis, Cacaúlândia,

---

<sup>14</sup> Site: [www.stvnews.com.br](http://www.stvnews.com.br) – Site produto deste trabalho.

Campo Novo de Rondônia, Cujubim, Machadinho D'Oeste, Monte Negro e Rio Crespo.

Através do questionário aplicado foi possível perceber que as pessoas que participaram avaliaram ser importante ter veículos regionais de notícia. A seguir confira o resultado de algumas questões do formulário realizado.

Figura 2 – Questionário de pesquisa

Você acredita ser importante haver sites com notícias locais de sua cidade?

164 respostas

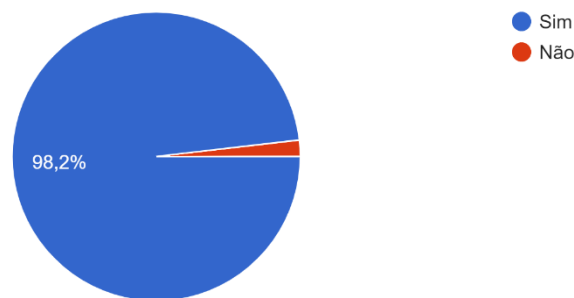
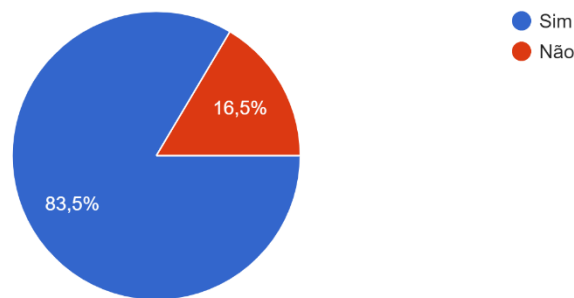


Figura 3 – Questionário de pesquisa

Você colaboraria enviando imagens, áudios e informações com a finalidade de contribuir com notícias e reivindicações de sua cidade e região?

164 respostas



Na figura 3 percebe-se que a intenção de colaborar com a produção local também é relevante, uma vez que das 165 pessoas que responderam, 137 (83,5%) colaboraria enquanto apenas 27 (16,5%) se opuseram.

Figura 4 – Questionário de pesquisa

Que tipo de notícias você acha mais interessante serem publicadas em se tratando de notícia local de sua cidade. (É possível escolher mais de uma categoria)

164 respostas

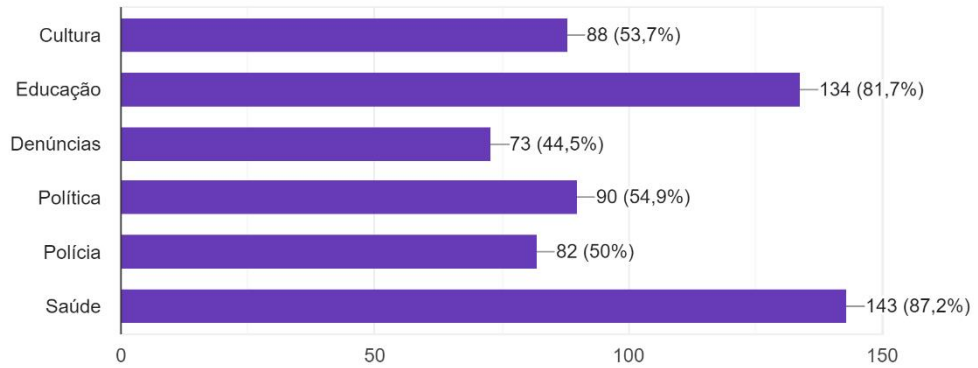


Figura 5 – Questionário de pesquisa

Idade:

164 respostas

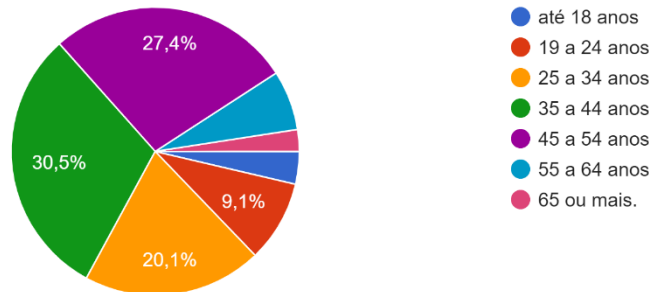
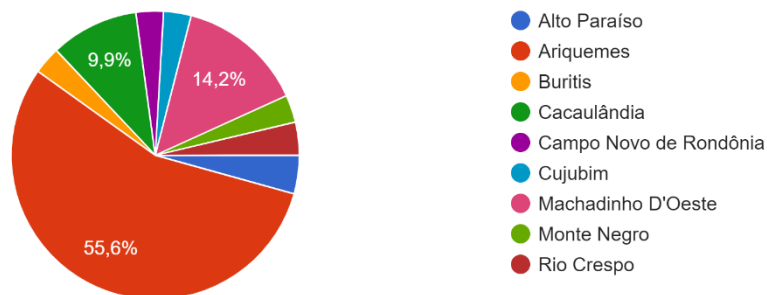


