



Jornalismo Digital: análise dos portais noticiosos dos jornais impressos de Manaus¹

Allan Soljenítsin Barreto RODRIGUES²
Kamila Vasconcelos MENDES³
Universidade Federal do Amazonas (Ufam)
Faculdade Boas Novas (FBN)

Resumo

O artigo traz os resultados da pesquisa realizada pelo grupo de pesquisa Portal da Ciência sobre os portais na internet dos três maiores jornais impressos da cidade de Manaus (AM). O objetivo foi avaliar se tanto o funcionamento dos portais quanto o perfil dos jornalistas envolvidos na produção de conteúdo noticioso possibilitam ou não o atendimento dos princípios norteadores do jornalismo digital.

Palavras-Chave: Internet; Jornalismo digital; Manaus; A Crítica; Diário do Amazonas; Amazonas Em Tempo.

1. O admirável mundo novo da internet:

Antes de abordar a história do jornalismo digital, convém uma breve incursão sobre a trajetória da rede mundial de computadores. O uso da Internet⁴ teve início em 1969 por meio de um projeto do governo norte-americano chamado Advanced Research Projects Agency (Agência de Pesquisa de Projetos Avançados), pertencente a uma organização do Departamento de Defesa dos Estados Unidos da América (EUA) focada na pesquisa de informações para o serviço militar. Esta agência criou a ARPANET, rede nacional de computadores, com objetivo de garantir comunicação emergencial caso os EUA fossem atacados por outro país – principalmente os soviéticos. A comunidade acadêmica norte-americana usava a ARPANET em trabalhos de segurança e defesa.

De acordo com Ferrari (2008), para entendermos a evolução do jornalismo na Internet e todas as suas particularidades é preciso compreender a criação de seu

¹Trabalho apresentado no GP de Gêneros Jornalísticos do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação..

²Mestre em Sociedade e Cultura na Amazônia pela Universidade Federal do Amazonas (Ufam); Bacharel em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo pela Ufam -; professor do Departamento de Comunicação Social da Ufam..

³Acadêmica do 8º período de Jornalismo da Faculdade Boas Novas (FBN) e bolsista do projeto de extensão Portal da Ciência da Faculdade Boas Novas (FBN).

⁴Adotaremos o conceito de Internet de Moherdau (2007), onde a mesma é definida como um conjunto de recursos tecnológicos que coloca à disposição de qualquer cidadão que possui computador e acesso a rede uma enorme quantidade de informação e possibilidades de obter vários serviços.



ambiente gráfico Word Wide Web. Nos primeiros anos, os principais serviços existentes na web eram basicamente o e-mail, um simples serviço de chat, transferências de arquivos via FTP (File Transfer Protocol), protocolo utilizado para transferência de arquivos, e serviços como o WAIS (Wide Area Information Service), sistema de informação buscava e entregava documentos, e o Archie, sistema com a mesma finalidade. Em 1989, Tim Berners-Lee, do [Centro Europeu de Pesquisa Nuclear \(CERN\)](#), provoca uma verdadeira revolução ao criar a interface gráfica da internet (World Wide Web), tornando possível navegar entre os sites sem a necessidade de digitar uma série de comandos complexos.

Em 1980, Tim Berners-Lee começou a desenvolver o Enquire, um programa que organizava informações, incluindo as que continham links. Durante nove anos ele trabalhou em uma versão demo do programa, mas foi somente em 1989 que formulou a proposta da WWW (Rede de Abrangência Mundial). Robert Cailliau juntou esforço a Berners-Lee no ano seguinte criando o sistema de hipertexto CERN e trabalhando no *browser*⁵ Samba. No entanto, o Mosaic, criado por Marc Andreessen, foi o primeiro *browser*. Em 1993, este navegador era a principal interface para o ambiente gráfico devido a sua estabilidade, facilidade de instalação e de trabalhar com imagens simples em formato gráfico *bitmap*⁶. Ferrari (2008), observa que os sites tinham quase sempre o fundo cinza, imagens pequenas e poucos links, mas, para pesquisadores como Lee e Andreessen, vivíamos no início da internet que conhecemos hoje.

