

# O WEBJORNALISMO NA AMAZÔNIA: notas sobre a história dos sites jornalísticos do Amapá

## THE WEBJOURNALISM IN THE AMAZON: notes on the history of Amapá's news sites

Abinoan SANTIAGO<sup>1</sup>

Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil

Larissa Cantuária LUCENA<sup>2</sup>

Universidade Estadual Paulista | Brasil

Angela Maria GROSSI<sup>3</sup>

Universidade Estadual Paulista | Brasil

### Resumo

Este artigo tem como objetivo a sistematização inédita das primeiras iniciativas de webjornalismo do Amapá que ainda permanecem no mercado da Amazônia brasileira. Utiliza-se história oral como metodologia para coleta de dados a partir de entrevistas semiestruturadas com profissionais responsáveis que presenciaram o lançamento dessas iniciativas. O mapeamento compreende o período a partir de 2012, ano em que chegou a terceira geração de internet móvel no Amapá, até 2020. O estudo abrange quatro sites noticiosos e mostra que cada veículo apresenta suas próprias peculiaridades, apesar da semelhança de terem surgido no mesmo contexto de avanço tecnológico de oferta de internet no estado.

### Palavras-chave

Webjornalismo; História do webjornalismo; Mapeamento histórico; Amapá; Amazônia.

### Abstract

This article aims at the unprecedented systematization of the first web journalism initiatives in Amapá that still remain in the Brazilian Amazon market. Oral history is used as a methodology for data collection from semi-structured interviews with responsible professionals who witnessed the launch of these initiatives. The mapping covers the period from 2012, the year in which the third generation of mobile internet in Amapá arrived, until 2020. The study covers four news sites and shows that each vehicle has its own peculiarities, despite the similarity of having emerged in the same context of technological advances in the internet offer in the state.

### Keywords

Webjournalism; History of webjournalism; Historical mapping; Amapá; Amazon.

RECEBIDO EM 10 DE SETEMBRO. DE 2021  
ACEITO EM 05 DE MAIO DE 2022

<sup>1</sup> Doutorando em Sociologia Política na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Contato: abinoansantiago@gmail.com.

<sup>2</sup> Doutoranda em Mídia e Tecnologia pela Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp - Campus de Bauru), com bolsa Capes. Contato: larissa.cantuaria@unesp.br.

<sup>3</sup> Docente do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia, em nível de Doutorado (Unesp). Contato: angela.grossi@unesp.br.

## Introdução

**N**ão é temerário dizer que o jornalismo na internet e suas ramificações podem ser considerados uns dos temas mais pesquisados do campo desde o início do século XXI. A partir do fim dos anos 1990 e início dos anos 2000, o jornalismo passa por mudanças pela apropriação do desenvolvimento tecnológico de comunicação. A mobilidade dada pelos smartphones, o uso de aplicativos de troca de mensagens instantâneas, as mídias sociais como influente editorial sobre o que vira notícia e a migração da produção dos impressos para a internet são exemplos das transformações provocadas pelas tecnologias digitais (PRIMO, 2011; BARBOSA, 2013; ROCHA; CAVALCANTI, 2017).

Com intenção de abranger redações fora dos grandes centros populacionais brasileiros, este breve estudo mapeia as primeiras iniciativas do webjornalismo que ainda permanecem no mercado local do Amapá, estado da Amazônia brasileira.

A pesquisa é um estudo empírico de caráter regional sobre o Correio de Santana<sup>4</sup>, Diário do Amapá<sup>5</sup>, G1 Amapá<sup>6</sup> e SelesNafes.com<sup>7</sup> em relação aos aspectos históricos. Eles fazem parte de um fenômeno macro de mudanças estruturais provocadas pelo avanço tecnológico em âmbito local, pois o estado passou a ter internet banda larga apenas a partir de 2012. Isso provocou o surgimento tardio dos sites em comparação às transformações contemporâneas da atividade, que já eram vividas nos grandes centros do mercado jornalístico brasileiro.

<sup>4</sup> <https://correiodesantana.com.br/>

<sup>5</sup> <https://www.diariodoamapa.com.br/>

<sup>6</sup> <https://g1.globo.com/ap/>

<sup>7</sup> <https://selesnafes.com/>

Sendo assim, surge a seguinte indagação: como se deu o processo de configuração da gênese das redações de webjornalismo no Amapá? O estudo se mostra relevante a partir de um vazío científico de artigos em periódicos e pesquisas de pós-graduação que versam sobre a história do webjornalismo da região, afirmação evidenciada e detalhada por Santos (2019) e Lucena (2020): não existe uma compilação histórica do jornalismo praticado na web em âmbito local, sendo necessário o esforço de preenchimento desta lacuna.

O filtro pelos quatro veículos é fundamentado por serem redações exclusivamente de webjornalismo pós-2012 e as únicas que conseguiram sobreviver no mercado. Este artigo engloba o recorte temporal de 2013 a 2020, resultante de dissertações defendidas pelos seus referidos autores (SANTOS, 2019; LUCENA, 2020)<sup>8</sup>.

Dos quatro sites, o mais antigo é o G1 Amapá, criado em junho de 2013. No mesmo ano, em dezembro, surgiu o SelesNafes.com. Em seguida, o Diário do Amapá e Correio de Santana migraram as redações dos jornais impressos para o webjornalismo, respectivamente em 2014 e 2015. Antes deles, outros sites surgiram, porém permaneceram pouco tempo em atividade ou tornaram-se blogs pessoais dos jornalistas que editavam a página<sup>9</sup>, o que os exclui do mapeamento.