Figura 6 – Questionário de pesquisa

Em qual município do Vale do Jamari você mora?

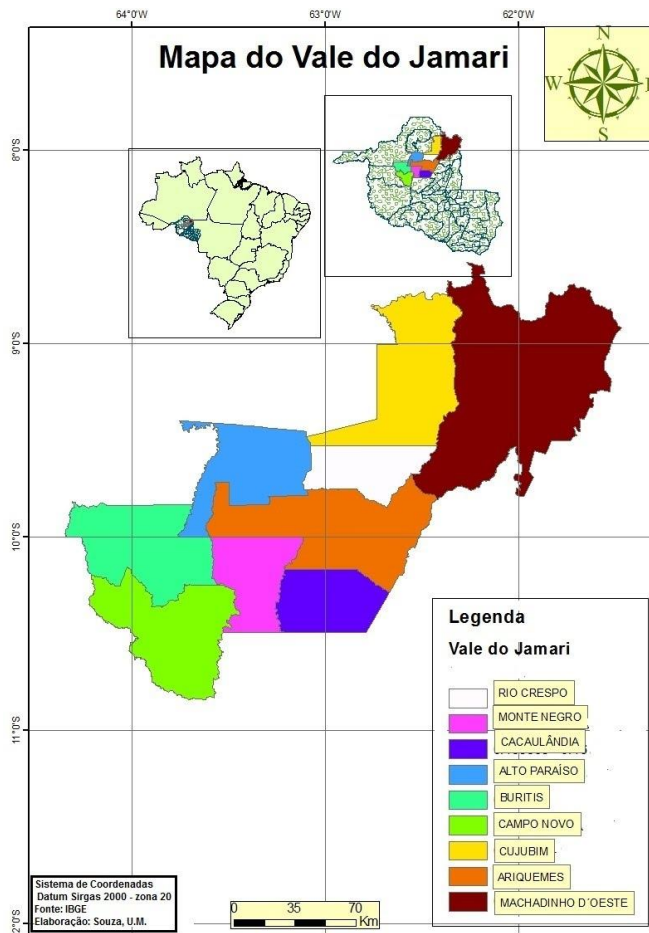
162 respostas



A figura acima demonstra a participação dos municípios que pertencem ao Vale do Jamari também chamado de grande Ariquemes e municípios vizinhos, emancipados, que pertenciam a Ariquemes anteriormente.



Figura 7 – Questionário de pesquisa



No mapa ao lado pode-se ter uma ideia da abrangência territorial em que se pretende atuar com o jornalismo regionalizado através do Site STV News na editoria Ariquemes News. O produto aqui apresentado está destinado a realizar produções voltadas para os 9 municípios em destaque na figura ao lado de um total de 52 municípios do estado de Rondônia.

Fonte: IBGE

Abaixo podemos verificar a quantidade de 182.745 pessoas que é a soma dos 9 municípios do Vale do Jamari.

Quadro 3 – Habitantes por município no Vale do Jamari

Municípios	Habitantes
Alto Paraíso	22.258
Ariquemes	111.148
Buritis	41.043
Cacaulândia	6.307
Campo Novo de Rondônia	14.391
Cujubim	27.131
Machadinho do Oeste	41.724
Monte Negro	16.158
Rio Crespo	3.843
<b>Total de moradores</b>	<b>182.745</b>

Fonte: IBGE (2021)

## 6.2 PRODUÇÃO

Após a publicação do site criado procurou-se dar ênfase nas características regionais, a partir das pesquisas realizadas permitiram direcionar os trabalhos que culminaram na criação do site e de sua editoria regionalizada. Foi possível, também, definir a região de atuação do site criado, ou seja, os 9 municípios correspondentes ao Vale do Jamari.