A World Wide Web cresceu rápido e já em 1996 existiam 56 milhões de usuários no mundo. No mesmo ano, 95 bilhões de mensagens eletrônicas foram enviadas nos EUA, superando o número de 83 bilhões de cartas convencionais postadas nos correios, segundo dados da Computer Industry Almanac. O número de computadores ligados a rede em todo mundo pulou de 1,7 milhão em 1993 para 20 milhões em 1997. Em se tratando de conteúdo noticioso, segundo Moherdau (2007), mais de 50 milhões de norte-americanos navegam na rede em busca de notícias, e o número coincide com um maior número de pessoas com acesso a banda larga nos EUA. Nos últimos anos, a penetração passou de 58% para 70%. Em domicílios subiu de 20 milhões para 74 milhões, de acordo com dados de dezembro de 2006 do Pew Internet Project.

⁵ Programa utilizado para visualizar páginas Web. Internet Explorer e Netscape são exemplos de navegadores.

⁶ Formato de imagem sem compactação que guarda informações (como cores, etc.) em cada pixel da figura.



No Brasil, a rede mundial de computadores desembarca em 1991. A Rede Nacional de Pesquisas (RNP) trouxe a Internet com objetivo de atender a conexão das redes de universidades e centros de pesquisas, mas logo as esferas federal e estadual começaram também a se interligar. Em 1995, finalmente, os Ministérios de Comunicações e de Ciência e Tecnologia abriram a web para a sua operação comercial, onde provedores puderam contratar conexões junto com a RNP e depois com a Embratel. Os dados do Ibope/NetRatings davam conta de 14.419 milhões de internautas que navegavam diariamente pela rede em dezembro de 2006. O número de pessoas com acesso a banda larga subiu de 671 mil em 2001 para 10,7 milhões no mesmo período, ou seja, um aumento de 1.492%. O que representa 74,1% dos internautas brasileiros. Os brasileiros destacam-se como os primeiros no mundo quando se trata de horas de navegação em domicílios. Uma média de 21 horas e 38 minutos mensais. Em segundo lugar estão os franceses, com 18 horas e 40 minutos, seguidos pelos norte-americanos, com 18 horas e cinco minutos, e dos japoneses, com 17 horas e 40 minutos.

A Internet já passou por vários momentos e podemos dizer que ela ainda está na infância, mas uma infância madura. Atualmente se ouve muito a respeito de novos serviços, como a Web 2.0, VoIP, serviços para escolas, como o projeto do One Laptop Per Child (OLPC) entre outros. A web continuará sendo o principal serviço de conectividade e cada vez mais presente nas nossas vidas. Atualmente, você tem Internet em praticamente qualquer lugar do mundo utilizando conexões via satélite, ou usando o seu celular e falta pouco para que o WiMax seja de fato uma tecnologia disponível, nos abrirá um novo leque de opções, onde poderemos levar um computador pessoal conectado 24 horas para qualquer lugar. Hoje, assim como na época de sua criação, é difícil prever o que a Internet oferecerá no futuro dadas as suas várias possibilidades de aplicações.

2. Web jornalismo: origens e características

Uma vez exposto um pouco do histórico da principal interface do jornalismo digital, a Internet, trataremos agora da sua definição, trajetória e principais características. O termo jornalismo digital é usado para designar o jornalismo produzido na web ou outro suporte de publicação como celulares e Ipod (MOHERDAUI, 2007). O surgimento deste tipo de jornalismo se dá no final dos anos 80, com uma produção resumida aos serviços de notícias específicas para um segmento de público, oferecidos por provedores como a América On-line (AOL). Os grandes jornais impressos entraram



no mundo virtual em 1970, quando o *The New York Times* (<http://www.nytimes.com>) passou a disponibilizar resumos e textos completos de artigos atuais e antigos de suas edições diárias passadas a assinantes que possuíam pequenos computadores.

Wilson (1998) afirma, que em 1980 o *Columbus Dispatch*, da cidade norte-americana de Ohio, colocou todo o conteúdo editorial à disposição dos possuidores de computadores que se dispusessem a pagar uma taxa pelo serviço por meio do navegador CompuServe. Logo depois, este tipo de serviço começou a ser difundido com o crescimento da internet e de serviços comerciais on-line com a América On-line, Prodigy e Microsoft Network. Isso levou os jornalistas a adotarem diferentes estratégias para acompanhar essa tendência. Em 1995, o *The Wall Street Journal* (<http://www.wsj.com>) lançou o Personal Journal, versão personalizada dos negócios empresariais, extraída de suas edições diárias regulares. A novidade do serviço era que o assinante podia montar suas próprias edições e as acessavam via linha telefônica. O surgimento do primeiro jornal com conteúdo desenvolvido exclusivamente para a internet ocorreu em 1999, o *Diário Digital*, em Portugal. As matérias eram produzidas por uma equipe de reportagem exclusiva para o site, além da utilização de material de agências noticiosas.