Metodologicamente, a catalogação das primeiras iniciativas do webjornalismo utiliza a história oral com entrevistas<sup>10</sup> inéditas e/ou já publicadas. Para este artigo, apoiamos-nos em quatro entrevistas semiestruturadas realizadas presencialmente, sendo três com os fundadores e proprietários dos veículos de comunicação (Correio de Santana, Diário do Amapá e SelesNafes.com), e uma com a então coordenadora (G1 Amapá). A

---

<sup>8</sup> Em razão da limitação das regras editoriais, sugerimos as leituras das dissertações de Santos (2019) e Lucena (2020) para o aprofundamento sobre a gênese e o contexto do jornalismo do Amapá.

<sup>9</sup> A jornalista Alcinéa Cavalcante é considerada a primeira amapaense a publicar notícias na internet, com o blog Liberdade de Expressão, em 1996.

<sup>10</sup> Os entrevistados assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido nas dissertações de Santos (2019) e Lucena (2020).

Abinoan **SANTIAGO** · Larissa **LUCENA** · Angela **GROSSI**

escolha dos entrevistados ocorreu por serem personagens que vivenciaram a gênese dos sites analisados. As perguntas abrangeram as razões para o surgimento das empresas, lógicas de produção de notícia, sustentabilidade financeira, recursos técnicos e visuais, e linha editorial.

Estruturamos este artigo primeiramente sobre as características do webjornalismo, seguido do histórico sobre a chegada da banda larga ao Amapá, o qual afetou no mercado jornalístico local. O texto finaliza com o mapeamento dos sites analisados.

## **As gerações do jornalismo na web**

Partimos da compreensão de que diferentes nomenclaturas são designadas para conceituar as características do jornalismo na web: ciberjornalismo (SALAVERRÍA, 2009), jornalismo digital (MACHADO *et al.*, 2007) e jornalismo online (PALACIOS, 2003). Utilizaremos a tipologia webjornalismo, segundo as categorias organizadas por Canavilhas (2014), com hipertextualidade, multimídia, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade.

Nesta linha, Mielniczuk (2003) aponta as gerações do jornalismo na web, tendo como base três divisões. A primeira, ainda reconhecida como jornalismo online, trata-se da transposição das principais matérias para a internet. A segunda surge a partir do aperfeiçoamento e desenvolvimento da estrutura técnica da internet no Brasil, “quando, mesmo atrelado ao modelo do jornal impresso, começam a ocorrer experiências no produto jornalístico na tentativa de explorar as características oferecidas pela rede” (MIELNICZUK, 2003, p. 34), tais como interatividade e hipertexto. Na terceira, já caracterizada como webjornalismo, é possível observar tentativas de explorar e aplicar as potencialidades oferecidas pela web para fins jornalísticos, apresentando, entre outras possibilidades, recursos em multimídia.

Barbosa (2013) complementa com a quarta evolução do webjornalismo, marcada pelo desenvolvimento do Modelo Jornalismo Digital em Base de Dados, que, ao contrário das demais gerações, não ocorre de modo uniforme para todos os produtos jornalísticos. Na quinta geração, destaca-se a interseção dos dispositivos móveis, especialmente smartphones e tablets.

Na tabela a seguir, resumimos as fases do jornalismo praticado no meio online salientadas por Mielniczuk (2003), Machado *et al.* (2007) e Barbosa (2013). Embora as gerações sejam complementares, o que determina a passagem está relacionada ao modelo predominante nas demais posições secundárias. Seguindo essa escala evolutiva, o webjornalismo de quinta geração se instalou no Amapá somente em 2013.

**Tabela 1 – Fases do Webjornalismo**

<b>Escala evolutiva</b>	<b>Características</b>
Primeira geração (1995-1997)	Transposição dos conteúdos dos meios tradicionais
Segunda geração (1997-1999)	Aproveitamento dos jornais impressos, mas tendo a exploração das potencialidades oferecidas pela internet
Terceira geração (1999-2002)	Lançamento de produtos específicos para web
Quarta geração (2002 em diante)	Desenvolvimento do Modelo Jornalismo Digital em Base de Dados
Quinta geração	Interseção dos dispositivos móveis (smartphones e tablets)

**Fonte:** elaborado pelos autores, com base em Mielniczuk (2003), Machado *et al.* (2007) e Barbosa (2013).

Em função das distintas formas de experiências compartilhadas proporcionadas pela internet (PRIMO, 2011), a última geração do webjornalismo possibilita maior participação do leitor tanto na construção

Abinoan **SANTIAGO** · Larissa **LUCENA** · Angela **GROSSI**

quanto na disseminação de conteúdos noticiosos. Ao contrário das limitações associadas pelas características dos veículos tradicionais (jornais impressos, emissoras de televisão e estações de rádio), o desenvolvimento da rede se adapta às novas realidades (ROCHA; CAVALCANTI, 2017) agregando as múltiplas áreas que contemplam a atividade jornalística – como linguagens, relacionamento com a audiência, ubiquidade e temporalidade da informação (SALAVERRÍA, 2009).