A produção das pautas para as notícias a serem publicadas se dará a partir de produções próprias criadas pelo acadêmico autor deste produto e outras através assessorias das prefeituras dos municípios vizinhos. Posteriormente este processo se dará também a partir de recurso a ser implementado no site que coletará colaboração dos usuários na produção de conteúdo regionalizado.

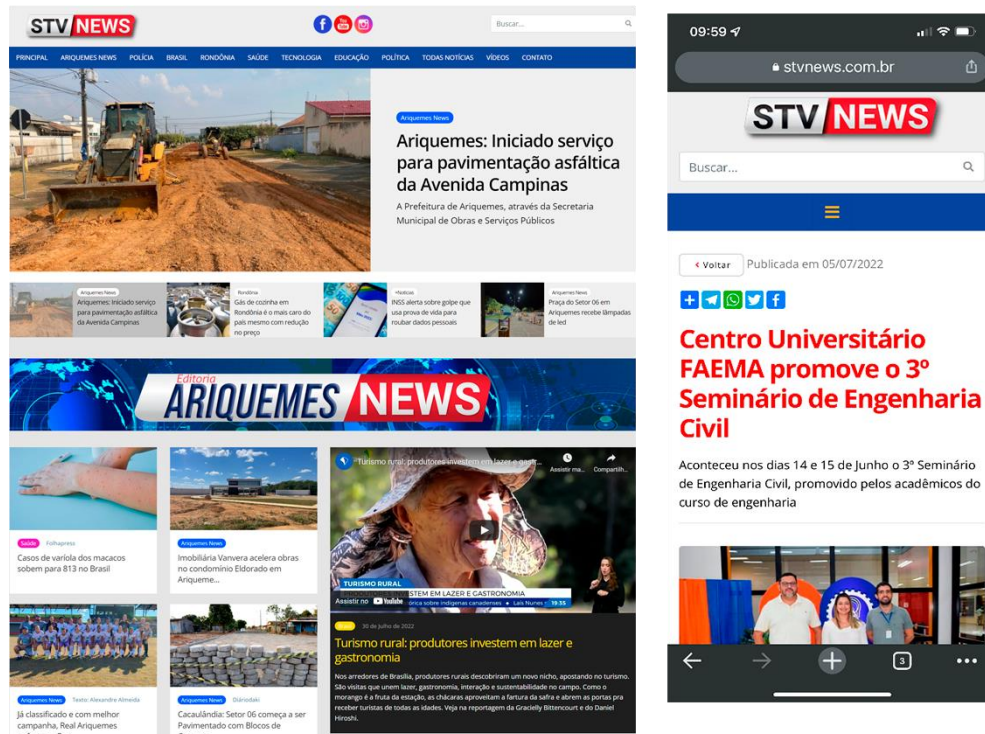
### 6.2.1 LOGOTIPO, PLATAFORMAS E LAYOUT

O logotipo é inspirado no nome do autor deste trabalho, assim as duas primeiras letras “ST” representam o no nome Stanismar, que ao se juntar com o “V” nos remete a TV e na sequência a palavra *notícia*= “News” do inglês. A construção do Site [stvnews.com.br](http://stvnews.com.br) não fez uso de plataformas prontas como Wix, Joomla ou Wordpress, e sim um sistema de gerenciamento de conteúdo próprio construído em linguagem PHP na sua versão 7.4 no formato de conexão PDO com banco de dados MySQL. Também foi utilizado Javascript em alguns locais como criação de Slides, animação de banners, rolagem infinita das notícias e validações de formulários.

Para formatação e design das páginas foi utilizado HTML5 com CSS na aplicação de cores, estilos e tamanho de fontes, dimensões das imagens.

