

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**Novas tecnologias:  
A tradução do jornal impresso para a web**

**JUIZ DE FORA  
JULHO DE 2010**

**MICHELE SANTOS LEITE**

**Novas tecnologias:  
A tradução do jornal impresso para a web**

Monografia de Conclusão de Curso  
Apresentado como requisito para obtenção de  
grau de Bacharel em Comunicação Social na  
Faculdade de Comunicação Social da UFJF.

Orientador: Jorge Carlos Felz Ferreira

**JUIZ DE FORA  
JULHO DE 2010**

## AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço a Deus por iluminar a minha jornada de estudos e por colocar pessoas tão importantes na minha vida.

À Faculdade de Comunicação Social da UFJF, pela realização deste curso. Ao Prof. MS. Jorge Carlos Felz Ferreira, pela orientação dedicada desde a elaboração do Projeto Experimental até a execução desta monografia. À banca examinadora, composta pela Prof<sup>a</sup>. Dr. Iluska Coutinho e pela Prof<sup>a</sup>. MS. Simone Martins, pelo trabalho desenvolvido.

Ao meu pai, pela confiança e pela ajuda na realização da minha formatura. A minha mãe por me incentivar e me motivar sempre, principalmente, neste trabalho. A minha irmã por me mostrar que é preciso persistir para alcançar o que se quer. À vó Isa, pela gratidão durante todos esses anos. Aos tios Bertoninho, Regina, Luiz Carlos e Fátima, e às primas Letícia e Lívia, pela força e pelo apoio. A todos os meus familiares que torceram por mim nessa caminhada. Ao Bruno, pela paciência e pelo carinho dedicado.

Aos amigos da Facom e de Juiz de Fora, pelas alegrias e pela ajuda nos momentos difíceis desta jornada. Um agradecimento especial às amigas Carla, Fernanda, Gláucia, Lílian, Marina, Poliana e também às gêmeas Camila e Marina e ao Gustavo, pelo apoio e pela companhia sempre. Aos colegas da Acesso Comunicação Jr., do Sintufejuf e da TV Panorama, pelos ensinamentos proporcionados durante o estágio.

Às instituições presentes nesta monografia, jornal Tribuna de Minas e O Vale, pelas informações concedidas, que foram de suma importância para a realização deste trabalho.

A mim, pela iniciativa e por aprender a vencer os obstáculos que a vida nos coloca. E, por fim, a todos que me ajudaram, diretamente ou indiretamente, na realização de um sonho. Muito Obrigada!

## **RESUMO**

Este trabalho analisa a inserção do jornal impresso para o online a partir de dois veículos de comunicação regionais – Tribuna de Minas (Juiz de Fora) e O Valeparaibano, agora O Vale (São José dos Campos), ambos de publicação diária na região e que atingem um grande contingente de pessoas. A análise está baseada em entrevista com os responsáveis de cada jornal e também através do recolhimento de dados no papel e na web. Cada veículo coloca o seu material impresso para a internet de acordo com as ferramentas disponíveis no ambiente de trabalho. O jornal juizforano adota o modelo de inserção simples, enquanto o joseense prefere explorar a multimídia. O meio digital é a nova tendência da atualidade e isso não significa a sua ruptura com o meio impresso, existente há milhares de anos. O jornalismo, independente da forma que é apresentado, deve cumprir com sua função de informar e orientar a opinião pública.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo impresso. Webjornalismo. Inserção

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

1 Exemplo de aplicação da técnica da pirâmide invertida no lead da matéria "PJF licita restaurante do Morro do Cristo", publicada no jornal Tribuna de Minas em 02 de março de 2010.	17
2 Resumo das definições de nomenclaturas sobre práticas de produção e disseminação de informação no jornalismo contemporâneo.	25
3 Esferas que ilustram a delimitação das terminologias.	26
4 Capa Tribuna de Minas, 18/05/2010.	35
5 Visualização do jornal Tribuna de Minas na web.	36
6 Leitor pode comentar a matéria.	37
7 Imagens dos jornais Valeparaibano e O Vale e da revista Valeparaibano, respectivamente.	39
8 Tabela com os preços da assinatura e do jornal avulso das marcas Valeparaibano e O Vale.	40
9 Visualização da última edição do jornal Valeparaibano na web no dia 03/04/2010.	43
10 Visualização do jornal O Vale na web.	44
11 Visualização da página da TV O Vale na web.	45
12 No primeiro quadrante, a versão impressa. No segundo e no terceiro, a versão online, mostrando as diferenças de capa.	46
13 Manchete publicada no jornal Tribuna de Minas em 02 de março de 2010.	47
14 Exemplo da apresentação das matérias na editoria Economia, publicada na versão online do dia 03 de março de 2010. Nota-se que em algumas notícias o lead já é anunciado para despertar o interesse do leitor pela matéria.	48
15 Matéria publicada em 03 de março de 2010 na editoria Economia.	48
16 Matéria publicada em 03 de março de 2010 na editoria Economia.	48
17 Matéria publicada em 04 de março de 2010 na editoria Esportes.	48
18 Esta matéria apresenta somente o texto na versão online. Já na impressa, continha a imagem do carro com os estragos do acidente (02/03/2010).	49