É fato as mudanças ocorridas no relacionamento entre jornalistas e fontes de informação, motivadas pela expansão no uso dos dispositivos móveis e na mobilidade dos consumidores de notícias (ROCHA, 2015). As redes sociais e os aplicativos de mensagens, por exemplo, facilitam o envio de mídia do público diretamente para a redação. Por outro lado, Barbosa (2013) e Rocha (2015) também analisam as mudanças na construção do texto, que se adapta para a leitura em tablets e smartphones.

O cenário contemporâneo do jornalismo praticado para a internet, portanto, apresenta uma “atuação conjunta, integrada, entre os meios, conformando processos e produtos, marcado pela horizontalidade nos fluxos de produção, edição, e distribuição dos conteúdos” (BARBOSA, 2013, p. 33). A presença de diversos formatos nas publicações – tais como textos, fotos, áudios, vídeos, infográficos, *slideshows*, *newsgames* e linhas de tempo – mostra que as atuais rotinas de produção compõem um grupo jornalístico multimídia que não indica concorrência entre o webjornalismo e os meios tradicionais.

## **A chegada da internet no Amapá**

A escolha pelo jornalismo na internet no Amapá se deu pela emergência de quatro sites alinhados ao contexto do avanço tecnológico de comunicação no estado. Esse desenvolvimento telemático aconteceu de forma tardia em

relação ao restante do país. A consequência disso é que o webjornalismo teve um crescimento somente a partir de 2012.

Apesar de elencar como corpus quatro sites de notícias, ressaltamos que blogs e páginas de mídias sociais com fins jornalísticos também surgiram a partir desse ano. Além disso, mesmo este artigo tendo como foco o webjornalismo, é válido citar que a tecnologia de internet influenciou outros tipos de meios de comunicação, como no rádio (com transmissão da programação ao vivo pela web) e TV (com entradas ao vivo em telejornais por meio de um equipamento chamado de “mochilink”, que substituiu os “carros-links”).

Essas novidades também aconteceram somente com a chegada da internet banda larga no Amapá. Por isso que, para entender as configurações da gênese do webjornalismo amapaense, necessariamente devem ser levados em consideração os recentes aspectos tecnológicos do estado.

Em 2012, foi lançada, inicialmente apenas para Macapá, a terceira geração de internet móvel, conhecida por 3G (SILVA, 2016). Mesmo sendo uma capital de estado, somente oito anos depois de a tecnologia chegar ao Brasil, em 2004 (ESTADÃO, 2008), que a cidade teve acesso a esse serviço. Em razão do monopólio ser exercido por apenas uma empresa, o feito não alcançou popularidade devido aos altos preços (SILVA, 2016).

Dois anos depois, em 2014, o Amapá passou a ter à disposição a quarta geração de internet móvel – 4G (SANTIAGO, 2014), possibilitando a velocidade de troca de dados até dez vezes superior ao 3G (SILVA, 2016). Nesse caso, o serviço foi implantado por meio da parceria das empresas TIM e Vivo, que detinham 21% e 61% do mercado amapaense, respectivamente, o que tornou a tecnologia popular.

Além de abranger as maiores parcelas de usuários, a internet teve preço agregado menor ao praticado pelo 3G por causa do baixo custo investido pelas operadoras de telefonia, pois ambas aproveitaram de uma rede de fibra ótica

Abinoan **SANTIAGO** · Larissa **LUCENA** · Angela **GROSSI**

pública do governo federal. Isso colocou o estado no circuito nacional de banda larga móvel, interligando Tucuruí, no Pará, à cidade de Macapá, pelo Linhão de Tucuruí.

No mesmo ano, a banda larga por fibra ótica, internet usada em computadores em rede e wi-fi, chegou ao estado após intervenções de capitais privados em consonância com incentivos fiscais do governo estadual e a construção bilionária pela União de um linhão energético (SILVA, 2016). O Amapá, que antes acompanhava temporalmente os primeiros avanços tecnológicos na era da sociedade em rede, estagnou por um longo período, ao ponto de deixar Macapá como a única capital brasileira que não possuía o serviço até a década de 2010 (COISSI; MAIA, 2014).

Antes, a oferta era via rádio, com internet comprada de operadores de Belém (PA) por provedores amapaenses. O sinal da tecnologia era transmitido da cidade de Barcarena, no estado paraense, para Macapá por meio de antenas com 40 quilômetros de distância uma das outras. A cada repetição de sinal, a velocidade da internet diminuía, fazendo o serviço chegar ao Amapá com uma qualidade bem inferior, sendo ainda pior em dias com oscilações climáticas (SILVA, 2016).

Com mais oferta de internet, o celular passou a ser o segundo equipamento mais usado para acessar informações entre a população amapaense, ficando atrás somente da televisão, de acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (IBGE, 2017). No ano seguinte, última divulgação da pesquisa, o Amapá apareceu como o estado da Amazônia com mais domicílios com acesso à internet (IBGE, 2018). Segundo a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL, 2021), outros indicadores são o aumento da contratação de pacotes de banda larga fixa, que cresceu de 15.617 para 103.423, entre 2014 (ano da oferta da banda larga por fibra ótica) e 2020, representando uma elevação de 562%; e o estado com mais domicílios



com acesso à internet na Amazônia, com densidade de 42,2 para cada grupo de 100 mil residências.

