

## **A inserção de audiovisuais em Manaus: análise dos portais D24AM e Em Tempo<sup>1</sup>**

George Severo Oliveira Dantas JUNIOR<sup>2</sup>

Natascha Almeida DANTAS<sup>3</sup>

Joyce Karoline Pinto Oliveira PONTES<sup>4</sup>

Universidade Federal do Amazonas, Manaus, Am

### **RESUMO**

Objetiva-se com este artigo analisar a inserção dos produtos audiovisuais disponíveis nos portais locais de Manaus contextualizando o surgimento da comunicação audiovisual existente nos principais portais de notícia da capital do Amazonas. Para alcançar os objetivos, serão usados autores como Bernardo Kucinski, Carla Schwingel, Pollyana Ferrari, J.B Pinho e Oswaldo Ribeiro Silva. A natureza da pesquisa contará com estudos quali-quantitativos e comparativos a partir de pesquisa bibliográfica e análises do conteúdo divulgado nos portais D24AM e Em Tempo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Audiovisual; Local; Notícias; Portal.

### **1. Introdução**

Esta pesquisa cujo objetivo geral é analisar a inserção dos recursos audiovisuais nos portais de Manaus e tem como objetivos específicos contextualizar o surgimento da comunicação audiovisual dentro dos principais portais de notícia da capital amazonense, estudar o antes e depois dessa inserção observando se essa ferramenta mudou a recepção da mensagem pelo público.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 02 a 08 de setembro de 2018.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas - Ufam, e-mail: [georgedantasjr@gmail.com](mailto:georgedantasjr@gmail.com).

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas - Ufam, e-mail: [natydantas\\_13@hotmail.com](mailto:natydantas_13@hotmail.com)

<sup>4</sup> Orientador do trabalho, professora substituta do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas – Ufam, e-mail: [joycekarolinepontes@gmail.com](mailto:joycekarolinepontes@gmail.com)

Logo, surge como problemática saber se a utilização do audiovisual dentro das plataformas de WEB tem possibilitado um maior alcance e dinamismo na recepção da informação por parte do seu público-alvo? Dentro deste contexto, surgem duas hipóteses: a primeira coloca a necessidade de inclusão do audiovisual dentro das ferramentas virtuais e a segunda indaga como essa atuação tem modificado a transmissão e recepção de informação.

A análise se justifica por estabelecer esses meios de comunicação mais claros e eficientes às webplataformas que seriam os portais, que concentram editorias específicas com artigos, podcasts, imagens, entre outras, capaz de desenvolver uma interação entre produtor e consumidor enquanto que os sites possuem conteúdos jornalísticos e/ou de uma temática específica, organizado de forma simples e acessível usado para apresentar estruturas com seções bem definidas e pode ser pessoal, institucional, comercial, informacional ou experimental e hotspots: ferramenta que mantém o foco em uma temática específica, usado com frequência para promoção e divulgação de eventos.

Como metodologia, busca-se desenvolver a problemática com base no estudo quali-quantitativo e comparativo a partir de pesquisas bibliográficas e análises do conteúdo audiovisual divulgado nos portais locais de Manaus previamente selecionados.

## **2. Fundamentação Teórica**

O surgimento das infindáveis possibilidades oferecidas pela Rede Mundial de Computadores (World Wide WEB), se tornou o principal motivo da transformação no universo do jornalismo e seus ofícios. Hoje, novas formas de garimpo de informações, produção de conteúdo, formas de relacionamento com o público e com o próprio tempo, além de recursos multimídia, uniram-se as técnicas já existente possibilitando uma nova maneira de fazer e propagar a notícia. No contexto da profissão online, mais do que informar e influenciar, a convergência midiática da TV para a Internet exige adaptações específicas, que levem em conta as características e necessidades do Webjornalismo.

A televisão é um dos meios de comunicação que, segundo indicam números de audiência repercutidos em matérias publicadas em outras mídias, sofreu o impacto das potencialidades da WEB e que, em função disso, estaria sendo influenciada por essa mídia de demanda. Mas, assim como a TV sofre modificações em suas formas de apresentação da notícia e construção de telejornais, a internet também incorporou formatos televisivos. Os meios de comunicação vêm produzindo material noticioso em vídeo, baseados em produtos do telejornalismo, especificamente para a plataforma virtual.

Para Silva (2006, p.30), “todo este cenário propicia o aparecimento do telejornalismo online, ou seja, com estruturas de televisão montadas num novo suporte, a WEB”. Neste trabalho, portanto, será analisado o conteúdo audiovisual de portais locais, tendo como foco de estudo o D24AM e o Em Tempo em suas transições do telejornal em formato resumido para as plataformas digitais.