No Brasil, a era digital do jornalismo começou a partir de iniciativas isoladas como as do Grupo Estado de S. Paulo (<http://agestado.com.br>), que já investia em serviços especializados de informação desde os anos 1980. Como relata Gonçalves (1996), a Agência Estado entrou na web em fevereiro de 1995 por meio de um link com a Worldnews, de Washington. Moherdau (2007), afirma que o jornalismo digital brasileiro expandiu-se publicando versões bem sucedidas de revistas e jornais norte-americanos e ingleses, em meados de 1995. Coube ao *Jornal do Brasil* (<http://www.jb.com.br>) realizar a primeira cobertura completa no espaço virtual, em 28 de maio de 1995. Na mesma esteira, outros jornais nacionais registraram-se na rede, como *O Estado de São Paulo*, *a Folha de São Paulo*, *O Globo*, *O Estado de Minas*, *a Zero Hora*, o *Diário de Pernambuco* e o *Diário do Nordeste*. Apesar da adesão destes jornais, apenas o *JB* atua com a noção de tempo real, os outros sequer possuíam atualizações diárias, como o *Estado de Minas* e a *Zero Hora*.

A atualização de notícias em tempo real estreou na internet brasileira no Universo On-line (<http://www.uol.com.br>), em 1996. O site tornou-se o primeiro jornal em tempo real em língua portuguesa da América Latina, com informações de agências de notícias e material produzido na redação. O UOL disponibilizava textos, fotos, gráficos,



animações, vídeos e áudios sobre material jornalístico para complementar as matérias na web. No interior das redações destes jornais em tempo real a hierarquia era a mesma da imprensa tradicional: diretores, redator-chefe, editores, repórteres, redatores, chefes de reportagem e outros. Passados alguns anos, o UOL mudou de nome para Folha On-line e manteve o pioneirismo ao inovar na cobertura dos conflitos ocorridos em Kosovo, em 1999, quando publicou e-mails enviados à redação de pessoas que estavam próximas às áreas de maior conflito. Foi a primeira vez que um jornal brasileiro publicou textos de leitores para enriquecer o noticiário.

No início dos anos 2000, vários sites noticiosos são criados. O provedor de acesso Internet Grátis (IG) lança o *Último Segundo* (<http://www.ultimosegundo.com.br>), o primeiro jornal on-line concebido e produzido para a internet brasileira com notícias produzidas e com material de agências (Reuters, Associated Press, Agência JB, Sport Press e etc.). Em 2001, as Organizações Globo decidem investir em jornalismo on-line e criaram o portal *GloboNews.com*, abrigando conteúdo de jornais, revistas, emissora de rádio e TV do grupo. Cinco anos depois, as Organizações Globo anunciam o portal G1 (<http://www.g1.globo.com>), que reúne todo o conteúdo do grupo e aposta na convergência de mídias com equipes de jornalistas espalhadas em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. Podem ser destacadas outras experiências de jornalismo on-line, tais como: *Dinheiro Vivo* (agência de informações financeiras), *Blue Bus* (site sobre mídia e publicidade), *InvestNews* (serviço de informações em tempo real da Gazeta Mercantil) e o *Terra Networks* (provedor de acesso que produz informações jornalísticas).

Desde o início de sua trajetória histórica, o jornalismo digital passou por inúmeras tentativas de desenvolver sites noticiosos que melhor aproveitassem as características da web e fossem atraentes aos internautas. Na tentativa de compreender as mudanças ocorridas nos últimos 15 anos, autores como Pavlik (2000) e Moherdauí (2005) propõem uma classificação dividida em quatro fases. A primeira fase corresponde às primeiras experiências de jornalismo on-line, quando os portais seguiam a formatação e a organização dos jornais impressos, sendo, portanto, reproduções de partes dos grandes diários que começaram a ocupar o espaço na internet.

O que era chamado então de jornal-online, na Web, não passava de transposição de uma ou duas das principais matérias de algumas editoriais. Esse material era atualizado a cada 24 horas, de acordo com o fechamento das edições do impresso. Em alguns casos, como o de O Estado de S. Paulo eram disponibilizados também o conteúdo de alguns cadernos semanais. Os produtos dessa fase, em sua maioria,



são simples cópias do conteúdo de jornais existentes no papel, só que para web. (MIELNICZUK, pp. 32-33, 2003)

Na segunda fase, os portais desenvolvem novos tipos de produtos ainda presos aos formatos dos impressos. “Os jornalistas criam conteúdos originais para a rede, passando a utilizar hiperlinks, interatividade (uso de e-mails para comunicação entre os leitores e a redação), ferramentas de busca, conteúdo multimídia com vídeo, áudio e imagens e customização de conteúdo” (MOHERDAUI, p. 124, 2007). Apesar dos avanços descritos pela autora, nota-se também a permanência da transposição dos textos utilizados nos impressos por meio de adaptações das rotinas de produção das redações com vistas ao reaproveitamento das matérias para web.