## **A gênese dos sites jornalísticos no Amapá**

Menos de um ano após a chegada do 3G, houve o lançamento dos primeiros webjornais. O Portal Cotidiano – criado por Abinoan Santiago, Dyepeson Martins e John Pacheco – foi o pioneiro, permanecendo no ar de fevereiro a dezembro de 2013, com atualizações instantâneas factuais, além do ineditismo de uma webrádio e webtv. Em junho daquele ano, a afiliada do G1 se instalou no Amapá, seguido pelo surgimento do SelesNafes.com em dezembro.

É interessante notar que em 2014, com a transmissão da banda larga e do serviço 4G, houve a consolidação dos sites SelesNafes.com e G1 Amapá. Também foi a oportunidade do Diário do Amapá disponibilizar mais conteúdos para a versão online. No ano seguinte, a inserção do Correio de Santana reforça que o jornalismo na internet apresenta crescimento com um público em potencial. Uma evidência de como isso se refletiu no mercado local é a de que os sites estão como o tipo de mídia que mais emprega jornalistas no estado, com 21,8% (SILVA, 2017).

## **G1 Amapá: o fortalecimento do Grupo Globo no estado**

O G1 no Amapá surgiu como meta de expansão do Grupo Globo, que planejava ter o site em todas as afiliadas para atingir maior onipresença do público local e regional. Assim, em 7 junho de 2013, Macapá se tornou a penúltima capital a receber uma redação do G1, antecedendo Palmas (TO).

Cabe destacar que o G1 Amapá representa um marco na história do jornalismo. Até então, as notícias no meio online eram divulgadas por blogueiros e veículos que ainda faziam parte do webjornalismo de segunda geração, isto é, a transposição do conteúdo impresso para a plataforma digital

Abinoan **SANTIAGO** · Larissa **LUCENA** · Angela **GROSSI**

atrelada às características da web, como interatividade e hipertexto (MIELNICZUK, 2003; MACHADO *et al.*, 2007). A introdução do site contribuiu com a evolução para a quinta geração, já que os jornalistas intensificaram o uso dos dispositivos móveis tanto no contato com as fontes quanto no envio de material para redação durante a cobertura do acontecimento.

A então coordenadora do G1 Amapá, Lorena Kubota (2018)<sup>11</sup>, lembra que iniciou a transição para o webjornalismo sem experiência sobre as rotinas de produção dos sites. Ela relata que, mesmo diante da crise dos veículos tradicionais, ainda não havia “despertado” para o mercado online devido ao entusiasmo em exercer a função como editora-chefe no jornalismo impresso. Apesar disso, aceitou o convite concedido pelo gerente de jornalismo da Rede Amazônica (afiliada à Rede Globo no estado), Arilson Freires, para uma entrevista de emprego.

Durante o encontro, Kubota revela que não possuía conhecimento de como seria o funcionamento do G1 no estado e a formação da equipe jornalística. Isso a fez acreditar que voltaria a atuar como repórter. No dia seguinte, recebeu a proposta de emprego para a coordenação do site, com salário menor ao de editora no veículo impresso. A decisão em aceitar ocorreu por motivos pessoais: “Ainda que eu gostasse, tinha família para alimentar e estava vendo que daqui a pouco iria ficar sozinha fazendo o jornal” (KUBOTA, 2018).

Kubota se tornou a primeira funcionária contratada pelo G1 Amapá e participou da seleção dos demais profissionais que integrariam a equipe, comentando que exigia o “entusiasmo” como requisito para definir a contratação. Por não estar habituada ao webjornalismo, ela e Arilson Freires conheceram o funcionamento das redações do GloboEsporte.com, no Rio de Janeiro, e do G1 Nacional, em São Paulo. “A gente aprendeu junto como era

---

<sup>11</sup> Entrevista concedida em 7 de julho de 2018.

o processo de produção, como a matéria aparecia no ar e qual era a mágica por trás de tudo” (KUBOTA, 2018).

A equipe inicial contou com treze jornalistas, incluindo Kubota. Para o lançamento do site, cada um ficou responsável por escrever uma matéria. Mesmo sem a certeza da publicação do material, a apuração e escrita foram em home office. Na semana de surgimento do site, jornalistas do G1 Nacional viajaram ao estado para editar o conteúdo, orientando a necessidade de adaptar os textos às características do webjornalismo, já que todos os contratados tinham saído do impresso ou assessoria de imprensa. Eles também receberam treinamento do sistema de publicação.

Kubota (2018) pondera que o estágio inicial do G1 Amapá trouxe desafios por causa da linha editorial do site abranger leitores de outros estados e textos mais objetivos, diferentemente do impresso. Os jornalistas, acostumados com a linguagem para o público local, aprenderam que a disseminação provocada pela internet pode atingir escalas globais (ROCHA; CAVALCANTI, 2017). A coordenadora exemplifica as mudanças realizadas pela edição da equipe paulista na matéria “Orquestra leva música erudita para comunidade de palafitas em Macapá<sup>12</sup>”, que apresentava falta de objetividade no texto. “A apuração não estava errada, mas a forma de construir o texto. [Eu e as duas editoras] não éramos muito objetivas. [No impresso], a gente tinha liberdade de fazer uma ‘poesia’ antes de chegar aos ‘finalmentes”” (KUBOTA, 2018).