## **2.1 Histórico da Internet**

Para Ferrari (2004), “a internet não tinha a cara amigável que todos conhecem hoje. Era uma interface simples e muito parecida com os menus dos BBS”. A internet começou a surgir em 1969 por meio da Arpa – Advanced Research Projects Agency como uma forma de garantir a comunicação emergencial caso os Estados Unidos da América – EUA fossem atacados por outro país. Neste período, acontecia a Guerra Fria.

Em 1975, a Arpa modifica-se para ArpaNet onde a Agência de Comunicações e Defesa ganhou o controle para facilitar a comunicação com o Departamento de Defesa dos Estados Unidos. Já em 1986, ocorre o desenvolvimento da NSFNet pela National Science Foundation – NSF. A internet, então, é usada para conectar pesquisadores de todo o país por meio de grandes centros de informática e computadores.

O World Wide Web – WWW é proposto por Tim Lee, seu criador, no ano de 1989. Três anos após, vários pesquisadores e experts já se mostravam ansiosos para explorar as possibilidades desse navegador. Um dos principais foi o College, grupo criado pelo Software Development Group do National Center for

Supercomputer Applications – NCSA. Em 1993, haviam cerca de 1,7 milhões de computadores conectados. Com o desenvolvimento tecnológico da internet, em 1997 esse número se expandiu para 20 milhões

No Brasil, a rede pioneira da Internet surge apenas no ano de 1991 com a Rede Nacional de Pesquisa – RNP, uma operação acadêmica subordinada ao Ministério da Ciência e Tecnologia – MCT. Em 1994, é implantado o serviço de Internet em caráter experimental pela Embratel e, no ano seguinte, o Ministério das Telecomunicações e o das Ciências e Tecnologia liberam o uso da internet para exploração comercial.

O período de 1995 até 1999 foi marcado pela chamada “Guerra dos navegadores”. O Netscape Navigator é criado em 15 de dezembro de 1994 por Marc Andreessen a partir do navegador Mosaic. Contudo, esse software perde mercado a partir do advento do Internet Explorer.

Buscando se manter em alta no mercado, o Netscape da origem ao Projeto Mozilla em 1998 levando a criação do Firefox. Em 1999, a América Online – Aol adquire o Netscape e em 2007 lança a versão 9 desse software. Em 28 de dezembro deste mesmo ano, decide encerrar suas atualizações. Em 2003, é lançado o Safari. Navegador padrão desenvolvido pela Apple, empresa fundada por Steve Jobs.

## **2.2 Histórico dos portais no Brasil**

Segundo Ferrari (2004), os sites do gênero portal assumiram o comportamento de mídia de massa por reunirem milhões de pessoas conectadas ao mesmo tempo. De acordo com Pinho (2003), o conceito de portal relacionado com internet foi criado no início de 1998 para apontar sites de busca ou pesquisa que passaram a oferecer serviços de e-mail gratuito, bate-papo em tempo real e funções noticiosas. O autor ainda afirma que, nos dias de hoje, os portais são vistos como todo e qualquer site que funcione como entrada dos usuários na World Wide Web.

### **2.2.1 Rede Diário de Comunicação**

A Rede Diário de Comunicação foi fundada em 15 de março de 1985 por Cassiano Anunciação com o objetivo de consolidar e expandir as atividades comerciais da família em Manaus possuindo um foco mais comunitário, se identificando com a parte mais popular da cidade. O primeiro produto do grupo foi o jornal Diário do Amazonas, sendo seguido pelo tabloide Dez Minutos.

A Rede Diário começa a investir em mídias eletrônicas em 2010. Em junho deste mesmo ano, é lançado o portal de notícias intitulado D24AM, que buscava consolidar um jornalismo dinâmico, variado, participativo e com informações em tempo real. Sendo assim, também foram divulgados os trabalhos impressos como o Diário do Amazonas e o Dez Minutos.

Para que o portal funcione de forma eficiente, foi montada uma equipe de repórteres, editores, produtores e web designers que trabalham exclusivamente para este meio. São aproximadamente 100 mil pessoas que o acessam diariamente. Possui a missão de informar, em tempo real, os acontecimentos locais, nacionais e internacionais que são apurados pela Rede. Além dos meios impresso e digital, também estão presentes na televisão por meio da Record News, a única TV de notícias em sinal aberto.

### **2.2.2 Em Tempo**

O jornal impresso Amazonas Em Tempo foi inaugurado no dia 6 de outubro de 1987 em Manaus com o objetivo de trazer um jornalismo imparcial e comprometido com a verdade que mostrasse todos os lados da notícia. Em 2007, a TV Em Tempo é inaugurada transmitindo novamente a programação do SBT. Previamente conhecida como TV Manaus, a emissora foi comprada por Otávio Raman Neves, proprietário do Grupo Raman Neves de Comunicação.