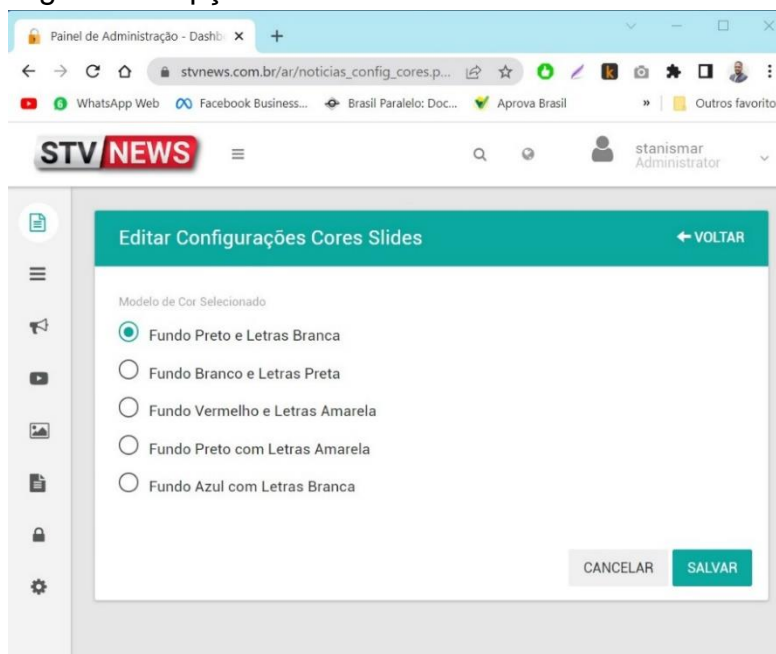
Para estruturação das páginas foi utilizado o framework Bootstrap, devido à sua facilidade e utilização em construir um site responsivo, moderno e também já possuir uma ampla coleção de componentes HTML e CSS, com isso foi possível ter mais liberdade na produção e construção do mesmo podendo fazer ajustes de acordo com as necessidades.

Figura 8 – Layout Desktop e Mobile



As cores escolhidas foram o fundo branco, azul e letras pretas. Em relação ao Slide de notícias em destaque, há a possibilidade de o administrador alterá-las (em preto no print atual) podendo realizar alterações a partir do painel de controle. Podendo optar por alterações: Fundo Preto e Letras Branca, Fundo Branco e Letras Preta, Fundo Vermelho e Letras Amarela, Fundo Preto com Letras Amarela, Fundo Azul com Letras Branca. (Figura 9)

Figura 9 – Opções de cores do slide da home



Cada assunto dentro das editorias é destacado por uma cor diferente. A home do site ainda apresenta Banner em destaque para o editorial Ariquemes News, há espaço para janela de vídeo e galeria de fotos, destaque para o banner central para veiculação de publicidade, que atualmente conta com parcerias com a Assembleia Legislativa do estado de Rondônia, o Governo do Estado bem como com um Centro Universitário local.

O site apresenta ainda a funcionalidade de ser responsivo ao ser acessado a partir de plataformas mobile, como celulares ou tablets adaptando-se ao aparelho de maneira responsiva facilitando a leitura. (figura 8).

#### Algumas notícias publicadas na Editoria Ariquemes News

Quadro 4 - Quadro de notícias publicadas

<b>Título</b>	<b>Texto</b>	<b>Fotos</b>	<b>Fontes Consultadas</b>
Imobiliária Vanvera acelera obras no condomínio Eldorado em Ariquemes	Stanismar Brito	Stanismar Brito	Cristiano Teixeira (Diretor comercial)
Já classificado e com melhor campanha, Real Ariquemes enfrenta o Fortaleza para ir a elite do futebol feminino	Futebol do norte	Assessoria	Alexandre Almeida (Jornalista esportivo)
Centro Universitário FAEMA promove o 3º Seminário de Engenharia Civil	Stanismar Brito	Centro Acadêmico	Silênia Priscila Lemes (Coordenadora do curso de Engenharia)
Ariquemes: Iniciado serviço para pavimentação asfáltica da Avenida Campinas	Decom	Stanismar Brito	Comunicação da prefeitura municipal
Igreja Quadrangular realiza jantar romântico em Ariquemes	Stanismar Brito	Stanismar Brito	Márcio Souza (Organizador do evento)

Fonte: Elaboração própria

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de todo o processo de construção do site STV News e da editoria Ariquemes News, foi possível concluir que o acesso à informação está intrinsecamente ligado ao jornalismo, seja ele globalizado, nacional ou ainda local.

Percebeu-se através deste trabalho o quanto é importante levar informações às regiões remotas e desérticas de notícia, no tocante do fazer jornalístico, para isso se faz necessário veículos que façam a ponte entre a informação e o cidadão.

O Acesso à informação, garantido pelos Declaração Universal Direitos Humanos e a Constituição Federal nem sempre é ofertado, assim há um caminho a ser pavimentado para a consolidação desta garantia, diante deste desafio a internet se mostrou um fator determinante para levar informação aos locais mais distantes ou remotos do país.