É interessante notar que o jornalismo impresso no Amapá adota uma dinâmica distinta daquela discutida nos manuais de redação jornalística, em que referencia a pirâmide invertida como técnica fundamental (CANAVILHAS, 2006). A estrutura dos textos do G1, por sua vez, parece seguir essa lógica linear: inicia pelos dados mais relevantes, procurando responder às perguntas

---

<sup>12</sup> <http://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/2013/06/orquestra-leva-musica-erudita-para-comunidade-de-palafitas-em-macap.html>. Acesso em: 21 ago. 2021.

Abinoan **SANTIAGO** · Larissa **LUCENA** · Angela **GROSSI**

do lead (o quê, quem, onde, como, quando e por quê), seguido de informações complementares organizadas em blocos decrescentes de interesse.

Outro ponto que vale a pena apontar diz respeito ao estímulo dado pelo G1 Amapá para a imprensa amapaense. Comparado às demais mídias, Kubota (2018) acrescenta que o site modificou o ritmo de produção e publicação de notícias ao público: “A gente já saiu ganhando [da TV] porque tinha a liberdade e oportunidade de fazer todo tipo de cobertura e deixar isso disponível para o público imediatamente. Só se manteve um páreo duro para o rádio”.

Apesar de a velocidade ser algo intrínseco ao jornalismo, pois significa contar primeiro o fato ocorrido ao público, a chamada “imediatez” – termo empregado por Bradshaw (2014) – possibilita aos usuários testemunharem a cena no momento do acontecimento. Por outro lado, a instantaneidade do webjornalismo estimula empresas tradicionais de comunicação a trazerem novos contextos para a notícia divulgada anteriormente, como o pioneirismo na exposição de uma fotografia, entrevista, reação ou análise de especialista (BRADSHAW, 2014).

É fato que o jornalismo na internet altera as dinâmicas do tempo, com a possibilidade de atualização contínua que determina o aumento na quantidade de acessos (ROCHA; CAVALCANTI, 2017). Segundo Kubota (2018), o G1 Amapá se consolidou ao trazer novas práticas de apuração do conteúdo, já que os demais veículos geralmente trabalhavam em torno das mesmas pautas agendadas por releases de assessorias de imprensa, sobretudo de políticos ou órgãos públicos, algo comum desde o surgimento da imprensa no Amapá no século XIX (SANTOS, 2019). Contudo, os novos hábitos jornalísticos locais causaram implicações: “Muitos profissionais, principalmente os mais novos, imaginavam que era muito glamour. Não tinham essa ideia de que precisava escrever, escrever muito e escrever bem” (KUBOTA, 2018).

Com o tempo, o ambiente online se tornou familiar para os jornalistas. Por isso, o planejamento diário do site passou a considerar o movimento da

home page de acordo com o número de profissionais em cada turno e a inclusão de variados temas, tendo a opção em atualizar com uma ou duas notícias pela manhã. Mesmo diante das concorrências que vieram posteriormente, a coordenadora defende que o alto número de cliques não modificou o fazer jornalístico do G1 Amapá.

## **SelesNafes.com: do blog pessoal ao site de notícias**

Em 2013, após a sugestão de um amigo, Seles Nafes passou a estruturar a ideia de criar um blog político com notas diárias. Na época, o jornalista e empresário apresentava a primeira edição do Jornal do Amapá, principal telejornal da Rede Amazônica. Ele, então, percebeu que poderia intensificar o relacionamento com os telespectadores desenvolvendo seu próprio site (NAFES, 2018)<sup>13</sup>.

Tendo como principal inspiração o blogueiro Antônio Corrêa Neto<sup>14</sup>, o SelesNafes.com surgiu em dezembro daquele ano. Além da participação do empresário na edição, a equipe inicial possuía um repórter e uma web designer; logo após, passou a contar com uma repórter. Quando verificou que o projeto necessitava de mais investimentos, Nafes fez empréstimo na Agência de Fomento do Amapá para montar o escritório e pagar os colaboradores. A contratação dos profissionais se deu como Pessoa Jurídica, sem carteira assinada.

Ainda no mês de lançamento, o blog se transformou em um site de notícias, virando o principal concorrente do G1 Amapá, que fazia parte do mesmo conglomerado que empregava o jornalista como âncora. Nafes (2018) justifica a mudança ao fato de que o WhatsApp o aproximou de fontes com a troca instantânea de mídias e documentos. A inserção do aplicativo no processo produtivo das notícias ocorre em meio a reconfiguração das

---

<sup>13</sup> Entrevista concedida em 19 de julho de 2018.

<sup>14</sup> O Blog do Corrêa permaneceu no ar até abril de 2013, finalizando as atividades devido ao falecimento do jornalista.

Abinoan **SANTIAGO** · Larissa **LUCENA** · Angela **GROSSI**

organizações para manterem ou conquistarem novos mercados (FILHO; TEIXEIRA; DOURADO, 2020), mostrando o fortalecimento da quinta geração do webjornalismo com a colaboração dos dispositivos móveis. Portanto, incentiva-se a realização de entrevistas e a coleta de informações pela ferramenta móvel, assim como a participação do público na construção de conteúdo com sugestões de pautas. A referida análise vai ao encontro com a observação de Pavlik (2014, p. 160) sobre o uso de elementos ubíquos: “Todos podem não apenas acessar notícias e entretenimento, mas participar e fornecer sua própria contribuição com conteúdos para compartilhamento e distribuição global”.

