

Vol 7 Issue 2 Nov 2017

ISSN No : 2249-894X

*Monthly Multidisciplinary
Research Journal*

*Review Of
Research Journal*

Chief Editors

Ashok Yakkaldevi
A R Burla College, India

Ecaterina Patrascu
Spiru Haret University, Bucharest

Kamani Perera
Regional Centre For Strategic Studies,
Sri Lanka

Review Of Research Journal is a multidisciplinary research journal, published monthly in English, Hindi & Marathi Language. All research papers submitted to the journal will be double - blind peer reviewed referred by members of the editorial Board readers will include investigator in universities, research institutes government and industry with research interest in the general subjects.

Regional Editor

Dr. T. Manichander

Sanjeev Kumar Mishra

Advisory Board

Kamani Perera Regional Centre For Strategic Studies, Sri Lanka	Delia Serbescu Spiru Haret University, Bucharest, Romania	Mabel Miao Center for China and Globalization, China
Ecaterina Patrascu Spiru Haret University, Bucharest	Xiaohua Yang University of San Francisco, San Francisco	Ruth Wolf University Walla, Israel
Fabricio Moraes de Almeida Federal University of Rondonia, Brazil	Karina Xavier Massachusetts Institute of Technology (MIT), USA	Jie Hao University of Sydney, Australia
Anna Maria Constantinovici AL. I. Cuza University, Romania	May Hongmei Gao Kennesaw State University, USA	Pei-Shan Kao Andrea University of Essex, United Kingdom
Romona Mihaila Spiru Haret University, Romania	Marc Fetscherin Rollins College, USA	Loredana Bosca Spiru Haret University, Romania
	Liu Chen Beijing Foreign Studies University, China	Ilie Pinte Spiru Haret University, Romania
Mahdi Moharrampour Islamic Azad University buinzahra Branch, Qazvin, Iran	Nimita Khanna Director, Isara Institute of Management, New Delhi	Govind P. Shinde Bharati Vidyapeeth School of Distance Education Center, Navi Mumbai
Titus Pop PhD, Partium Christian University, Oradea, Romania	Salve R. N. Department of Sociology, Shivaji University, Kolhapur	Sonal Singh Vikram University, Ujjain
J. K. VIJAYAKUMAR King Abdullah University of Science & Technology, Saudi Arabia.	P. Malyadri Government Degree College, Tandur, A.P.	Jayashree Patil-Dake MBA Department of Badruka College Commerce and Arts Post Graduate Centre (BCCAPGC), Kachiguda, Hyderabad
George - Calin SERITAN Postdoctoral Researcher Faculty of Philosophy and Socio-Political Sciences Al. I. Cuza University, Iasi	S. D. Sindkhedkar PSGVP Mandal's Arts, Science and Commerce College, Shahada [M.S.]	Maj. Dr. S. Bakhtiar Choudhary Director, Hyderabad AP India.
REZA KAFIPOUR Shiraz University of Medical Sciences Shiraz, Iran	Anurag Misra DBS College, Kanpur	AR. SARAVANAKUMARALAGAPPA UNIVERSITY, KARAIKUDI, TN
Rajendra Shendge Director, B.C.U.D. Solapur University, Solapur	C. D. Balaji Panimalar Engineering College, Chennai	V.MAHALAKSHMI Dean, Panimalar Engineering College
Awadhesh Kumar Shirotriya	Bhavana vivek patole PhD, Elphinstone college mumbai-32	S.KANNAN Ph.D , Annamalai University
	Awadhesh Kumar Shirotriya Secretary, Play India Play (Trust), Meerut (U.P.)	Kanwar Dinesh Singh Dept.English, Government Postgraduate College , solan

More.....



UMA HISTÓRIA DE MUDANÇAS NA TRAJETÓRIA DA INFORMAÇÃO NA WEB ATRAVÉS DO PORTAL AMAZÔNIA (A history of changes in the trajectory of information on the WEB through the Amazon Portal)



ABSTRACT

With the emergence of the Internet in the 1990s, there is an open channel for the promotion of communication, be it commercial, educational and mainly personal, capable of fostering cooperation in information. As methodological procedures will be done bibliographic research and content analysis, of a qualitative and quantitative nature, in addition to open interviews. In this sense, the research investigated the news of culture of the Portal Amazônia, that are present in the publishing of Entertainment, through a content analysis, whose objective is to understand how the information of the cultural webjournalism in the Amazon Portal is produced, in face of the contemporary forms of Social interaction in virtual pages.

KEYWORDS: Amazon Portal; Cultural Journalism; Webjournalismo; Communication.

INTRODUÇÃO

Com o advento da Internet, as empresas tradicionais de jornalismo como rádio, TV, Impresso,

Joyce Karoline Pinto Oliveira Pontes¹ and Rita de Cássia de Souza Nascimento²

¹Jornalista. Doutoranda e Mestre em Sociedade e Cultura na Amazônia - UFAM. Especializanda em Ética em Filosofia - UFAM.

²Jornalista, Graduada pela Universidade Federal do Amazonas (UFAM). Universidade Federal do Amazonas (UFAM).

Revistas, passaram a fazer o uso de seu conteúdo na Rede Mundial de Computadores. O primeiro site jornalístico brasileiro foi o Jornal do Brasil, criado em maio de 1995, seguido pela versão eletrônica do jornal O Globo.