O webjornalismo apresentado neste trabalho trouxe possibilidades de levar a informação a locais desérticos por meio do portal de internet STV News e seus editoriais. Assim torna-se possível mitigar uma problemática já constatada que são os desertos de notícias na região norte.

Verificou-se na construção deste produto que a hipótese da viabilidade do site é verdadeira uma vez que a importância de notícias locais se torna relevante para o desenvolvimento de determinada região. Peruzzo (2005) afirma que a mídia local e global se complementa no exercício da cidadania e que envolve direta e indiretamente as comunidades locais. Dito de outro modo, o jornalismo local tem função mediadora ao transmitir os problemas dos cidadãos aos representantes do poder público local e cobrar, a partir desta ferramenta, alguma posição ou decisão do mesmo.

O trabalho realizado traz à comunidade assistida um instrumento para propagação do jornalismo social que pode ser engajado na luta pela cidadania e na defesa dos interesses locais e valorização de aspectos que nem sempre são cobertos pela grande mídia. Aqui não se tem interesse em grandes audiências, pelo contrário se o site criado a partir deste trabalho atender uma audiência local significativa, terá valido toda dedicação e esforço empenhada, uma vez que o mesmo tem o foco em atender os menos favorecidos, garantir voz e informação a quem até então não possuía. Assim, voltamos à análise inicial deste trabalho que recai sobre a viabilidade de construir um site que aborde notícias locais. Pensamos que a iniciativa é viável sim, pelo menos é o que comprova até aqui o trabalho realizado.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, C. W.; BELL, E.; SHIRKY, C. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, abr.-jun. 2013.

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ATLAS DA NOTÍCIA. **Os desertos de notícias no Brasil**. Brasil, 2021. Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/desertos-de-noticia/>. Acesso em: 04 out. 2021

FERRARI, P. **Jornalismo digital**. Jornalismo digital 4ª ed. São Paulo: Editora Contexto, 2012

FERRARI, P. (Org.). **Hipertexto, hipermídia**. São Paulo: Contexto, 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projeto de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2002

GONZÁLEZ, M. A. C. **Convivencia de la prensa escrita y la prensa on line en sutransición hacia el modelo de comunicación multiméda**. 2000. Disponível em <[http://www.ucm.es/info/periol/Period\\_I/EMP/Numer\\_07/7-4-Comu/7-4-01.htm](http://www.ucm.es/info/periol/Period_I/EMP/Numer_07/7-4-Comu/7-4-01.htm)>. Acessado em 10/11/2021.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Trad.de Susana Alexandria.2.ed.São Paulo: Aleph,2009.Título original: Convergence Culture.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **A Inteligência Coletiva: Por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Ed. Loyola, 2007.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. 2003. 246f. Tese (Doutorado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador. Disponível em: <[http://www.poscom.ufba.br/arquivos/Poscom-Producao\\_Cientifica-Luciana\\_Mielniczuk.pdf](http://www.poscom.ufba.br/arquivos/Poscom-Producao_Cientifica-Luciana_Mielniczuk.pdf)> Acessado em 07/10/2021

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate**, in: [http://www.facom.ufba.br/jol/doc/covilha\\_palacios.doc](http://www.facom.ufba.br/jol/doc/covilha_palacios.doc). Acessado em 01/11/2021.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. **Mídia Regional e Local: aspectos conceituais e tendências. Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo, 2005

PROJOR, 2021b. Disponível em: <<https://www.projor.org.br/atividades>> Acesso em: set.2021

PROJOR, 2021c. Disponível em:  
<<https://www.Atlas.jor.br/plataforma/consulta/>> Acesso em: set.2021

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu. Esfera pública interconectada, blogosfera e redes sociais. In: MARQUES, Ângela; Et.al. **Esferas Públicas, Redes e Jornalismo**. Rio de Janeiro: E-pappers, 2009.

VIEIRA, João Ricardo de Carvalho. **O Jornalismo de Proximidade na Era Digital: Análise funcional da edição online do jornal da mealhada**. Universidade Fernando Pessoa, Porto, 2009, Portugal. Dissertação de Mestrado. Disponível em:<<http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/1080/2/JOAOVIEIRA.pdf>> Acesso em 10 de outubro de 2014.

ZAGO, G.S. **Da circulação à recirculação jornalística: filtro e comentário de notícias por interagentes no Twitter**. In: PRIMO, Alex (org.). *Interações em rede*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

WARD, Mike. **Journalism Online**. Oxford: Taylor & Francis. 2002. Google Books, 2012.