O WhatsApp também se tornou um instrumento central na comunicação entre os profissionais do site, pois houve a mudança no formato da redação jornalística física para atuação em um grupo denominado SELESNAFES.COM (LUCENA, 2020). A distribuição de tarefas e o compartilhamento de mídias operam de maneira virtual para reduzir custos e dar mais celeridade na produção e edição de publicações. A iniciativa é um exemplo de quando Bradshaw (2014) afirma que, em razão da instantaneidade pelos dispositivos móveis, a cobertura das notícias deixa de se apoiar nas limitações do espaço físico que sustentava a organização das redações.

Diante do crescimento de acessos, o site conseguiu anunciar no segundo mês no ar. No entanto, o SelesNafes.com representava concorrência direta do G1 Amapá. Embora a chefia local do Grupo Globo não tenha expressado a Nafes o descontentamento com o site, o empresário revela que sentiu insatisfação por parte dos representantes da empresa, mesmo sendo comum outros jornalistas exercerem mais de uma atividade na área.

Em relação à administração das pautas, segundo Nafes (2018), as notícias factuais serviam para os dois, tanto para o site que é dono quanto para o telejornal que apresentava: “Se acontecer um desastre, todo mundo vai cobrir. Record, Bandeirantes, SBT, Globo, e os jornais. Então esse era um

tipo de assunto que eu não me preocupava”. Mas, quando os repórteres do site coletavam informações sobre alguma história inédita, a pauta não era compartilhada com a TV.

O impasse finalizou em março de 2016, quando o jornalista saiu do conglomerado (NAFES, 2018). É válido mencionar que a experiência no telejornalismo contribuiu com a implementação da editoria SNTV no site. A integração desse elemento com outros recursos comunicativos mostra as diferentes combinações de narrativas multimídias na plataforma digital (SALAVERRÍA, 2014).

## **Diário do Amapá: da segunda a quinta geração do webjornalismo**

O jornal Diário do Amapá surgiu em 1993, mas introduziu o formato do webjornalismo de segunda geração em 1999, consistindo na transferência da versão impressa para o online (MIELNICZUK, 2003; MACHADO *et al.*, 2007). Em 2014, segundo o proprietário e jornalista Luiz de Melo (2018)<sup>15</sup>, a empresa alterou gradativamente a ordem de relevância em função da velocidade da informação: o material do site passou a ser priorizado para, posteriormente, ocorrer a diagramação dos mesmos textos no jornal do dia seguinte.

Bradshaw (2014) recorda que, desde a aplicação do telégrafo, profissionais de mídia têm adotado novas tecnologias como vantajoso suporte para distribuição de notícias. A competição em termos de velocidade, portanto, sempre existiu no jornalismo e se modifica em razão das constantes transformações no formato do consumo do público. Mas a instantaneidade em rede acentua a pressão que cada organização jornalística busca em “ser a primeira” sobre determinado tema ou acontecimento, ocasionando em simplificar o processo editorial e o número de estágios que envolvem a apuração até a publicação e disseminação (BRADSHAW, 2014).

---

<sup>15</sup> Entrevista concedida em 13 de julho de 2018.

Abinoan **SANTIAGO** · Larissa **LUCENA** · Angela **GROSSI**

Para complexificar a atuação de editores e repórteres, Primo (2011) e Bradshaw (2014) afirmam que a instantaneidade de consumo não está necessariamente ligada ao webjornalismo. Essa característica pressupõe que “um interagente na cibercultura consome toda e qualquer informação que tiver contato, segundo suas estratégias particulares de interação na rede” (PRIMO, 2011, p. 141). Por isso que as mudanças nas fases do webjornalismo acontecem para suportar certas rupturas nas mudanças culturais de leitura e usuários (NUNES, 2016). Essa ponderação vai de encontro com a afirmação de Melo (2018) em relação ao produto digital. Para ele, o maior lucro da empresa permanece com o jornal impresso, mas houve necessidade de adaptação do veículo ao meio online para acompanhar a demanda do público: “Fizemos todo o levantamento e temos um faturamento que cobre o custo do jornal e nos dá reserva para manter a ‘coisa’ funcionando” (MELO, 2018).

O empresário revela que enfrentou resistência por parte da própria equipe jornalística. Ele menciona que um editor continuava dando preferência ao impresso, embora lhe fosse ordenado que o conteúdo deveria ir imediatamente para o ar. É até natural certo ceticismo por parte de alguns profissionais em aderir às tecnologias digitais: “A estrutura anterior, razoavelmente estável, de fluxos controlados e lineares de informação, foi substituída por uma estrutura mais caótica” (PRIMO, 2011, p. 132).

As mudanças realizadas no Diário do Amapá conduzem a discussão para os três aportes multimídias apresentados por Salaverría (2014). No primeiro, denominado multiplataforma, designa-se a articulação conjunta de distintos meios de comunicação da mesma empresa (como, neste caso, jornal impresso, rádio e site). A segunda modalidade apresenta o perfil do jornalista polivalente que desempenha diferentes funções. Por causa da realidade financeira do Diário do Amapá, fez-se necessário manter os mesmos profissionais, apesar do aumento das demandas destinadas ao formato digital. Por fim, a combinação de linguagens em apenas uma mensagem é



característica das publicações do webjornal, com o diferencial para os serviços da TV Diário e do podcast a partir das principais matérias que foram ao ar.