A terceira fase tem início no momento em que adaptações empresariais e editoriais ao ciberespaço são implementadas. Os portais noticiosos começam a publicar conteúdos originalmente produzidos para a web, e não simplesmente reaproveitar os textos publicados nos jornais impressos. As mudanças também compreendem o uso de recursos multimídia, a convergência entre suportes diferentes (multimodalidade), a disseminação de um mesmo produto em várias plataformas e/ou serviços informativos e a produção de conteúdo também pelo usuário. Mielniczuk (2003) destaca também a possibilidade de narrativas imersivas que permitem ao usuário navegar pela informação multimídia.

Nesse estágio, entre outras possibilidades, os produtos jornalísticos apresentam recursos multimídia, como sons e animações, que enriquecem a narrativa jornalística; oferecem recursos de interatividade, como chats com a participação de personalidades públicas, enquetes, fóruns de discussões; disponibilizam opções para a configuração do produto de acordo com os interesses pessoais da cada leitor/usuário; apresentam a utilização de hipertextos não apenas como um recurso de organização das informações da edição, mas também começam a empregá-los na narrativa dos fatos. (MIELNICZUK, p. 36, 2003)

A quarta fase abrange o jornalismo digital praticado pelos portais que disponibilizam bancos de dados⁷ inteligentes com interfaces tipificadas no espaço navegável (que permite aos usuários explorar, compor, recuperar e interagir com as narrativas).

⁷ O conceito de banco de dados adotado neste artigo é o do pesquisador russo Lev Manovich, segundo qual eles são identificados como uma coleção de itens que permite uma variedade de operações: ver, navegar, buscar, intercambiar informações e compor formas diferenciadas de narrativas.



A característica do ciberespaço como um espaço navegável, que permite movimentos através da arquitetura da informação, possibilita que a composição possa ser pensada como um tipo de enredo que determina os eventos de uma narrativa interativa dispostos em torno de um espaço audiovisual. (GONÇALVES, p. 11, 2004)

Ao analisarem as quatro fases supracitadas, autores como Gonçalves (2004), Pavlick (2000) e Mielniczuk apontam a existência de oito características básicas presentes nos textos noticiosos produzidos para web:

1. Interatividade: o leitor/usuários tem a possibilidade de não apenas receber as mensagens, mas também tornar-se mais ativo produzindo e distribuindo informações. Essa interação pode ocorrer por diversos meios, como a troca de e-mails, pela disponibilização da opinião dos usuários em fóruns e chats e também no âmbito da própria notícia, ou seja, por meio da navegação pelos hipertextos;
2. Hipertextualidade: a partir do texto noticioso, apontar links para vários pontos da notícia ou para outros textos complementares, fotos, sons, vídeos e animações;
3. Personalização: consiste na opção oferecida ao usuário para configurar ou receber produtos jornalísticos de com seus interesses individuais;
4. Multimídia/Convergência: utilização dos formatos das mídias tradicionais (imagens, sons e texto) na narração fato jornalístico. São os chamados pacotes multimídia que trazem, por exemplo, slideshow com áudio, infográficos animados, galeria de imagens, fotos randômicas, vídeos e textos e outros;
5. Memória: disponibilização do volume de informação anteriormente produzida para os usuários e ao produtor da notícia. O usuário pode acompanhar a informação passo a passo e gravá-la, pode repetir a apresentação imediatamente ou pode assisti-la quando quiser;
6. Instantaneidade/atualização contínua: na internet não há delimitação de temporalidade para a publicação de notícias, elas são publicadas tão logo tenham sido devidamente apuradas;



7. Imersão⁸: por meio dos recursos disponíveis na web, a narração das histórias envolvem os usuários (sensação experimentada, por exemplo, em jogos eletrônicos);
8. Conteúdo dinâmico: engloba todas as sete características descritas anteriormente, que dão aos sites noticiosos o dinamismo inerente à lógica do jornalismo digital.