19 Publicidade presente na versão online do jornal Tribuna de Minas. Nota-se a presença da rede social ligada indiretamente ao jornal.	50
20 Nos quadrantes acima verificam-se a seção de atualidade com as últimas notícias, inserção nas redes sociais e interatividade com o leitor e, por fim, participação do público através de espaços opinativos, respectivamente.	51
21 No site O Vale é possível acessar aos vídeos aos blogs.	53
22 Conteúdo para celular. Edição do jornal O Vale de 10 de junho de 2010.	54
23 O leitor pode acessar ao jornal em formato PDF, através do “Digital Flip”.	54
24 O Vale está presente em redes sociais e de relacionamento: Rede Social, Orkut, Twitter e Facebook, respectivamente.	55
25 Página principal da edição do dia 1º de junho de 2010, com os destaques, o vídeo, a enquete e as últimas notícias.	56
26 Exemplos de títulos de notícias para matérias impressa e online.	56

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	10
<b>2 JORNALISMO IMPRESSO</b>	13
2.1 CARACTERÍSTICAS E CATEGORIAS DO JORNALISMO	15
2.2 DA INFORMAÇÃO À NOTÍCIA	16
<b>3 NOVAS TECNOLOGIAS: O JORNALISMO DE WEB</b>	19
3.1 BREVE HISTÓRICO DA INTERNET	19
3.2 CARACTERÍSTICAS DA WEB	20
3.2.1 <b>Multimedialidade / Convergência</b>	21
3.2.2 <b>Interatividade</b>	21
3.2.3 <b>Hipertextualidade</b>	21
3.2.4 <b>Customização do conteúdo / Personalização</b>	22
3.2.5 <b>Memória</b>	22
3.3 INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA NA INTERNET	22
3.3.1 <b>Nomenclatura</b>	23
3.3.2 <b>Fases do desenvolvimento do webjornalismo</b>	24
<b>4 ESTUDO EMPÍRICO</b>	26
4.1 PERFIL DAS CIDADES	29
4.1.1 <b>Juiz de Fora</b>	29
4.1.2 <b>São José dos Campos</b>	30

4.2 TRIBUNA DE MINAS	31
4.2.1 O jornal impresso	33
4.2.2 O jornal na web	35
4.3 VALEPARAIBANO	37
4.3.1 Valeparaibano agora é O Vale	38
4.3.2 Valeparaibano impresso	40
4.3.3 O Vale impresso	41
4.3.4 Valeparaibano na web	43
4.3.5 O Vale na web	44
<b>5 ANÁLISES</b>	46
5.1 TRIBUNA DE MINAS: IMPRESSO X ONLINE	46
5.2 VALEPARAIBANO: IMPRESSO X ONLINE	50
5.2.1 As modificações trazidas pelo O Vale	52
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	58
<b>7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	61
<b>APÊNDICES</b>	64
APÊNDICE 1 – ENTREVISTA TRIBUNA DE MINAS	65
APÊNDICE 2 – ENTREVISTA O VALE	68



## 1 INTRODUÇÃO

A presente monografia, intitulada de “Novas tecnologias: a tradução do jornal impresso para a web”, procura mostrar como os periódicos regionais são inseridos na internet. Além disso, busca compreender as características tanto do jornalismo impresso quanto do webjornalismo. Desta forma, pretende-se ir além da descrição teórica dessas duas atividades; o propósito foi entender como os jornais lidam com a chegada das novas tecnologias e, a partir de um estudo de caso, perceber como cada um dos veículos analisados adaptou esses recursos a sua realidade.