A metade da década de 90, mais precisamente 1995, marca o início do jornalismo online no Brasil. O primeiro jornal totalmente em tempo real do País e da América Latina foi o Brasil Online, com informações de agências de notícias (Folha, Reuters, Associated Press), e material produzido em sua redação. A criação de veículos noticiosos específicos para a Internet conheceu, ainda, outro marco no Brasil, em 2000, com a implantação do Último Segundo, ligado ao provedor IG, de acesso gratuito à Internet. (HAMILTON, 2002, p.5).

O Portal IG, possuía o provedor de acesso à Internet totalmente grátis, um marco na história do Webjornalismo em 2000, as notícias eram em sua maioria produzidas pelas agências de notícias nacionais e internacionais, além de possuir uma equipe dentro da própria redação para apurar os fatos.



Imagem 01 – Layout Atual do Portal IG

Fonte: <http://www.ig.com.br> Acesso em 11 jun.2017.

Segundo Hamilton (2002), o site UOL, teve uma visitação de 6,1 milhões de usuários nos primeiros três meses. O IG passou para a segunda posição em audiência na Internet brasileira, principalmente por fazer hospedagem de sites em seu provedor. “A incorporação de novidades nos sites informativos é constante, assim como as reformulações de design e conteúdo” (HAMILTON, 2002, p.5).

Enquanto isso, as Organizações Globo, também procuravam estar conectadas à WEB, tanto que em agosto do ano de 2001, surge Globonews.com, o conteúdo era produzido pelo jornal impresso O Globo, Rádio Globo e Rede Globo).

Empresas tradicionais como as Organizações Globo, o Grupo Estado (detentor do Jornal Folha de S. Paulo e Jornal da Tarde), o grupo Folha (do Jornal Folha de S. Paulo) e a Editora Abril se mantêm como os maiores conglomerados de mídia do País, tanto em audiência, quanto em receita com publicidade. Foram eles que deram os primeiros passos na Internet brasileira. (FERRARI, 2004, p.27).

Hamilton (2002) percebe, de um modo geral, que alguns dos principais sites jornalísticos brasileiros possuem a veiculação de informações em três níveis de aprofundamento, baseados nos intervalos de tempo para a atualização dessa notícia. As primeiras são de atualização rápida e estas provêm principalmente de fontes como agências de notícias e profissionais de outros veículos parceiros do site. Eventualmente são produzidas por equipes do próprio veículo online. A atualidade é o único critério de avaliação do que seja uma notícia de atualização rápida. De qualquer forma, boa parte das matérias online, utilizam recursos como fotos, áudio, vídeo, tendo como foco a interatividade e instantaneidade.

Só no Brasil para se ter ideia, de acordo com dados de 2005 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o acesso à Internet triplicou entre os anos de 1999 a 2005, passando de 16,4% desde o seu surgimento no País, para 46%, um salto ao uso da Rede Mundial de Computadores. Diante desse contexto, o intelectual espanhol, Manuel Castells (2003), conceitua essa tecnologia como a nova era da informação.

(...) é um novo ambiente de comunicação. Como a comunicação é a essência da atividade humana, todos os domínios da vida social estão sendo modificados pelos usos disseminados da Internet (...) com consideráveis diferenças em suas conseqüências para a vida das pessoas (...) cultura e instituições. (CASTELLS, 2003, p. 225).

O jornalismo digital inicia no Brasil na década de 1990, porém todas as matérias eram retiradas do impresso e postadas no online, o famoso gilette press.

A introdução de novos elementos não-textuais permite ao leitor explorar a notícia de uma forma pessoal, mas obriga o jornalista a produzi-la segundo um guião de navegação análogo ao que é preparado para outro documento multimídia. O jornalista passa a ser um produtor de conteúdos multimídia de cariz jornalístico - webjornalista. Por sua vez, o utilizador do serviço não pode ser identificado apenas como leitor, telespectador ou ouvinte já que a webnotícia integra elementos multimídia, exigindo uma “leitura” multilinear. (CANAVILHAS, 2001, p. 70).

Mas a atividade jornalística surge inicialmente com a invenção da prensa móvel, idealizada por Johannes

Gutenberg em pleno século XV, devido a isso, surgiram novas possibilidades de promover a comunicação tendo ou não um feedback satisfatório, posteriormente com a Revolução Industrial, as tecnologias passam a atuar com mais consistência na vida do ser humano e a propagação da atividade jornalística passa a existir utilizando inicialmente o telégrafo, a máquina de datilografia, até chegar na contemporaneidade, onde se faz o uso do computador, tablete, celular, para redigir as matérias, independente do veículo de comunicação de massa, destacando o surgimento da WEB 2.0, a partir de 2004, quando surgem também algumas redes sociais mundialmente, proporcionando um novo ambiente tecnológico e social que para Primo (2006), pode ser conceituada como a segunda geração de serviços online, caracterizada por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações.

A Web 2.0 é a segunda geração de serviços online e caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo (...). (PRIMO, 2006, p.1)

A partir do momento que as páginas de notícias online passaram a adotar esse modelo WEB 2.0, proporcionou a potencialização do trabalho coletivo, onde o internauta passa a interagir a partir dos comentários nas matérias e a construção social do conhecimento, bem como a troca de informação passa a fazer parte do feedback estabelecido entre empresa jornalística virtual e o cidadão comum, seja por uma troca de e-mails, fale conosco, ligação, entre outras alternativas de comunicação, promovendo também a instantaneidade.

A Internet é uma ferramenta bastante distinta dos meios de comunicação tradicionais – televisão, rádio, cinema, jornal e revista. Cada um dos aspectos críticos que diferenciam a rede mundial dessas mídias – não linearidade, fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade, qualificação, custos de produção e de veiculação, interatividade, pessoalidade, acessibilidade e receptor ativo – deve ser mais bem conhecido e corretamente considerado para o uso adequado da Internet como instrumento de informação. (PINHO, 2002, p.49).