## **Correio de Santana: o primeiro webjornal do interior do Amapá**

O jornal Correio de Santana, sediado no segundo município mais populoso do estado, circulou semanalmente até meados de 2014. O proprietário e jornalista Gilberto Pimentel (2018)<sup>16</sup> pontua que, no início de 2015, decidiu retomar o formato impresso em paralelo com a versão digital. Ele e outros três jornalistas alimentaram os conteúdos do webjornal, deixando-os online somente no dia do lançamento, em agosto daquele ano.

A construção do site iniciou para disponibilizar o arquivo digitalizado do veículo impresso – a principal característica da segunda geração do webjornalismo. Assim, o espaço ilimitado da internet como suporte midiático traz uma série de continuidades que se relacionam com os meios anteriores, ampliando o acesso ao passado arquivado que os usuários buscam para se situar e contextualizar a realidade que lhes é apresentada (PALACIOS, 2014). As edições físicas do Correio de Santana complementariam de forma analítica os relatos factuais expostos na versão online. No entanto, houve a suspensão permanente do jornal impresso por crise financeira da empresa.

Mesmo não conseguindo incluir elementos multiplataformas no Correio de Santana, Pimentel (2018) se esforçou para não encerrar as atividades do webjornal. Em agosto de 2017, ele decidiu que seria necessário colocar à venda um de seus três patrimônios: carro, lote de terreno em Porto Grande (AP) ou site. “O que doeria menos seria vender o terreno, depois o carro e por último o site. Não queria me desfazer do site, embora tenha colocado à venda. Que bom que vendi o automóvel” (PIMENTEL, 2018).

---

<sup>16</sup> Entrevista concedida em 4 de agosto de 2018.

Abinoan **SANTIAGO** · Larissa **LUCENA** · Angela **GROSSI**

A consolidação do site ocorreu no fim de 2017 e início de 2018. O jornalista cita que, embora o público santanense consuma as notícias locais, o acesso à internet ainda é um hábito que está fortemente presente apenas na rotina dos moradores de Macapá, pois as métricas de audiência mostram a baixa quantidade de leitores de Santana.

Conforme Barbosa (2013, p. 34), “as atuais rotinas de produção pressupõem o emprego de softwares, de bases de dados, algoritmos, linguagens de programação e de publicação, sistemas de gerenciamento de informações, técnicas de visualização, metadados semânticos, etc”. Por isso, os relatórios de *Google Analytics* contribuíram para Pimentel redirecionar os planejamentos do site com o foco no público em que se pretendia atingir, ocorrendo a contratação de dois jornalistas *freelancers* para conseguir atualizá-lo com frequência.

O acordo com os referidos profissionais proporcionou certa agilidade ao veículo, já que Pimentel escrevia as matérias aos fins de semana e, segundo vimos nas ponderações de Bradshaw (2014), o uso da instantaneidade é um dos importantes aspectos na publicação e distribuição do conteúdo webjornalístico. Por outro lado, ainda há obstáculos no faturamento da empresa. O empresário verificou que a mídia online é mais barata do que a impressa, pensando na possibilidade futura de dedicar o seu tempo somente nas parcerias e produções do site.

## **Considerações finais**

Com a intenção de voltar à pesquisa do campo jornalístico às redações fora do eixo mainstream do jornalismo brasileiro, o presente artigo traçou a gênese do webjornalismo no Amapá, tendo como principal propulsor o avanço tecnológico da internet. Até 2012, o estado não tinha a tecnologia de banda larga, sendo o único do Brasil em tal condição.

A partir da coleta de dados de duas pesquisas de dissertação pioneiras sobre o jornalismo do Amapá, defendidas no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, trazemos a catalogação de quatro de sites que surgiram no cenário local depois da oferta de internet banda larga: G1 Amapá, SelesNafes.com, Diário do Amapá e Correio de Santana.

Mas este breve estudo foi além. Também mostrou como ocorreu a criação desses sites, algo até então não realizado no âmbito acadêmico, o que mostra a relevância por proporcionar o embasamento de pesquisas futuras do webjornalismo do Amapá. É possível apontar destaques sobre características verificadas em cada site.

No G1 Amapá, que surgiu em 2013, notamos a mudança na cultura da construção de textos e apuração. Como todos os jornalistas eram oriundos de redações de jornais impressos ou de assessorias de imprensa, tiveram que perder hábitos e aprender outros de acordo com o que o webjornalismo exige. Além disso, o site foi o único que preparou os seus profissionais a partir de um treinamento específico.

O SelesNafes.com virou o principal concorrente do G1 Amapá mesmo com um número inicial bem menor de profissionais: apenas dois jornalistas em detrimento aos treze do site do Grupo Globo. Uma característica marcante no webjornal é a inexistência de uma redação física. A equipe que compõe o site decide pautas, troca informações e mantém o contato através de um grupo de WhatsApp.

O Diário do Amapá lançou o seu site em 2014 com as características de webjornalismo, mas aproveitando a marca do jornal impresso, que existia desde 1993. Apesar de ter um site desde 1999, não praticava o que entendemos por webjornalismo, pois apenas copiava o conteúdo do impresso, sem uma produção específica. Isso mudou por influência do G1 Amapá e SelesNafes.com.