Para tanto, foi necessário compreender o jornalismo, uma atividade da área de Comunicação que lida diretamente com os fatos e a veiculação dos mesmos, para difundir conhecimentos e orientar a opinião pública. Na prática, trata-se de apurar, redigir, editar e publicar as informações sobre o factual e os acontecimentos que geram repercussão dentro da sociedade.

A atividade jornalística pode se manifestar em quatro modalidades: via oral, pelo rádio; via audiovisual, pela televisão; via escrita, pelas mídias impressas como jornais e revistas; e via multimídia, pela internet. Na redação de um texto jornalístico é importante antever o público a que se dirige, o meio de comunicação a ser utilizado e a forma e o conteúdo da mensagem, pois cada mídia possui características diferenciadas a serem respeitadas. Ao atender as suas características básicas de publicação - atualidade, variedade, interpretação, periodicidade, popularidade e promoção, o jornalismo deve cumprir com a sua função social, de informar os fatos com veracidade e qualidade, de modo que atinja o interesse do público.

Pode-se notar que a velocidade de mudança nos meios de comunicação tem sido muito rápida e o surgimento de novas tecnologias tem influenciado bastante a vida das

peessoas. Hoje em dia é comum nos comunicarmos com uma pessoa do outro lado do mundo em apenas alguns segundos, pois as informações estão mais acessíveis e transitam de um lado a outro de modo praticamente instantâneo. É a internet que tem possibilitado essa nova forma de fazer jornalismo.

Diante dessas mudanças, nota-se que o jornal foi aos poucos perdendo o lugar de fonte exclusiva de difusão da informação. As novas tecnologias contribuem de forma intensa na modernização do processo industrial e na dinamização das redações, além de facilitar a interação e a comunicação entre diferentes instituições jornalísticas e os departamentos do próprio jornal.

O presente trabalho é dividido em seis capítulos que abordam desde o surgimento do jornalismo impresso até a inserção desta atividade no ambiente web, com a análise de dois jornais que serviram como objeto de estudo para a pesquisa.

O primeiro capítulo aborda os primórdios da atividade jornalística no mundo, relatando sua história e suas características, além de definir o conceito de notícia e procurar entender quando uma informação é apenas o relato de um fato e quando tem peculiaridades que a julgam importante para ser de mais conhecimento do público.

O segundo capítulo intitulado de “Novas tecnologias: o jornalismo de web” tem o intuito de mostrar a evolução da internet como rede social e também como fonte de informação para jornalistas e para a sociedade. Dessa forma, apresenta-se a história da internet, as características do ambiente web e o modo como o jornalismo se inseriu nessa rede.

Já no terceiro, destinado ao estudo empírico, são apresentadas as cidades em que estão inseridos os jornais para análise. Ambas são de grande importância para a região em que estão localizadas, além de se assemelharem quanto aos aspectos sociais, econômicos e culturais. Além disso, faz a exposição dos jornais Tribuna de Minas (Juiz de Fora), Valeparaibano e O Vale (São José dos Campos). É importante lembrar que o estudo do jornal

joseense teve que ser ampliado, uma vez que o produto teve sua diretoria alterada durante a realização do trabalho. Neste capítulo, o leitor pode conhecer as histórias dos objetos de estudo, suas características e como é feita a transposição do jornal impresso para o online.

E, por último, há um capítulo dedicado às análises desses dois jornais, com imagens e tabelas que ajudam a retratar as diferenças da Tribuna de Minas e do O Vale, já que o estudo priorizou a análise desse novo veículo por não haver material significativo do Valeparaibano.

Esta monografia é o projeto de conclusão do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e está baseada na realização de pesquisa bibliográfica e na observação empírica de produtos jornalísticos desenvolvidos para a web. Vale ressaltar que a linguagem utilizada está dentro da nova ortografia da língua portuguesa e o termo webjornalismo, empregado neste trabalho, refere-se ao ambiente web em que a atividade jornalística é difundida.

## 2 JORNALISMO IMPRESSO

A história do jornalismo se confunde com a história da imprensa, quando Gutenberg em 1440 desenvolve uma tecnologia de prensa móvel e, com isso, a redação dos textos é aperfeiçoada. No Brasil, a imprensa inicia-se com a própria história do desenvolvimento do capitalismo, quando em 1808 a Família Real Portuguesa chega neste país e cria, em 13 de maio do mesmo ano, a Imprensa Régia.