Logo, com a WEB 2.0 a cibercultura passa a surgir como principal fonte de interatividade na rede. No portal de notícias Portal Amazônia, é possível encontrar algumas características como dez editorias na parte superior da página, além do espaço na cor verde para a busca de informações sobre qualquer outro tema ou notícia, e isso permite ao usuário maior diversidade de escolha sobre o que ele quer ler.

A palavra "ciberespaço" foi inventada em 1984 por William Gibson em seu romance de ficção científica Neuromante. [...] Eu defino o ciberespaço como o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização. (LEVY, 1999, p.94-95).

Contudo, esse ciberespaço proporciona o surgimento da cibercultura que se torna um diferencial na essência da cultura, se tornando cibernética, conforme conceitua Levy (1999). A partir de então, a comunicação e a tecnologia passam a promover a interação nas páginas noticiosas online, proporcionando uma nova forma em distribuir a informação.

A revolução tecnológica concentrada nas Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs), que possibilita a conexão mundial via rede de computadores, promove alterações significativas na base material da sociedade, ao estabelecer uma interdependência global entre os países e modificar as relações Estado-Nação e sociedade. O uso crescente de redes como a Internet resultou na criação de uma organização social, a sociedade em rede, que permite a formação de comunidades virtuais, grupos constituídos pela identificação de interesses comuns. (CORRÊA, 2004, p.1).

Prontamente, as Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs), vêm alterando a maneira da escrita, da apuração jornalística online, o chamado Webjornalismo.

SOCIEDADE E A INFORMAÇÃO TECNOLÓGICA

Com o avanço tecnológico surge uma nova modalidade de definição da sociedade que fica conectada à Rede Mundial de Computadores, a Sociedade da Informação, termo este, conceituado pelo intelectual Castells (2011) e tem como finalidade destacar o papel da informação tecnológica propagada à população.

A Internet é capaz de propiciar um elo comunicacional, seja em forma colaborativa usada por muitas

empresas, principalmente através das mídias sociais ou de forma interpessoal, uma vez que as trocas de mensagens capazes de propiciar um feedback simbólico se tornam ferramentas eficazes na comunicação, um e-mail, in box das redes sociais, comentários nas páginas de site, blogs, ou portais.

Indica o atributo de uma forma específica de organização social em que a geração, o processamento e a transmissão da informação tornam-se fontes fundamentais de produtividade e poder devido às novas condições tecnológicas surgidas nesse período histórico (CASTELLS, 2011, p. 65).

Toda notícia factual possui um deadline, tempo este para a entrega e publicação da matéria, essa é uma característica atrelada à indústria cultural, e com isso gera concorrência entre outros veículos de comunicação, e em se tratando de páginas que promovem o jornalismo online, a informação precisa ser postada com rapidez e instantaneidade. “O tempo de fechamento, então, se comprime para o tempo em que ocorre a notícia e os minutos dispensados para sua redação” (MARTINEZ, 2007, p. 24).

Atualmente, mesmo que a informação não esteja totalmente apurada e postada, as mídias sociais da Internet como o Twitter, Facebook, entre outras, vêm contribuindo para a sinopse da informação, e esse feito está acontecendo no Brasil desde 2006, com a revolução da WEB 2.0, facilitando a divulgação dos acontecimentos ao internauta que compartilha em seu perfil pessoal.

Se na primeira geração da Web os sites eram trabalhados como unidades isoladas, passa-se agora para uma estrutura integrada de funcionalidades e conteúdo. Logo, O’Reilly destaca a passagem da ênfase na publicação - ou emissão, conforme o limitado modelo transmissionista - para a participação: blogs com comentários e sistema de assinaturas em vez de homepages estáticas e atomizadas; em vez de álbuns virtuais, prefere-se o Flickr, onde os internautas além de publicar suas imagens e organizá-las através de associações livres, podem buscar fotos em todo o sistema; como alternativas aos diretórios, enciclopédias online e jornais online, surgem sistemas de organização de informações - del.icio.us e Technorati, por exemplo -, enciclopédias escritas colaborativamente - como a Wikipédia - e sites de webjornalismo participativo - como Ohmy News, Wikinews e Slashdot (PRIMO, 2006, p. 2).

Barbosa (2010), diz que a customização de conteúdo se dá através do próprio percurso escolhido pelo usuário para ler as informações, sendo uma característica ligada propriamente à relação com os leitores-usuários, pois lhes assegura também a possibilidade de personalizar os conteúdos através do recebimento de informações sobre determinados assuntos do seu interesse. “Ou seja, pode ter um produto jornalístico ajustado às suas necessidades de informação. Alguns sites até permitem ao usuário criar a sua webpage, onde pode observar suas escolhas pessoais de notícias”. (BARBOSA, 2001, p.5).

Diante desse contexto e o avanço da WEB, o jornalismo acaba tendo que se renovar e adaptando seus meios para a convergência de mídias um item primordial na contemporaneidade.

PORTAL AMAZÔNIA E O ENTRETENIMENTO

O Portal Amazônia reúne mais de trinta anos de história da comunicação da Rede Amazônica. É um portal de notícias pertencente ao Grupo Amazônia Cabo . Atualmente é composto por uma equipe de cinco profissionais: Uma coordenadora de conteúdo e quatro repórteres. Fica localizado à Rua AB, 12 –Morada do sol – Aleixo –Manaus, Amazonas.