Além da parceria com a rádio Nativa, de frequência 95,1, neste mesmo ano, o grupo se insere no jornalismo digital ao criar o portal de notícias Em Tempo onde são transmitidas notícias locais, nacionais e mundiais em tempo real no horário de 5h da madrugada até meia-noite. Em 2017, o Portal passa por uma série de mudanças em sua estrutura.

Abraçando a convergência de todas as mídias produzidas dentro do Grupo Raman Neves de Comunicação, o Portal passou a integrar o momento vivido pelos portais de notícia do Brasil e do mundo, com conteúdos cada vez mais aprofundados, multimídia e que satisfaçam a nova forma da sociedade moderna de se comunicar. Com isso, conteúdos do jornalismo impresso e digital passam a existir de forma 100% integrada. (SILVA, 2017, p. 21)

Segundo a autora, agora o Portal conta com uma diagramação diferenciada, onde cada editoria possui uma cor específica, e uma equipe de jornalistas que trabalham especificamente com o conteúdo de WEB, além da realização de transmissões ao vivo e uso das redes sociais em uma linguagem mais informal.

### **2.3 O jornalismo digital**

Segundo Padilha (2012), “as mudanças advindas das novas tecnologias de comunicação e informação têm modificado expressivamente as práticas sociais e de trabalho”. Dessa forma, o jornalismo é a vertente da comunicação que é diretamente afetado por essas modificações ao ter práticas profissionais reconfiguradas.

O contexto tecnológico atual nos mostra de WEB está se tornando cada vez mais multimídia ao poder trabalhar com áudio (podcast), hiperlinks, texto, vídeo e imagem (fotos e infográficos) em uma só matéria. Para Ferrari (2004), um recurso precisa complementar o outro de forma que o produto seja interativo despertando o interesse do público. Dessa forma, Pinho afirma que a diferença entre o jornalismo digital e o tradicional é a forma de tratamento dos dados e as relações que são articuladas com os usuários devendo considerar e explorar cada uma das características que o diferenciam dos demais veículos.

O jornalismo digital é todo produto discursivo que constrói a realidade por meio da singularidade dos eventos, tendo como suporte de circulação as redes telemáticas ou qualquer outro tipo de tecnologia por onde se transmita sinais numéricos e que comporte a interação com os usuários ao longo do processo produtivo (PINHO apud GONÇALVES, 2003, p.58).

Ferrari (2004) ainda apresenta o conceito de ciberjornalismo, algo que começa a ganhar espaço no meio acadêmico, onde “criar e manter blogs, mediar chats, escrever em um fórum” e todas as outras atividades que envolvem a criação

de textos para os produtos do meio. Para ela, um ciberjornalista é conhecido por registrar o seu cotidiano dentro de uma redação WEB.

Para Schwingel (2012), o ciberjornalismo conta com 8 princípios básicos: 1) multimídia; 2) interatividade; 3) hipertextualidade; 4) customização dos conteúdos; 5) memória; 6) atualização contínua; 7) flexibilização dos limites de tempo e espaço na produção; e 8) produção com ferramentas automatizadas. Segundo ela,

O ciberjornalismo é a modalidade jornalística no ciberespaço fundamentada pela utilização de sistemas automatizados de produção de conteúdos que possibilitam a composição de conteúdos que possibilitam a composição de narrativas hipertextuais, multimídias e interativas. Seu processo de produção contempla a atualização contínua, o armazenamento e recuperação de conteúdos e a liberdade narrativa com a flexibilização dos limites de tempo e espaço, e com a possibilidade de incorporar o usuário nas etapas de produção. (SCHWINGEL, 2012, p. 37)

Kucinski (2005) apresenta três características fundamentais para o que ele chama de “jornalismo on-line”. A primeira é o público formado por especuladores e instituições financeiras sendo uma extensão dos serviços de informação econômica. A segunda é a presença de uma velocidade nesse tipo de jornalismo em relação a informação, ou seja, a notícia é instantânea. Contudo, atributos como precisão, contextualização e interpretação acabam sendo sacrificados.

A terceira característica apresentada faz referência ao jornalismo tradicional das agências de notícia. Para o autor, o conteúdo noticioso dessas agências eram e ainda são usados como produto final com leves adaptações, enquanto a versão on-line é usada como pauta para a cobertura realizada pelos jornalistas desses veículos.

### **3. Análise dos portais locais de Manaus**

O portal D24am possui uma seção intitulada D24amPlay composta apenas de material audiovisual localizada no canto esquerdo da página, em posição de destaque. Nos vídeos coletados, puderam ser identificados cinco tipos de programas noticiosos: Direto da notícia, Hora D, Serviços de desaparecido, Dez na TV e

D24am. Uma característica comum a todos é a ausência de texto, são compostos apenas por título e vídeo.

Aqui foi possível perceber a segunda característica de Kucinski (2005) sobre jornalismo online: uma gama de informações muito rápidas onde a precisão, contextualização e interpretação acabam sendo prejudicados.