A história da imprensa brasileira divide-se em um longo período artesanal e um curto período industrial. Para Sodré (1999, p.06), “a nossa imprensa, no que tinha de específico, não mudou com a passagem do Império à Regência, ou do Império à República. Mudou muito, entretanto, quanto ao conteúdo, quanto ao papel desempenhado”. Dessa forma, o autor (Op. Cit.) ressalta, de modo sintetizado, alguns aspectos importantes dessa história:

as grandes campanhas políticas nela desenvolvidas, como a da Abolição, a da República, a do Civilismo e tantas outras; a evolução do anúncio, refletindo o desenvolvimento do artesanato, do comércio, da indústria, de atividades outras; as influências estrangeiras, desde as do comércio aqui estabelecido a partir da abertura dos portos até a das grandes corporações monopolistas hoje presentes entre nós; os diferentes estágios que a arte gráfica apresentou, através do tempo, com estudo mais acurado do almanaque, da circular, do panfleto avulso, do pasquim<sup>1</sup>, do folheto, do opúsculo<sup>2</sup>; o papel dos órgãos de instituições culturais ou especializadas; as alterações na distribuição, desde a venda nas livrarias, as assinaturas, até à venda na via pública; as mudanças no preço de vendas avulsas e sua ligação com os custos de produção e o valor da moeda; as alterações no que toca ao papel, seu fornecimento, seu preço, sua qualidade, suas ligações com as máquinas; o desenvolvimento das técnicas de impressão, a litografia<sup>3</sup>, a xilogravura<sup>4</sup>, até as modernas; a evolução do maquinário, desde as prensas de madeira às modernas rotativas elétricas, passando pelo complexo aparelhamento de uma oficina moderna de jornal de grande tiragem, com a sua complexa divisão do trabalho que a faz, hoje, tão semelhante a uma grande fábrica; a evolução da tiragem de jornais e revistas; o estudo do público, na diversidade de suas camadas sociais; o papel dos folhetins românticos e das sessões permanentes; a função do noticiário do exterior, da fase dos paquetes<sup>5</sup> à do rádio; a das gravuras, desde a litografia até à radiofoto; as mudanças na paginação, acompanhando o destaque primitivo do editorial político, às vezes matéria única do jornal, até a preponderância da parte informativa sobre a opinativa, e a estreita

<sup>1</sup> Foi um jornal que se utilizava de muito humor e que circulou durante a Ditadura Militar, considerado um

<sup>2</sup> Livro pequeno sobre artes, ciências etc. – definição do dicionário online Priberam. Disponível em: <[http://www.priberam.pt/dlpo/default.aspx?pal=opúsculo](http://www.priberam.pt/dlpo/default.aspx?pal=op%C3%BAsculo)>. Acesso em: 13 mai. 2010.

<sup>3</sup> Arte de desenhar e escrever em pedra, para obter reproduções em papel – definição do dicionário online Priberam. Disponível em: <<http://www.priberam.pt/dlpo/default.aspx?pal=litografia>>. Acesso em: 13 mai. 2010.

<sup>4</sup> Gravura aberta na madeira – definição do dicionário online Priberam. Disponível em: <<http://www.priberam.pt/dlpo/default.aspx?pal=xilogravura>>. Acesso em: 13 mai. 2010.

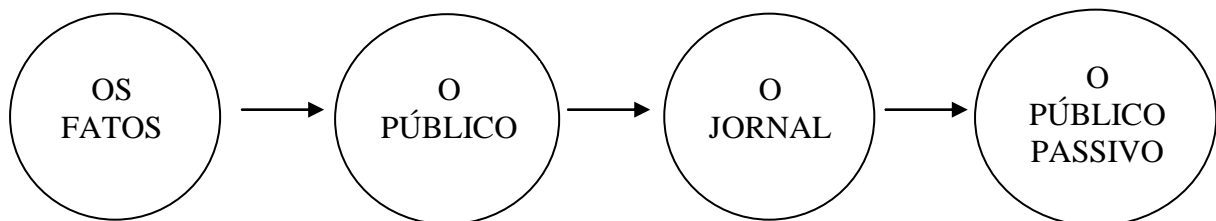
<sup>5</sup> Barco ligeiro para a transmissão de avisos – definição do dicionário online Priberam. Disponível em: <<http://www.priberam.pt/dlpo/default.aspx?pal=paquetes>>. Acesso em: 13 mai. 2010.

relação entre elas; as transformações na crítica ilustrada, das caricaturas à charge moderna; as relações entre Governo e imprensa e a legislação sobre censura; o aparecimento, desenvolvimento e mudanças nos métodos como a entrevista, a reportagem, o inquérito; o desenvolvimento do jornal como empresa, quanto aos recursos necessários e os disponíveis e suas fontes; os órgãos especializados em medicina, agricultura, economia, humorismo, etc.; o interessantíssimo estudo da imprensa clandestina; a apreciação mais demorada da imprensa de província, ao longo do tempo (SODRÉ, 1999, p.07-08).