De acordo com dados oficiais da página do Portal Amazônia, foi lançado em 5 de julho de 2001, está entre as principais referências sobre o tema Amazônia na Internet. O portal disponibiliza o conteúdo em texto, fotos, áudio, vídeo e infografia produzido por equipe própria e do Amazon Sat, além de outras empresas da Rede Amazônica – Rádio Amazonas FM, Rádio Acre FM, Rádio Amapá FM.

Em julho de 2007, o Portal Amazônia iniciou os trabalhos nos avanços da linguagem hipertextual, proporcionada pela velocidade da Internet. Já em 2009, entrou nas redes sociais com o Twitter. Conforme a webmaster, Andrezza Lifisitch, o Portal Amazônia caminha junto às novas tendências, um exemplo disso, são os cerca de sete mil seguidores que acompanham diariamente as notícias do site por meio do Twitter e Facebook. (OLIVEIRA; LOPES, 2010, p.51).

Com repórteres no Acre, Amapá, Amazonas, Rondônia e Roraima, o Portal Amazônia tem conteúdo com abrangência também sobre os outros quatro estados da Amazônia Legal – Maranhão, Mato Grosso, Pará e

Tocantins – e a Amazônia Internacional. Para isso, conta também com agências de notícia e sites parceiros, além de jornalismo colaborativo.

Reformulado em 2014, passou a unificar a estratégia digital das empresas do Grupo Amazônia Cabo e da Rede Amazônica. Reúne o BoraVê, acervo de vídeos do Amazon Sat, que antes era conhecido como Portal Amazônia Broad Band e o Radar 10, portal de áudios das rádios da Rede Amazônica e Rádio Amazonas FM 101,5. O internauta conta ainda com a Echos da Amazônia, Webrádio com programação musical 100% regional, e com o Amazônia de A a Z, enciclopédia online de assuntos relacionados à região amazônica.

DIVISÃO E ESTRUTURA

O Portal Amazônia fica localizado dentro das dependências do AmazonSat, mas antes fazia parte do Grupo Rede Amazônica, até 2012 aproximadamente, os setores são divididos primeiramente em dois: técnico e administrativo. O setor técnico é composto por programação, rádio, estúdio de TV, almoxarifado e assistência, edição e redação. O administrativo é composto por recursos humanos e publicidade.

Na programação, ficam técnicos responsáveis por organizar a grade diária de programas da emissora de TV. Eles regulam os horários, comerciais e demais coisas referentes ao que será transmitido.

No rádio, fica o estúdio da CBN Amazonas, onde há o setor de programação e a cabine de gravação. A rádio operava na banda AM 1440 e em repassada para o FM. A programação se dá por conta dos fatos que ocorrem tanto no interior como na capital do Estado do Amazonas.

Na redação ficam os repórteres, produtores e editores da Amazon Sat, rádio CBN e Portal da Amazônia. Lá eles redigem matérias, selecionam pautas que serão abordadas em cada um dos veículos e fazem a edição deste material. A Amazon Sat opera como TV, CBN como rádio e Portal da Amazônia como revista eletrônica.

Já o setor administrativo possui os recursos humanos, onde estão centrados todos os arquivos referentes aos funcionários da empresa. O setor publicitário é onde ficam os responsáveis pelas mídias digitais, além do desenvolvimento de aplicativos móveis com toda a programação da Amazon Sat.

As tecnologias de comunicação periodicamente resultam em significativas transformações na sociedade e causam grandes mudanças de hábitos e comportamentos. Cada um no seu tempo, o telégrafo, o telefone e o aparelho de fac-símile deixaram suas marcas no comércio, na vida profissional e no nosso cotidiano. Agora chegou a vez da Internet, oferecendo amplos recursos técnicos e um novo suporte para as mais diversas atividades. (PINHO, 2003, p.57).

Na Internet o Amazon Sat está presente com aplicativo para smartphones e tablets das plataformas Android, IOS e Windowsphone. O site institucional, www.amazonsat.com.br, com stream ao vivo da programação e o BoraVê – maior biblioteca de vídeos do Amazon Sat que pode ser acessado pelo endereço www.borave.com.br, o que permite ao público escolher a melhor maneira e horário em que irá assistir o conteúdo do canal.

PORTAL AMAZÔNIA BROAD BAND

Além da versão tradicional, com textos e fotos, o Portal Amazônia possuía quando lançado, uma versão multimídia, atualizada diariamente com milhares de vídeos da Amazônia, na íntegra, grande parte deles com mais de uma hora de duração, conhecido como Portal Amazônia Broad Band que foi lançado no dia 5 de julho de 2005. E hoje é similar ao BoraVê, portal de vídeos que proporciona um conteúdo de banda larga.

Segundo, uma das produtoras que atualizava o Portal Amazônia Broad Band, no período de 2007 a 2009, jornalista Joyce Karoline Pontes, a página reunia um conteúdo em banda larga.

As atualizações eram feitas por mim e outra colega, a radialista Gláuria Sobreira, nós editávamos os vídeos referentes a algo relacionado à Amazônia, muitas das vezes havia a gravação de um OFF, para cobrir as imagens de apoio, e existiam editorias específicas, de acordo com a temática. Outro detalhe era que publicávamos todos os dias os blocos dos telejornais da TV Amazonas e toda a programação do canal Amazon Sat. Daí a importância de um comunicador dominar a locução, edição de áudio, edição de vídeo, produção em um contexto geral. (Entrevista 20 maio de 2017 – Joyce Karoline Pontes).

A jornalista explicou ainda que a página reunia um acervo que também era catalogado pelo Centro de

Documentação da Amazônia (Cedoc), que disponibilizava em muitas das vezes imagens e áudios, isso porque não eram apenas vídeos publicados, mas os áudios da Rádio Amazonas também.