Tratando agora das características do texto jornalístico disponibilizado na internet, autores como Pinho (2003) observam que o formato da Pirâmide Invertida, cuja origem remonta a Grécia antiga, há mais de mil anos, continua a ser importante na construção na informação digital. Alves (2004) registra também a prevalência da pirâmide invertida nos textos on-line. “Não há nenhuma surpresa ao ver que a pirâmide invertida, o estilo tradicional de redação, ainda encontre lugar ao sol hoje em dia, na era digital” (p.230). A razão para isso, segundo ainda a autora, deve-se ao fato de pesquisas mostrarem que o horário nobre do jornalismo on-line é justamente durante o expediente de trabalho e que as pessoas consultam sites jornalísticos muitas vezes ao dia e que esses usuários buscam uma forma rápida e direta de se informarem.

Já a produção e a edição jornalística na web podem ser divididas, segundo Moherdau (2007), em:

- a) Texto multilinear: engloba a maioria dos gêneros jornalísticos, com exceção da reportagem especial, denominada multiforme. Tem o formato de pirâmide invertida e pode conter links para recursos multimídia, não necessariamente todos;
- b) Reportagem multiforme: são pensadas tendo em vista o uso de imagens, áudios, vídeos, fotos randômicas, galeria de imagens, e slideshows com áudio, entre outros.

A produção e a edição de produtos noticiosos também sofrem influências dos recursos tecnológicos e dos processos interativos que emergiram no contexto do jornalismo digital. Esses fatores provocaram atualizações de alguns conceitos. É o caso

⁸ Imersão é um termo metafórico derivado da experiência física de estar submerso em água. O significado pretendido neste trabalho remete à sensação de estar envolvido por uma realidade simulada no ciberespaço.



do processo de *gatekeeping*. Bruns (2003) reconhece inúmeros processos que escapam a essa definição, e passa a denominá-los *gatewatching*. Esse neologismo é criado em oposição à noção de *gatekeeping*, segundo a qual existem “portões” de informação controlados por jornalistas em redações, responsáveis por selecionar quais fatos serão publicados, de acordo com critérios de noticiabilidade. Se o *gatekeeping* faz sentido na análise dos meios de comunicação de massa, no ciberespaço ele tem menor força explicativa:

[...] online os portões estão nas mãos dos produtores de informação (no limite, qualquer um que publique um website com informação com potencial valor de notícia), bem como nas mãos do usuário final, que navegando pela web age constantemente como seu próprio gatekeeper — mas não necessariamente com as organizações midiáticas de notícias (BRUNS, 2003, p.3).

Devido à quantidade de informação circulando nas redes telemáticas, cria-se a necessidade de avaliá-la, mais do que descartá-la. Não é mais preciso rejeitar notícias devido à falta de espaço, porque pode-se publicá-las todas. Nota-se um deslocamento da coleta de informação para a seleção da mesma. Segundo o autor, assume-se um papel semelhante ao de um bibliotecário. É claro que alguém ainda precisa entrevistar as fontes e analisar dados, e a maioria dos profissionais que lidam com o jornalismo digital acabam por assumir ambos os papéis. O *gatewatcher* combinaria funções de bibliotecário e repórter.

Do porteiro, passa-se ao vigia. Isso ocorre porque, ao contrário da mídia de massa, sempre estrangida por limitações técnicas e comerciais dos canais em uso, o que exige equipes profissionais para coletar e fundir informações em uma notícia o mais concisa possível (razão também da emergência do modelo “pirâmide invertida”), o espaço na Web é virtualmente ilimitado. Por outro lado, a própria estrutura hipertextual favorece a referência às fontes primárias da notícia, de modo que o repórter se vê livre da necessidade de condensar todos os dados em sua própria matéria.

Diante das transformações ocorridas em cada uma das quatro fases do jornalismo digital, já descritas, e das características assumidas pela produção e edição dos conteúdos noticiosos em virtude dos recursos tecnológicos, qual seriam as habilidades necessárias aos interessados em aventurar-se nas redações digitais? Ferrari (2008) aponta alguns pré-requisitos. “Os desafios do jornalismo digital estão sem dúvida relacionados à necessidade de preparar as redações, como um todo, e aos



jornalistas em particular, para conhecer e lidar com essas transformações” (pp. 39-40). Para a autora, além da necessidade de trabalhar com vários tipos de mídia, é preciso desenvolver uma visão multidisciplinar, com as noções comerciais e de marketing. Portanto, a capacidade de adaptação será uma característica muito valorizada nos profissionais do jornalismo digital.