Como função social, o jornalismo é mediador da realidade e deve transmitir as informações com ética e qualidade, ou seja, tem o ofício de informar, a tarefa de entreter e a missão de formar. Além disso, a atividade também se insere em uma categoria estética literária e, como relata Beltrão (2006, p.64-65), adota um estilo caracterizado por cinco qualidades subjetivas. São elas:

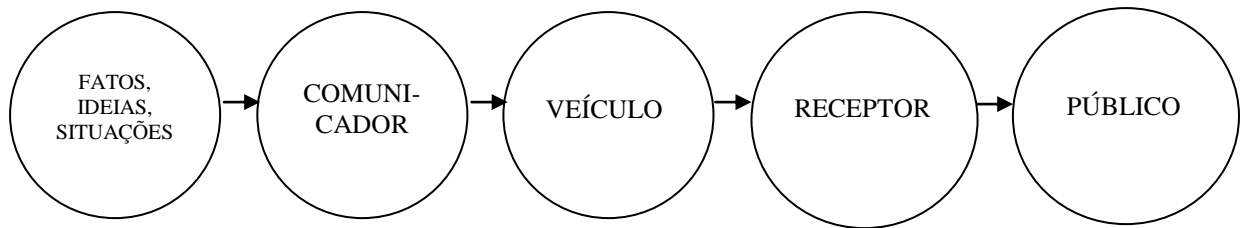
- Correção: é o conhecimento das práticas e normas gramaticais;
- Clareza: é o uso da objetividade;
- Unidade: é a organização das ideias – fato principal primeiro e depois os secundários;
- Precisão: é o emprego exato do número de palavras necessárias para a expressão do pensamento;
- Harmonia: é o ritmo próprio de cada gênero jornalístico.

Considerando tanto a função social quanto a característica estética literária do jornalismo, o processo de comunicação no qual se insere é de fundamental importância para que a informação atinja o público, de modo que ele possa entender a mensagem da melhor forma. De acordo com o modelo adotado por Raymond B. Nixon<sup>6</sup> (1968), o processo comunicacional é caracterizado da seguinte maneira:



<sup>6</sup> Vale lembrar que esse modelo, atualmente, não é totalmente aceito por alguns autores.

Já para Luiz Beltrão (Op.Cit.), o processo tem como base:



## 2.1 CARACTERÍSTICAS E CATEGORIAS DO JORNALISMO

O jornalismo está ligado ao momento presente e ajuda na composição da realidade social, através de sua multiplicação pelos meios de comunicação, para que haja um impacto sobre os diversos públicos. Essa manifestação pode ser em linguagem escrita, falada, visual ou multimidiática e, dessa forma, exprime, formula e orienta as opiniões, atitudes e ações do seu público. Diante disso, algumas das características que podem ser encontradas no jornalismo são:

- Caráter público: destina-se a uma coletividade de maneira ampla;
- Atualidade: divulga o que acontece no presente, bem como o influencia;
- Universalidade: aborda uma vasta gama de assuntos;
- Periodicidade: mantém distribuição regular para garantir um contrato permanente com o público.

Além dessas peculiaridades, o jornalismo subdivide-se em categorias para que os fatos tenham um tratamento adequado ao serem transformadas em notícia.

- Informativo: com o objetivo de assegurar informação ao público, cabe ao jornalista observar atentamente a realidade, informando à sociedade fatos e acontecimentos registrados;

- **Opinativo:** com o intuito de influenciar o público, é função do jornalismo ter uma postura diante das notícias e atuar como formador de opinião;
- **Interpretativo:** tem a tarefa de esclarecer e explicar os fatos e acontecimentos, contribuindo para enriquecer o acervo de conhecimentos do público;
- **Diversional:** tem a intenção de entreter e preencher os momentos de ócio das pessoas, revelando os aspectos pitorescos da vida cotidiana.

## 2.2 DA INFORMAÇÃO À NOTÍCIA

A redação de um texto jornalístico deve seguir alguns padrões, como descreve Beltrão (2006, p.66): períodos curtos e parágrafos curtos; construção clara e simples; começar por uma frase decisiva, precisa no vocabulário e sóbria na adjetivação; e contribuir para elevar e não degradar o idioma.