Imagem 1 – Página inicial do portal D24AM



Fonte: Portal D24AM (2018)

O conteúdo audiovisual do portal Em Tempo, denominado “TV Em Tempo”, não possui tanto destaque e é diretamente ligado ao canal da emissora no YouTube. Neste, podem ser encontradas quatro tipos de material audiovisual. O primeiro é o Boletim Em Tempo que é postado na manhã de cada dia trazendo variados tipos de notícias e com duração de 10 a 20 minutos. O segundo é o Agora, o programa da comunidade que inicia as 11h com cerca de 30min de duração. O terceiro é o Jornal Em Tempo que acontece durante a noite e é dividido em vários blocos com tempos variados. O último são vídeos que trazem notícias rápidas, duram cerca de 2 minutos. Grande parte do material televisivo é transmitido para o meio on-line.

Imagem 2 - Página inicial do portal Em Tempo





Fonte: Portal Em Tempo (2018)

Além disso, é perceptível que ambos representam o conceito dado por Schwingel (2012) no qual a produção de conteúdos possibilitou a composição de narrativas, nesse caso, multimídias e interativas, que contemplam a atualização contínua, armazenamento e recuperação de conteúdos.

### 3. Considerações finais

As análises e comparações realizadas para a construção deste artigo confirmam que o jornalismo está se tornando cada vez mais multimídia. Algumas matérias utilizam texto, foto, áudio e vídeo para serem construídas e outras usufruem de apenas uma ferramenta. É notório que as redações estão cada vez mais dando prioridade aos portais de notícias ao criarem novas equipes para o desenvolvimento de conteúdo específico para o meio online. Outro ponto é que toda produção textual também é adaptada para o audiovisual.

Esse conteúdo multimídia presente nas redes da WEB possibilita um maior alcance e dinamismo na recepção das informações pelo seu público-alvo permitindo o acesso ao conteúdo noticioso em qualquer lugar, basta que a pessoa tenha uma conexão com a internet. Outro aspecto é a liberdade de escolha perante as mídias que são oferecidas. O usuário pode optar pela aquela que lhe é mais interessante.

Não é preciso necessariamente ver um texto, pode-se assistir um vídeo ou somente escutá-lo.

Pode-se afirmar, também, que essa migração e diversidade de mídias é uma forma dos canais de comunicação se adaptarem ao cenário atual. Muitas pessoas afirmam que não possuem tempo de ler um jornal ou assistir à televisão em razão da frequente correria ocasionada pelos inúmeros compromissos que precisam ser cumpridos no dia-a-dia. A maioria toma conhecimento das notícias a partir do rádio e dos portais on-line. Agora, não é preciso necessariamente ler um texto, pode-se assistir um vídeo ou somente escutá-lo. Determinados meios de comunicação não vão acabar, e sim se adaptar as necessidades do seu público.

## REFERÊNCIAS

SCHWINGEL, Carla. **Ciberjornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2012.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual**: Ensaio sobre o colapso da razão ética. São Paulo : Editora Fundação Perseu Abramo : Editora UNESP, 2005.

História – Diário do Amazonas. Disponível em <<http://diariodoamazonas.com.br/sobre/>>. Acesso em 10 de abril de 2018.

PADILHA, Sônia Costa. **O webjornalismo mediado pela cultura local**: Estudo comparativo: Brasil e Portugal. Livros LabCom, 2012.

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

Portal Uol. Disponível em <<http://sobreuol.noticias.uol.com.br/historia.jhtm>>. Acesso em 01 de julho de 2017.

Portal Em Tempo. Disponível em <<http://www.emtempo.com.br/>>. Acesso em 15 de abril de 2018.

Portal D24am. Disponível em <<http://d24am.com/>>. Acesso em 15 de abril de 2018.

Rede Diário de Comunicação. Disponível em



<[https://pt.wikipedia.org/wiki/Rede\\_Di%C3%A1rio\\_de\\_Comunica%C3%A7%C3%A3o](https://pt.wikipedia.org/wiki/Rede_Di%C3%A1rio_de_Comunica%C3%A7%C3%A3o)>. Acesso em 01 de julho de 2017.

SILVA, Ana Luiza dos Santos. **Convergência midiática: uma análise comportamental do jornal Amazonas Em Tempo na era digital**. 2017. 40f. Trabalho de graduação (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) – Faculdade de Informação e Comunicação, Ufam, Manaus, 2017.

SILVA, Oswaldo Ribeiro da. **A comunicação da informação jornalística no telejornalismo online: TV News**. 2006. 101 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) -Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

TV Em Tempo. Disponível em <[https://pt.wikipedia.org/wiki/TV\\_Em\\_Tempo](https://pt.wikipedia.org/wiki/TV_Em_Tempo)>. Acesso em 02 de julho de 2017.