CHAT DO PORTAL AMAZÔNIA

A jornalista, Gláucia Chair, teve um papel fundamental no Portal Amazônia, pois começou sua carreira na empresa como gerente de notícias e depois foi promovida para Gerente de Conteúdo. Trabalhou na empresa de 2003 a 2015, ou seja, 12 anos. Vale ressaltar que no Portal Amazônia, desenvolveu suas atividades até o ano de 2012, quando foi transferida para Rádio Amazonas FM para lançar um portal de áudios conhecido como Radar 10. Saiu da empresa em 2015 e atualmente trabalha no Portal Em Tempo, outro veículo online, que migrou do impresso para a Internet. Durante o período em que Chair estava gerenciando o Portal Amazônia, entretenimento possuía várias frentes e foi mudando ao longo dos anos.

Sempre tivemos uma agenda cultural em que os eventos, festas e baladas eram publicadas. Também fazíamos entrevistas e matérias com pessoas do setor cultural. Tivemos uma ferramenta de chat em que pessoas eram recebidas no Portal para bater papo com os internautas. Esse conteúdo era transformado em entrevistas e publicadas logo após a realização do chat. Isso foi muito válido nos anos em que as redes sociais não eram tão ativas, hoje isso não seria mais relevante. (Entrevista Gláucia Chair 30 junho de 2017).

Como regra, toda sexta-feira, o Portal Amazônia produzia um bate papo descontraído, chamado de chat do Portal Amazônia (Imagem 02), as entrevistas eram pré-agendadas e recebiam um convidado especial, mas que tivesse certa influência e que fosse conhecido na sociedade, e pessoas de qualquer lugar do mundo poderiam participar, já que a Internet proporciona essa interatividade, independente do local em que a pessoa esteja, basta ter uma conexão boa. Este serviço tem sido um grande potencial interativo e de entretenimento utilizado no Portal. E sempre que algumas notícias saiam no Jornal Impresso local, Diário do Amazonas. Com um resumo do chat e a foto do entrevistado, como ocorreu com Milena primeira participante do Big Brother Brasil (BBB) amazonense, que teve uma repercussão no Estado do Amazonas no ano de 2009.

Milena no chat do Portal



A ex-BBB Milena Fagundes esteve na redação do Portal Amazônia e teciou com os internautas na tarde de ontem. Muito simpática, a representante do Amazonas no reality show respondeu a curiosidades dos fãs sobre a sua vida pessoal e profissional, além dos momentos de confinamentos na casa.



Imagem 02 Confira o bate-papo e fotos no portalamazonia.com

Fonte: Diário do Amazonas (24/04/2009)

Ex-BBB Milena Fagundes bate papo com internautas no Portal



MANAUS – A representante amazonense no Big Brother Brasil (BBB), Milena Fagundes, teclou com os internautas no Chat do Portal Amazônia, esta tarde (23). No bate-papo, a sister falou de seu relacionamento com Ralf, seus projetos de futuro e como foi a vida enquanto estava confinada na casa. Leia abaixo o bate-papo na íntegra.

Milena - ex-BBB entra no Chat

Milena - ex-BBB: Boa tarde! É um prazer estar aqui, vamos lá! Mandem suas perguntas.

Pqno: Milena, eu tenho uma pergunta, você acha que representou bem a sua "cidade querida" em rede nacional?

Milena - ex-BBB: Pqno: Acredito que representei bem, mostrei a força e a garra da mulher amazonense. Tiririca: Milena, cadê a Eleninha? Fala pra ela que sou afim dela até hoje.

Milena - ex-BBB: Tiririca : Ela veio me trazer, está casadíssima. Sinto muito.

NEG@: Como está a tua vida pós BBB?

Milena - ex-BBB: *NEG@*: minha vida após o BBB está uma correria. Muitos compromissos profissionais, entrevistas, reuniões, mas está sendo tudo maravilhoso.

Bruxa: Mas, Milena disseram que você não é amazonense.

Milena - ex-BBB: Bruxa: Sou amazonense com todo o orgulho. Meus pais é que são mineiros.

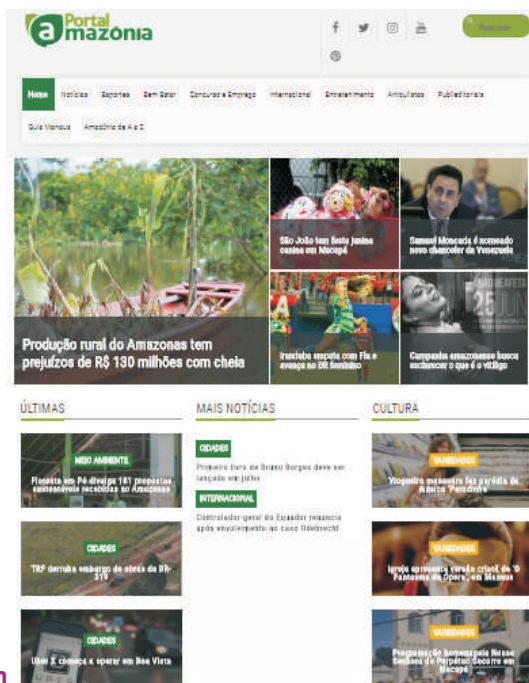
Im Laurinha: Você e o Ralf estão juntos? a

Fonte: Portal Amazônia – 23/04/2009

Todo chat era publicado em forma de matéria, onde no lead, havia sempre o que ocorreu, quando, onde, quem, uma síntese da conversa neste espaço de entretenimento e que tinha duração de 30 minutos (Imagem 03). Com os apelidos ou nomes dos internautas e suas perguntas, seguida sempre das respostas da entrevistada.