Uma informação, ao se tornar pública e se referir a uma situação atual que será divulgada por algum veículo de comunicação, adquire o caráter de notícia. É importante perceber que essa informação é apenas o relato puro e simples do fato, sem expressar opinião ou qualquer outra forma de julgamento:

A informação jornalística deve ser impessoal, no sentido de que a participação de quem a transmite ao público é puramente mecânica. O jornalista apenas recolhe e narra os fatos. Não dá opinião, não torna públicas as suas reações pessoais. Procura atingir o máximo de imparcialidade porque – vale repetir agora o axioma máximo da profissão – os fatos são sagrados, só o comentário é que é livre. (BELTRÃO, 2006, p.94).

Para Beltrão (2006, p.82), a notícia é “a narração dos últimos fatos ocorridos ou com possibilidade de ocorrer, em qualquer campo da atividade e que, no julgamento do jornalista, interessam ou têm importância para o público a que se dirigem”. Com isso, as

características inerentes a ela são: imediatismo, veracidade, universalismo, interesse e importância.

A identificação e o julgamento de um fato noticiável obedecem a alguns critérios, como proximidade, proeminência (valor social), consequências, raridade, conflito, idade e sexo, progresso, drama e comédia, política editorial e, por fim, exclusividade.

Ao estruturar uma notícia, o jornalismo adota a técnica da pirâmide invertida, ou seja, o relato dos fatos segundo a ordem decrescente de sua importância. Não há obediência ao desenvolvimento cronológico. A cabeça põe em relevo o clímax do acontecimento; o corpo repete e amplia a narração, como explica Beltrão (2006, p.101). Ao escrever o lead, isto é, a abertura do texto, o primeiro parágrafo deve resumir todo o fato principal, ao responder a seis perguntas básicas:



Abaixo segue um exemplo do uso da pirâmide invertida em um texto:

A Prefeitura anunciou ontem a abertura de processo licitatório para a ocupação e exploração comercial do restaurante instalado no Morro do Imperador, também conhecido como Morro do Cristo. O edital do pregão, que acontece já na próxima quinta-feira, prevê a execução de projeto de revitalização da área, incluindo iniciativa de fomento ao ecoturismo e esportes de aventura nas trilhas da região. A manutenção e conservação de todo o pátio do mirante e do estacionamento, considerando aspectos paisagísticos, acessibilidade, segurança e limpeza, também serão responsabilidade do vencedor da concorrência. Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel/JF) estima investimento de R\$ 1 milhão para que empreendimento atrativo possa se estabelecer no local, atualmente abandonado.

<sup>1</sup> Exemplo de aplicação da técnica da pirâmide invertida no lead da matéria "PJF licita restaurante do Morro do Cristo", publicada no jornal Tribuna de Minas em 02 de março de 2010.

Para a notícia chegar ao público é necessário que a informação chegue primeiro à redação do jornal, da TV, do rádio ou da internet. Dessa forma, as fontes de informação para qualquer mídia são comuns no jornalismo. Segundo Beltrão (2006, p.91-92), as notícias chegam à redação por três canais distintos: pelo pessoal da casa (repórteres, arquivistas), pelas agências de informações e pelo pessoal voluntário (amigos e colaboradores desinteressados).



Hoje em dia já é possível também destacar outro canal importante: as assessorias de comunicação.

O jornalismo impresso é dotado de padrões, como a técnica da pirâmide invertida, objetividade, universalidade, periodicidade, entre outros, que são seguidos até hoje, mesmo com o surgimento das novas mídias. E o seu diferencial está baseado na apuração mais aprofundada das notícias, no melhor tratamento jornalístico e na análise crítica.

O capítulo seguinte trata de um jornalismo praticado na internet: o webjornalismo. Para tanto, aborda a história dessa rede, as suas características e a relação do jornalismo com a web, destacando suas peculiaridades e inovações.

### 3 NOVAS TECNOLOGIAS: O JORNALISMO DE WEB

A internet é uma importante ferramenta de comunicação do mundo moderno por meio da qual é possível disseminar informações e promover interação entre os indivíduos e seus computadores, independentemente da localização geográfica. Pode-se dizer que essa rede revolucionou o modo de fazer a comunicação, uma vez que todas as pessoas com acesso à internet puderam colaborar com a produção e recepção das notícias. Segundo Pinho (2003, p.41), “a Internet é a rede das redes, o conjunto de centenas de redes de computadores conectados em diversos países dos seis continentes para compartilhar a informação e, em situações especiais, também recursos computacionais”.