Quem é capaz de mexer em várias mídias ao mesmo tempo e, além disso, escreve corretamente o português culto, tem grandes chances de tornar-se um ciberjornalista. [...] A dificuldade está em você conseguir multitarefa e esperto com a tecnologia presente na web: é preciso ter background cultural para conseguir contextualizar a informação e empacotá-la de um jeito diferente a cada necessidade editorial. (FERRARI, p.42, 2008)

4. Análise dos portais noticiosos dos jornais impressos de Manaus

Estabelecidos os parâmetros teóricos referentes às fases de desenvolvimento do jornalismo digital e suas características de produção e edição, passamos agora analisar os portais noticiosos dos três maiores jornais impressos com circulação diária na cidade de Manaus: *A Crítica* (www.acritica.com.br), *Diário do Amazonas* (www.diarioam.com.br) e *Amazonas Em Tempo* (www.emtempo.com.br). O objetivo da análise é identificar em que fase de desenvolvimento encontram-se, se fazem uso dos recursos tecnológicos disponíveis hoje na web e, conseqüentemente, se o jornalismo praticado por estes veículos na web pode ser classificado como digital tendo como base as características descritas no tópico anterior.

Para tanto, foram aplicados formulários aos profissionais responsáveis pelo gerenciamento dos portais noticiosos de cada um dos jornais pesquisados e também a um de seus repórteres. As perguntas foram elaboradas de forma que evidenciassem ou não as características básicas do jornalismo digital descritas nos tópicos anteriores e apresentadas, a seguir, em quadros contendo as respostas coletadas nos meses de setembro de 2008 junto aos responsáveis por cada portal sobre as características de funcionamento dos mesmos.

Quadro 1

Características e Funcionamento dos Portais dos Jornais impressos de Manaus

Questões	A Crítica	Diário do Amazonas	Am Em Tempo
1 - Há quanto tempo o jornal	Três anos	Não soube informar	Três anos



mantém um portal noticioso na internet?			
2 - Existe uma equipe de jornalistas produzindo conteúdo exclusivamente para o Portal?	Existe uma equipe que transpões o conteúdo do impresso	Existe uma equipe que transpões o conteúdo do impresso	Existe uma equipe que transpões o conteúdo do impresso
3 - O Conteúdo do Portal é exclusivo ou reflete aquilo que é publicado na versão impressa?	Apenas transposição da versão impressa	Apenas transposição da versão impressa	Apenas transposição da versão impressa
4 - Os textos produzidos ou adaptados para o Portal possuem uma estrutura diferente da utilizada no impresso?	Os textos são os mesmos, apenas reduzidos	Não	Os textos são os mesmos, apenas reduzidos
5 - Os textos produzidos para o Portal possuem links para o aprofundamento das informações (hiperlinks)?	Sim	Não	Sim
6 - O Portal possui alguma ferramenta de interatividade?	E-mails e enquetes	Não	Enquetes, comentários e e-mails
7 - As notícias são enriquecidas com imagens, áudios, slide shows ou pacotes multimídia?	Sim	Sim	Sim
8 - Em caso de resposta positiva na questão anterior, qual ferramenta é acrescida aos textos?	Fotos	Fotos	Fotos
9 - O veículo pesquisado utiliza redes sociais digitais para divulgar seu conteúdo?	Sim	Sim	Não
10 - Em caso de resposta positiva na questão anterior, qual(is) rede(s) social(ais) digital(ais) o veículo utiliza?	Twitter	Twitter e Orkut	
11 - O Portal oferece aos usuários cobertura ao vivo dos fatos?	Não	Não	Não
12 - Os jornalistas que trabalham na produção do Portal têm habilidades para trabalhar com os seguintes softwares: edição de vídeo, áudio e pacotes multimídia.	Sim, excessão para pacotes multimídia.	Não	Sim
13 - Quais profissionais integram a equipe de produção do Portal?	Seis jornalistas e um designer	Utiliza a mesma equipe do impresso	Utiliza a mesma equipe do impresso
14 - O Portal possui alguma ferramenta para aferir sua visitação?	Sim	Sim	Sim
15 - O Portal possui alguma ferramenta capaz de determinar em que horários ele é mais acessados pelos usuários?	Não	Sim	Sim
16 - O Portal possui alguma pesquisa de identificação do perfil dos seus usuários?	Não	Não	Não
17 - O Portal publica ou já publicou conteúdo produzido pelos usuários (imagens, fotos, textos, áudios e outros)?	Não	Não	Não