SUBEDITORIAS DE ENTRETENIMENTO

O Portal Amazônia é composto por dez editorias (Imagem 03), subdivididas em: Notícias, Esportes, Bem Estar, Concurso e Emprego, Internacional, Entretenimento, Articulistas, Publieditorias, Guias Manaus e Amazônia de A a Z. Tendo como redes sociais: Facebook, Twitter, Youtube, Instagram e Pinterest. Na editoria de Entretenimento é subdividida em: Agenda, Cultura, Famosos, Turismo e Gastronomia e TV.



Fonte: <http://portalamazonia.com> – Acesso em 22 jun.2017.

CULTURA E O JORNALISMO DIGITAL

O jornalismo possui algumas especificidades, como a cultura que está presente nos veículos de massa como jornal impresso, TV, Rádio, Revista e Internet. Pensando nisso, autores como Daniel Piza, Marcelo Coelho, entre outros intelectuais se tornam referência em estudos focados no jornalismo Cultural, apesar das fontes ainda serem escassas Laraia (2004), explica o conceito de cultura:

Culturas são sistemas (de padrões de comportamento socialmente transmitidos) que servem para adaptar as comunidades humanas aos seus embasamentos biológicos. Esse modo de vida das comunidades inclui tecnologias e modos de organização econômica, padrões de estabelecimento, de agrupamento social e organização política, crenças e práticas religiosas, e assim por diante. (LARAIA, 2004, p. 59).

Já o filósofo Alemão da corrente existencialista Martin Heidegger, destaca que o conceito de cultura está ligado à representação dos hábitos.

Segundo uma representação habitual, designamos com a palavra "cultura" o espaço em que se desenrola a atividade espiritual e criadora do homem. À cultura pertence à ciência, sua prática e organização. Na cultura, a ciência se insere entre os bens que o homem preza e a que, por vários motivos, dedica seu interesse. (HEIDEGGER. 2012, p. 38).

Através do marco a revolução digital na contemporaneidade, a Internet que hoje conecta pessoas e conteúdos no mundo inteiro e em tempo real, vem encurtando distâncias capaz de promover transformações sociológicas de grande proporção, tanto que Ortiz (2015) descreve esse feito como uma diversidade: "(...) creio que a "diversidade", isto é, a forma como a pensamos e a discutimos hoje, pode ser considerada um emblema da modernidade-mundo. Com isso quero dizer que antes ela não era percebida dessa forma". (ORTIZ, 2015, p.11).

Até a década de 1960 era difícil utilizar o meio digital a favor do homem, mas com a expansão da tecnologia da informação, houve uma reversão desse processo, onde existem várias possibilidades em se propagar a cultura nos meios digitais, uma delas é a inserção da notícia em um site, portal, ou até mesmo em mídias sociais, capaz de se tornar uma nova compreensão da realidade, que surge a partir do interior e da expansão das redes digitais, aliando a ciência, tecnologia, e artes através de uma notícia diante de um clique na página virtual.

O fantástico da cultura digital é que a tecnologia trouxe à tona mudanças concretas, reais e muito práticas em relação a tudo que está acontecendo no mundo, mas também reflexões conceituais muito amplas

sobre o que é a civilização e o que nós estamos fazendo aqui. (SAVAZONI; COHN, 2009, p.45).

Logo, Lévy (1999) destaca que dentro dessa cultura digital, as tecnologias surgiram, então, como a infraestrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento.

O CIBERESPAÇO E AS NOTÍCIAS NA WEB

Com o surgimento do ciberespaço, cria-se um suporte da inteligência coletiva, onde é uma das principais condições de seu próprio desenvolvimento, fornecendo um ambiente propício de interação.

O ciberespaço como suporte da inteligência coletiva é uma das principais condições de seu próprio desenvolvimento. Toda a história da cibercultura testemunha largamente sobre esse processo de retroação positiva, ou seja, sobre a automanutenção da revolução das redes digitais. Este é um fenômeno complexo e ambivalente. (LÉVY, 1999, p.27).

O ciberespaço encoraja um estilo de relacionamento quase independente dos lugares geográficos e da coincidência dos tempos (comunicação assíncrona). Conforme Lévy (1999) a cibercultura encontra-se ligada ao virtual de forma de duas formas: direta e indireta.

Diretamente, a digitalização da informação pode ser aproximada da virtualização. Os códigos de computador inscritos nos disquetes ou discos rígidos dos computadores — invisíveis, facilmente copiáveis ou transferíveis de um nó a outro da rede — são quase virtuais, visto que são quase independentes de coordenadas espaços temporais. (LÉVY, 1999, p.51).

Essa cultura e diversidade estão presentes no Portal Amazônia, uma página online com notícias diversificadas a partir de suas editorias, que demonstra a difusão da cultura amazônica.

LINGUAGEM UTILIZADA NO PORTAL AMAZÔNIA

O Portal Amazônia passou por várias fases, acompanhando a evolução do Webjornalismo. Segundo uma das primeiras gerentes de conteúdo da página, jornalista Gláucia Chair, a produção de conteúdo, era de simples transposição, sem uma redação dedicada à produção própria, pois se contava apenas com estagiários que reproduziam conteúdos de jornais impressos parceiros. A partir de 2009, houve um cuidado maior com a notícia, com conteúdos próprios, mas ainda de forma insipiente, com textos curtos e sem contextualização, pois o que se pregava na época, inclusive por especialistas, era que texto na internet precisava ser curto.