#### 3.1 BREVE HISTÓRICO DA INTERNET

A internet<sup>7</sup> foi idealizada em centros de pesquisa militares e, mais tarde, serviu de estudo para as unidades acadêmicas e os centros de pesquisas. Somente nos anos 1990 tornou-se de uso cotidiano.

Em 1969, a Agência de Pesquisa e Projetos Avançado (Arpa), idealiza o modelo da internet, a partir da criação da Arpanet (rede nacional de computadores). A Arpa é uma organização do Departamento de Defesa norte-americano que busca informações relacionadas ao serviço militar. A partir de 1975, a Agência de Comunicações e Defesa tem o controle da Arpanet, com o intuito de “facilitar a comunicação com o Departamento de Defesa dos Estados Unidos” (FERRARI, 2003, p.15). Com isso, a circulação de dados começou a se expandir e as novas redes surgiram.

Tim Berners Lee é o inventor da World Wide Web (WWW), a qual, segundo Pinho (2003, p.33), “é fundamentalmente um modo de organização da informação e dos

---

<sup>7</sup> O nome internet só começou a ser usado em 1982.

arquivos na rede”. Ainda de acordo com o autor, para muitas pessoas a Web torna-se um sinônimo de internet:

O método extremamente simples e eficiente do sistema de hipertexto distribuído, baseado no modelo cliente-servidor, tem como principais padrões o protocolo de comunicação HTTP, a linguagem de descrição de páginas HTML e o método de identificação de recursos URL (PINHO, 2003, p.33).

Primeiramente, em 1980, Tim se dedicou ao Enquire, programa de organização das informações da internet e, só mais tarde, em 1989, propôs a criação da WWW. Para chegar ao modelo que conhecemos hoje, o programa desenvolvido por Lee recebeu contribuições do designer e programador Jean François Groff e do pesquisador Marc Andreessen. Este último criou o primeiro *browser*<sup>8</sup> pré-Netscape, conhecido com Mosaic:

Em 1993, era a interface essencial para o ambiente gráfico: estável, fácil de instalar e de trabalhar com imagens simples em formato gráfico bitmap. Os sites tinham quase sempre fundo cinza, imagens pequenas e poucos links, mas, para os visionários como Lee e Andreessen, vivíamos o início da Internet como conhecemos hoje (FERRARI, 2003, p.17).

A Microsoft<sup>9</sup> lança, em 1995, o Internet Explorer – o *browser* concorrente do Netscape. Começa, então, a guerra dos *browsers*, com as duas empresas concorrendo a partir do lançamento de novas versões e de novidades para os usuários.

Diferentemente da sua proposta inicial, a internet é hoje um meio de comunicação e entretenimento, na qual as trocas de informações podem ser realizadas de modo rápido e em grandes escalas. Essa rede é uma invenção que revolucionou o modo de fazer comunicação e que ainda sofrerá muitas transformações no ambiente virtual.

### 3.2 CARACTERÍSTICAS DA WEB

Assim como o impresso, a televisão e o rádio, a internet também possui características próprias, uma vez que cada suporte mediático possui as suas especificidades.

---

<sup>8</sup> Browser quer dizer navegador, programa de computador usado para localizar e visualizar documentos em HTML. São esses programas que permitem a na internet e a visualização de sites.

<sup>9</sup> A Microsoft foi fundada por Bill Gates e Paul Allen nos Estados Unidos, em 1975. A empresa multinacional de tecnologia em informática desenvolve sistema operacional para computadores.

Pode ser que algumas peculiaridades coincidam, mas os elementos a serem apresentados “refletem as potencialidades oferecidas pela internet ao jornalismo desenvolvido para a web” (PALACIOS, 2003, p.17).

### 3.2.1 Multimídia / Convergência

A multimídia (ou convergência) é o processo no qual os formatos tradicionais da mídia, como texto, som e imagem, se unem para a narração do fato jornalístico. Na web o usuário pode ler um texto, assistir a um vídeo e também ver uma fotografia que representam um mesmo acontecimento.