18 - O Portal possui links apontando para outros sites noticiosos que não sejam no mesmo grupo?	Não	Não	Não
19 - Que critérios são utilizados para definir os seguintes itens: tamanho dos textos e horário de publicação.	Não há critérios para os textos e as notícias são publicadas assim que ficam prontas	Não soube informar sobre os textos e o horário de publicação ocorre sempre às 2h da manhã	O tamanho dos textos é definido pela importância do assunto e são publicados assim que ficam prontos

Quadro 2

Perfil dos jornalistas dos Portais dos Jornais impressos de Manaus

Questões	A Crítica	Diário do Amazonas	Am Em Tempo
1 - A quanto tempo trabalha em um portal noticiosos na internet?	Menos de um ano	Menos de um ano	Dois anos
2 - Tem quanto tempo de profissão?	Três anos e meio	Três anos e meio	Quatro anos
3 - Qual a sua idade?	24 e 30 anos	17 e 23 anos	24 e 30 anos
4 - Recebeu algum treinamento especial para produzir notícias para a internet?	Não	Não	Sim
5 - Existe diferença entre o texto produzido por você para internet e o produzido para o impresso?	Sim	Não	Sim
6 - Em caso de resposta positiva no item anterior, qual a principal diferença?	Textos menores		Textos menores
7 - Existe alguma diferença no processo de captação das informações para a internet em relação ao usado no impresso?	Sim	Não	Não
8 - Em caso de resposta positiva no item anterior, qual a principal diferença?	Menos tempo para captação		
9 - Possui domínio de alguns dos softwares listados abaixo: edição de imagens, sons, fotos e pacotes multimídia	Edição de imagens e áudio	Edição de imagens, áudio, fotos e pacotes multimídia	Não
10 - Produz algo além de textos para o Portal?	Não	Não	Não
11 - Participa de alguma rede social digital?	Sim	Sim	Sim
12 - Qual técnica de redação das reportagens você utiliza nos textos do Portal?	Não soube informar	Pirâmide Invertida	Pirâmide Invertida
13 - Você teve na faculdade alguma disciplina voltada para o jornalismo digital?	Sim	Não	Não

Uma análise dos dados contidos no quadro acima revela que os portais dos principais jornais impressos de Manaus desenvolvem um trabalho que, em grande parte,

corresponde às primeiras experiências de jornalismo on-line. As respostas presentes tanto do Quadro 1 (questão 4) quanto no Quadro 2 (questões 5 e 6) revelam que a maioria do conteúdo são reproduções das reportagens publicadas em suas versões impressas, havendo apenas a preocupação de reduzir o tamanho dos textos. Como descreve MIELNICZUK (2003), “em sua maioria, são simples cópias do conteúdo de jornais existentes no papel, só que para web” (p.32-33). Dois dos três portais pesquisados utilizam ferramentas adotadas na segunda fase de desenvolvimento do jornalismo digital, como o uso de hiperlinks e e-mails (questão 6 do Quadro 1).

Apesar de todos os portais afirmarem que procuram enriquecer os textos com a utilização de recursos multimídia, apenas as fotografias são utilizadas. Os elementos identificados na terceira fase do jornalismo digital ainda não estão presentes, tais como o uso de imagens e sons para a disseminação da informação em várias plataformas (Questão 12 do Quadro 1 e questões 9 e 10 do Quadro 2). Nota-se também, que a produção de conteúdo pelos usuários como possibilidade de enriquecer a narrativa dos fatos e opções para a configuração dos produtos de acordo com os interesses pessoais de cada usuário/leitor (os portais sequer conhecem o perfil dos internautas) também não estão disponíveis (Questão 17 do Quadro 1).

Pode-se afirmar, com base nos dados já analisados até aqui, que os portais dos jornais impressos de Manaus precisam implementar melhorias para atingir o estágio do jornalismo digital praticado atualmente em outros portais noticiosos ligados a veículos impressos, notadamente os situados no Sul e Sudeste do País, como banco de dados inteligentes, interfaces tipificadas no espaço navegável e uma narrativa jornalística em um espaço audiovisual (GONÇALVES, 2004). Tal fato fica mais evidente quando constatamos que o conteúdo oferecido pelos referidos portais não atendem as oito características básicas descritas por Pavlick (2000) para os textos produzidos para web.

Os portais atendem, mesmo que de forma tímida, aos critérios da interatividade e hipertextualidade (Questões 5 e 6 do Quadro 1). Todos disponibilizam e-mails e alguns promovem enquetes e utilizam as redes sociais para se comunicar com os usuários, mesmo que não publiquem seus textos e não haja a possibilidade dos mesmos ajudarem a construir as narrativas jornalísticas (Questão 17 do Quadro 1). Os hipertextos estão presentes em dois dos três portais, no entanto, estes não direcionam o leitor para outros sites noticiosos a fim de que o mesmo possa ampliar suas possibilidades informativas (Questão 18 do Quadro 1).