Hoje sabemos que há técnicas para fazer textos grandes e reduzi-lo por meio do leia mais se quiser, atendendo tanto ao internauta que gosta de ler, quanto àquele que gosta de informações sintéticas. O importante é atender a todos. (Entrevista com Gláucia Chair em 30 de junho de 2017).

No Ponto de vista da jornalista, Sylvia Koeler, na internet, a notícia deve ser resumida. Ninguém quer perder tempo lendo textos longos. A foto e o título devem ser atrativos pra chamar o leitor. E recursos como links ou vídeos podem ser bem aproveitados.

De acordo com Ferrari (2004), outro conceito tradicional no jornalismo que não pode se perder na WEB – ao contrário, deve ganhar força – é o lead. Ao escrever online, é essencial dizer ao leitor de forma rápida o principal item na notícia, para continuar lendo a informação.

Partindo das observações, as notícias na editoria “Entretenimento do Portal Amazônia”, seguem o gênero informativo, onde os repórteres captam a informação ouvindo as fontes até a publicação da matéria, mas existem outros aspectos que se pode dizer que na maioria das notícias são publicadas a partir de releases, sugestões de pautas ou sites parceiros.

Notou-se ainda que os textos são objetivos e concisos e em formas de notas, bem curtos, faltando em algumas vezes mais apuração, pois o compromisso com a verdade e com o leitor/internauta deve ser primado sempre pela clareza para não gerar ruídos na comunicação. Um dos diferenciais do Portal Amazônia é a não existência da editoria de polícia, comum entre os sites e portais amazonenses, estas notícias são distribuídas na editoria Amazonas.

O valor notícia representa um dos critérios que fazem parte da noticiabilidade, mesmo sendo uma informação referente ao entretenimento, se faz necessário delimitar o fato jornalístico, já que o mesmo

esclarece à sociedade o que é e suma importância saber.

O importante é que a notícia faça exclamar algo. E, naturalmente, onde se põe o leitor, poderia muito bem colocar-se o jornalista, pois o primeiro e quiçá mais importante receptor em quem a notícia produz um efeito é o jornalista. (...) Uma notícia que deixa indiferente os jornalistas será publicada com tédio e como por obrigação, se chega dar-se. (GOMIS, 1991, p.55).

Os níveis de gatekeeping não existem na editoria de entretenimento, porque os produtores e jornalistas responsáveis replicam a mesma informação nas subeditorias, deixando de lado o valor-notícia, faltando o cuidado da seleção do fato ao ser publicado, é necessário que haja uma triagem para não postar o mesmo conteúdo de qualquer forma, já que o que deve ser preservada é a qualidade da informação e não a quantidade. A página de publicação da editoria Entretenimento tem um layout agradável e sempre que possível com seis fotos na página principal. Diante da análise feita no mês de junho de 2017, foram constatadas que são publicadas diariamente aproximadamente 5.041 notícias na editoria Entretenimento.

"Esta realidade criou a necessidade de mecanismos de triagem. Ainda assim, a quantidade de informação na web é tal que os consumidores continuam à procura de novos mecanismos de seleção" (CANAVILHAS, 2011, p. 4).

CONSIDERAÇÕES

Portanto, de tudo que foi exposto, o Jornalismo Cultural presente no Portal Amazônia, ainda necessita de melhorias, pois o espaço dedicado para a divulgação do entretenimento demonstra ser apenas uma simples exposição do resumo da novela, ou de uma agenda cultural, onde em muitas situações o mesmo conteúdo acaba sendo replicado nas subeditorias presentes na página online, o que tira a possibilidade de reflexão do internauta.

Através dos depoimentos notou-se que de fato havia e há ainda uma preocupação com a imagem propagada da Amazônia. E a notícia na Internet precisa contar com todas as possibilidades que a mídia oferece. Ter um texto de qualidade, com imagens, vídeo ou áudio e, se possível, com os hiperlinks, que é a principal característica do Webjornalismo.

O hipertexto é uma das características do Webjornalismo, nas notícias da editoria de entretenimento, o que se pode analisar é que há cinco links no fim de cada postagem que direcionam para matérias de cultura, mas não possuem a mesma temática da postagem, são assuntos distintos. Neste sentido, esta pesquisa acrescenta ao arcabouço de pesquisas nacionais sobre o jornalismo cultural presente nos portais, blogs e sites, tendo como objeto de estudo o Portal Amazônia.

REFERÊNCIAS

BOND, Fraser. Introdução ao jornalismo. Rio de Janeiro: Agir, 1959.

BRITO, Breno. Características do webjornalismo. Disponível em:

http://www.brenobrito.com/files/WEBJORNALISMO-AULA_04.pdf. Acesso em: 03.mai.2017.

CASTELLS, Manuel. A Galáxia da Internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. Sociedade em Rede. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. Tradução de Roneide Venancio Majer. 6ª Ed. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

CANAVILHAS, João Messias. Do gatekeeping ao gatewatcher: o papel das redes sociais no ecossistema midiático.

Disponível em: <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/061.pdf>. Acesso em 25 de mai. 2017.

CANAVILHAS, João Messias. Webjornalismo –considerações gerais sobre jornalismo na web. Universidade da Beira Interior – Portugal, BOCC, 2001.

<Disponível em: www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.html> Acesso em 10 mai. 2017.