Abinoan **SANTIAGO** · Larissa **LUCENA** · Angela **GROSSI**

Já o Correio de Santana se destaca pelo próprio fato de ser o primeiro webjornal de fora da capital do Amapá. No entanto, o proprietário do veículo interpreta a baixa quantidade de acessos do município de Santana como um dos motivos para que o site tenha dificuldade de se manter financeiramente.

As breves notas deste trabalho mostram que todos os sites apresentam suas próprias peculiaridades sobre como apareceram e se mantêm no mercado jornalístico amapaense. As informações contidas aqui não tinham a pretensão de responder todas as perguntas que rodeiam o webjornalismo do Amapá, porém identificam marcos históricos relevantes para futuras pesquisas sobre o tema no campo acadêmico do Jornalismo.

## Referências

- AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES - ANATEL. **Banda larga fixa**, 2021. Disponível em: <https://www.anatel.gov.br/paineis/acessos/banda-larga-fixa>. Acesso em: 15 set. 2021.
- BARBOSA, S. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo das redes digitais. *In*: CANAVILHAS, J. (Org). **Notícias e Mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: LabCom, 2013.
- BRADSHAW, P. Instantaneidade: efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. *In*: CANAVILHAS, J. (Org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom, 2014.
- CANAVILHAS, J. **Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. Acesso em 23 mar. 2021.
- CANAVILHAS, J. (Org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom, 2014.
- COISSI, J.; MAIA, D. Amapá é o último Estado a se conectar à banda larga fixa. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 18 mar. 2014. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2014/03/1426979-amapa-e-o-ultimo-estado-a-se-conectar-a-banda-larga-fixa.shtml>. Acesso em: 15 set. 2021.
- CRONOLOGIA do 3G. **Estadão**, São Paulo, 22 set. 2008. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/noticias/geral,cronologia-do-3g,1143>. Acesso em: 15 set. 2021.
- FILHO, J.; TEIXEIRA, J.; DOURADO, J. O uso do WhatsApp nas redações dos portais 180 Graus e Meio Norte como instrumento para a acumulação de capitais. **Comunicologia**, Brasília, v. 13, n.1, jan./jun. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal - 2013 a 2015**, 2017. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/pnad/suplementos/acesso-a-internet-e-a-televisao-e-posse-de-telefone-movel-celular-para-uso-pessoal>. Acesso em: 15 set. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal**, 2018. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/17270-pnad-continua.html?edicao=27138&t=resultados>. Acesso em: 15 set. 2021.

LUCENA, L. **O uso das métricas de audiência no webjornalismo do Amapá**: um estudo sobre a redação virtual do site SelesNafes.com. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2020.

MACHADO, E. *et al.* Plataforma Panopticon: um jornal laboratório, multiusuário e descentralizado. *In*: MACHADO, E.; PALACIOS, M. (Orgs.). **O ensino do jornalismo em redes de alta velocidade**: metodologias & softwares. Salvador: Edufba, 2007.

MIELNICZUK, L. **Jornalismo na web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporânea) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

NUNES, A. Jornalismo digital de quinta geração: as publicações para tablets em diálogo com o desenvolvimento da web. **Alceu**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 33, jul./dez 2016.

PALACIOS, M. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online: o lugar da memória. *In*: MACHADO, E.; PALACIOS, M. (Orgs.). **Modelos do jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003.

PALACIOS, M. Memória: jornalismo, memória e história na era digital. *In*: CANAVILHAS, J. (Org). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: LabCom, 2014.

PAVLIK, J. Ubiquidade: o 7.º princípio do jornalismo na era digital. *In*: CANAVILHAS, J. (Org). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: LabCom, 2014.

PRIMO, A. Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard. **Intexto**, Porto Alegre, v. 2, n. 25, dez. 2011.

ROCHA, L. Mobilidade, convergência e hiperlocalismo no webjornalismo brasileiro. **Interin**, Curitiba, v. 20, n. 2, jul./dez. 2015.

ROCHA, H.; CAVALCANTI, I. Webjornalismo: dos portais às redes sociais. **Revista Observatório**, Palmas, v. 3, n. 1, p. 374-395, jan./mar. 2017.

Abinoan **SANTIAGO** · Larissa **LUCENA** · Angela **GROSSI**

SALAVERRÍA, R. Los medios de comunicación ante la convergencia digital. *In*: CONGRESO INTERNACIONAL DE CIBERPERIODISMO Y WEB 2.0, 1., 2009, Bilbao. **Actas** [...] Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2009. CD-ROM.

SALAVERRÍA, R. Multimedialidade: informar para cinco sentidos. *In*: CANAVILHAS, J. (Org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom, 2014.

SANTIAGO, A. Duas operadoras passam a oferecer internet 4G em Macapá. **G1 Amapá**, Macapá, 11 fev. 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/2014/02/duas-operadoras-passam-oferecer-internet-4g-em-macapa.html>. Acesso em: 15 set. 2021.

SANTOS, A. **A formação da imprensa da Amazônia: o primeiro século do jornalismo do Amapá (1890-1990)**. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2019.

SILVA, A. Mercado de trabalho do jornalista: áreas de atuação, faixa salarial, carga horária semanal e nível de escolaridade dos profissionais no estado do Amapá. **Revista Temática**, João Pessoa, v.7, n. 9, set. 2017.

SILVA, M. **Território tecnológico: a informatização do espaço amapaense no contexto das redes tecnológicas**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) – Universidade Federal do Amapá, Macapá, 2016.