A instantaneidade e a memória também estão presentes. Apenas um dos portais informou não atualizar seu conteúdo assim que as matérias estivessem prontas, pois na internet não deve



haver delimitação de temporalidade (Questão 19 do Quadro 1). No tocante a memória, ou seja, a disponibilização de edições anteriores, apenas o portal do Amazonas Em Tempo possui um ferramenta de busca disponível aos usuários.

As demais características referentes à personalização, multimídia, imersão e conteúdo dinâmico quando não estão presentes deixam a desejar (Questões 7, 8 e 9 do Quadro 1 e questões 9 e 10 do Quadro 2). Nenhum dos portais ofereceu ao usuário qualquer possibilidade de configurar ou receber produtos jornalísticos de acordo com seus interesses individuais e, conforme demonstra os dados coletados, a multimídia fica restrita apenas ao uso de fotografias (deixando de lado os chamados pacotes multimídia que trazem, por exemplo, slideshow com áudio, infográficos animados, galeria de imagens, fotos randômicas, vídeos e textos e outros). Em decorrência disso, não há como falar em imersão ou conteúdo dinâmico, pois para que estas características pudessem ser reconhecidas seria necessário o uso pelos portais dos recursos disponíveis na web.

Quanto à produção e edição de textos, nenhum dos responsáveis pelo portal demonstrou conhecimento das duas modalidades expostas por Moherdau (2007): texto multilinear e reportagem multiforme. A pesquisa revela que as definições quanto ao tamanho do texto ou ao seu formato são baseadas apenas no senso comum de que estes devem ser curtos (Questões 4, 17 e 19 do Quadro 1 e questões 4, 5, 6, 7, 9 e 12 do Quadro 2), e não no uso ou não da pirâmide invertida ou se devem ou não conter links para recursos multimídia (caso dos textos multilineares). Em nenhum dos casos identificamos reportagens pensadas tendo em vista o uso de imagens, áudios, vídeos, fotos randômicas, galeria de imagens, e slideshows com áudio, entre outros (caso das reportagens multiformes). Diante do exposto, pode-se afirmar que os portais dos jornais impressos de Manaus encontram-se em um estágio de desenvolvimento intermediário situado entre a primeira e a segunda fase do jornalismo na web e ainda não pode ser classificado como portais de jornalismo digital tendo como referência o aporte teórico utilizado neste artigo.

Referências

- ALVES, Rosental Calmon. **Uma linguagem em construção**. Rio de Janeiro: Vozes, 2004.
- BELTRÃO, L.; QUIRINO, N. de O. **Subsídios para uma Teoria da Comunicação de Massa**. São Paulo: Summus Editorial, 1986.
- BOFF, L. Saber Cuidar. **Ética do humano: compaixão pela Terra**. Petrópolis: Vozes, 1999.



BRUNS, Axel. **Gatewatching, not gatekeeping: collaborative online news.** Media International Australia, n. 107, pp. 31-44, 2003. Disponível em: <http://eprints.qut.edu.au/archive/00000189/>.

CURRAN, James. **Media and power.** London: Routledge, 2002.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital.** 3ª Ed. São Paulo: Contexto, 2008.

GAUNTLEET, David. **Media, gender & identity.** London: Routledge, 2002.

GONÇALVES, Elias. **Jornalismo na Internet.** Trabalho apresentado no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), realizado na Universidade de Londrina (PR) em 1996, p.4.

_____. **Banco de dados como formato no jornalismo digital,** em VI Congresso Lusófono de Ciências da Comunicação, 2004, Covilhã, p.11.

LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia da Pesquisa em Jornalismo.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

MARCONI, Maria Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados.** 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MOHERDAUI, Luciana. **O usuário de notícias no jornalismo digital: um estudo sobre a função do sujeito no Último Segundo e no A Tarde On-line.** Dissertação de Mestrado em Comunicação Social (Salvador: Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea – UFBA, 2005), PP. 25-26.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual.** Tese de Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas (Salvador: Faculdade de Comunicação – UFBA, 2003).

PAVLIK, John. **Journalism Tolls for the Digital Age.** VII Forum Mundial de Editores, Rio de Janeiro, 7 de junho de 2000.

PINHO, J.B. **Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line.** São Paulo: Summus, 2003.

WILSON, Dizard Jr. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.