CORRÊA, Cybthia Harumy Watanabe. Comunidades Virtuais gerando identidades na sociedade em rede. Universiabrasil.net. Disponível em:

- <http://www.universiabrasil.net/materia_imp.jsp?id=4391>. Acesso em 01 jun. 2017.
- COSTELLA, Antonio F. Comunicação – Do Grito ao Satélite. Campos do Jordão-SP: Mantiqueira, 2001.
- FERRARI, Pollyana. Jornalismo Digital. São Paulo: Contexto, 2004.
- GATES, Bill. A Estrada do Futuro. São Paulo: Cia das Letras, 1995.
- GOMIS, Lorenzo. Do importante ao interessante. Ensaio sobre critérios para a noticiabilidade no jornalismo. Pauta Geral. Revista de Jornalismo. Salvador: calandra, Ano 9, n.4, 2002, pp.225-258.
- HAMILTON, Fernando Arteche. Webjornalismo: novo ritmo do fazer jornalístico ou atividade derivada? Disponível em:
http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitsream/1904/18660/1/2002_NP2HAMILTON.pdf
Acesso em 21 abr.2017.
- HEIDEGGER, Martin. Ensaaios e conferências; Tradução de Emmanuel Carneiro Leão, Gilvan Foge], Marcia Sá Cavalcante Schuback. –8. ed. –Petrópolis : Vozes ; Bragança. Paulista: Editora Universitária São Francisco, 2012. (Coleção Pensamento Humano).
- IBGE. Pesquisa de informações básicas municipais – Gestão Pública 2005. Disponível em:
http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=744&id_pagina=1> Acesso em 10 mai. 2017.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- LARAIA, Roque de Barros. Cultura: um conceito antropológico. 17ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.
- LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.
- LÉVY, Pierre. O Que é Virtual? São Paulo: Editora 34, 1996.
- MATOS, K. S. L.; LERCHE, S. V. Pesquisa educacional: o prazer de conhecer. Fortaleza: Demócrito Rocha, 2001.
- MARTINEZ, Adriana Garcia. A construção da notícia em tempo real. In: FERRARI, Pollyana (org.). Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto: 2007.
- MCLUHAN, M. Os meios de comunicação como extensões do homem, São Paulo, Cultrix, 1964.
- OLIVEIRA, Joyce Karoline Pinto; LOPES, Michelle Freitas. Jornalismo de Internet: Análise de webtextos produzidos no site Portal Amazônia em Manaus. Centro Universitário do Norte. Monografia. Manaus: 2010.
- ORTIZ, Renato. Cultura Brasileira e Identidade Nacional. 3ª edição. São Paulo: editora Brasiliense, 1985
- _____. The social sciences and culture. Tempo Social; Rev. Sociol. USP, S. Paulo, May 2002.
- _____. Universalismo e Diversidade: contradições da modernidade-mundo. Edição 1ª – São Paulo: Editora Boitempo. 2015.
- PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. Metodologia do trabalho científico:métodos e técnicas de pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo/RS: Feevale, 2013.
- PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. Porto Alegre, 2006. Disponível em:
<http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/web2.pdf>. Acesso em: 20 de mai. 2012.
- PINHO, J. B. Jornalismo na Internet. São Paulo: Summus, 2003.
- PIZA, Daniel. Jornalismo Cultural. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2004.
- PORTAL AMAZÔNIA. Disponível em: <<http://portalamazonia.com/quem-somos>> Acesso em 18 mai. 2017.
- PRESTES, M. L. M. Pesquisa e a construção do conhecimento científico: do planejamento aos textos, da escola a academia. 2ª ed. Revisada e ampliada. São Paulo: Respel, 2003.
- PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. E-Compós, Brasília, v. 9, p. 1-21, 2007.
- PRIMO, Alex. O aspeto relacional das interações na web 2.0. (2006)
- SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio. Cultura digital.br / –Rio de Janeiro : Beco do Azougue, 2009.
- SEVERINO, Antônio Joaquim. Metodologia do Trabalho Científico. São Paulo: Cortês, 2002.

RESUMO

Com o surgimento da Internet na década de 1990, passa a existir um canal aberto para a promoção da

comunicação, seja comercial, educacional e principalmente pessoal, capaz de favorecer uma cooperação no quesito informação. Como procedimentos metodológicos foi feita pesquisa bibliográfica e análise de conteúdo, de natureza quali-quantitativa, além de entrevistas abertas. Neste sentido, a pesquisa investigou as notícias de cultura do Portal Amazônia, que estão presentes na editoria de Entretenimento, através de uma análise de conteúdo, cujo objetivo é compreender como se produz a informação do webjornalismo cultural no Portal Amazônia, face às formas contemporâneas de interação social em páginas virtuais.

PALAVRAS-CHAVE: *Portal Amazônia; Jornalismo Cultural; Webjornalismo; Comunicação.*

Publish Research Article

International Level Multidisciplinary Research Journal For All Subjects

Dear Sir/Mam,

We invite unpublished Research Paper, Summary of Research Project, Theses, Books and Books Review for publication, you will be pleased to know that our journals are

Associated and Indexed, India

- ★ Directory Of Research Journal Indexing
- ★ International Scientific Journal Consortium Scientific
- ★ OPEN J-GATE

Associated and Indexed, USA

- DOAJ
- EBSCO
- Crossref DOI
- Index Copernicus
- Publication Index
- Academic Journal Database
- Contemporary Research Index
- Academic Paper Database
- Digital Journals Database
- Current Index to Scholarly Journals
- Elite Scientific Journal Archive
- Directory Of Academic Resources
- Scholar Journal Index
- Recent Science Index
- Scientific Resources Database

Review Of Research Journal
258/34 Raviwar Peth Solapur-
413005, Maharashtra
Contact-9595359435

E-Mail-ayisrj@yahoo.in/ayisrj2011@gmail.com