### 3.2.2 Interatividade

A interatividade possibilita que o usuário tenha uma relação mais direta com o processo jornalístico. Alguns exemplos dessa característica são os links, as enquetes e as sugestões ou críticas ao final dos textos:

Diante de um computador conectado à Internet e ao acessar um produto jornalístico, o Usuário estabelece relações: a) com a máquina; b) com a própria publicação, através do hipertexto; e c) com outras pessoas – autor (es) ou outro (s) leitor (es) – através da máquina (Lemos, 1997; Mielniczuk, 1998 apud PALACIOS, 2003, p.18-19).

### 3.2.3 Hipertextualidade

As ligações entre as narrações na web são feitas através dos hipertextos<sup>10</sup>. É importante notar, portanto, que essas ligações podem ser de textos para textos, como também

---

<sup>10</sup> Ted Nelson define, em 1960, hipertexto como uma escrita ou leitura não linear, não sequencial. “Por hipertexto, eu entendo escrita não sequencial - um texto com vários caminhos que permite que os leitores façam escolhas, e que são melhor lidos numa tela interativa. Popularmente, são concebidos como uma série de pedaços

para imagens, vídeos e sons, ou seja, para todos os formatos que a web disponibiliza. Diante dessa característica, nota-se que a leitura adotada na internet é do tipo não-linear, uma vez que o usuário pode ir e vir sem necessariamente seguir uma sequência lógica.

#### **3.2.4 Customização do conteúdo / Personalização**

A internet possibilita que os usuários modifiquem as páginas dos sites de acordo com os seus interesses e preferências. “Há sítios noticiosos que permitem a pré-seleção dos assuntos, bem como a sua hierarquização e escolha de formato de apresentação visual (diagramação).” (PALACIOS, 2003, p.19). Dessa forma, o serviço pode ser personalizado e, de certo modo, uma possível consequência seria o individualismo.

#### **3.2.5 Memória**

Armazenar dados e informações na web é uma de suas principais características. Diferentemente de outros meios, a coleta realizada por meio da internet é mais viável técnica e economicamente, como ressalta Palacios (1999). Sendo assim, a rede traz mudanças nos modos de produção e recepção da mensagem.

#### **3.2.6 Instantaneidade / Atualização contínua**

Hoje em dia é possível acessar matérias de diversas partes do mundo em questão de segundos independentemente da distância, ou seja, as fronteiras e o tempo são aspectos inexistentes na realidade virtual. Para Palacios (1999, p.20), “a rapidez do acesso, combinada

---

de textos conectados por links que oferecem ao leitor diferentes caminhos”, explica Ted Nelson. (Definição disponível em: <<http://vsites.unb.br/fac/ncint/site/parte31.htm>>. Acesso em: 9 Jul. 2010.

com a facilidade de produção e de disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas, permitem uma extrema agilidade de atualização do material nos jornais da web”. Dessa forma, o usuário pode acompanhar continuamente os fatos jornalísticos de seu interesse.

### 3.3 INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA NA INTERNET

No Brasil, a internet como ambiente gráfico surgiu em maio de 1995. É nesta época que “a rede deixa de ser exclusiva do meio acadêmico para estender seu acesso a todos os setores da sociedade.” (PINHO, 2003, p.09). Com a difusão desta tecnologia, órgãos do governo, empresas, organizações e outras instituições puderam colaborar para a expansão da rede. Como se pode notar, até mesmo empresas de comunicação migraram para essa rede, já que dessa forma poderiam disponibilizar conteúdo informativo durante as 24 horas do dia.

Com isso, o autor afirma que independentemente da denominação que o jornalismo receba, seja digital, online ou webjornalismo,

o jornalismo marca sua presença na World Wide Web oferecendo informação e conteúdo, em especial nos sites de jornais e revistas impressas que migraram para a rede mundial, nos sites de agências de notícias, nos sites noticiosos especializados, nos portais e nos sites de instituições e empresas comerciais (PINHO, 2003, p.113).

Com a expansão da World Wide Web, as informações começaram a circular de forma rápida e crescente. O que se nota é que o conteúdo jornalístico veiculado nos diferentes portais tem como base o mesmo grupo de fontes de informação, pois

as primeiras páginas dos portais brasileiros mudam pouco, verdadeiras filigranas como, por exemplo, colocar texto em negrito ou editar a foto da manchete sob um ângulo inusitado. Não mexem nas cores, nas colunas, na tipologia, no fundo da tela. O que prevalece é a quantidade de informação veiculada (FERRARI, 2003, p.19).

Surge assim o leitor digital, ou seja, aquele que passa o olho nas principais notícias e procura ler aquela que mais lhe interessa. O link é a ferramenta mais utilizada e

mais atraente para ele, pois permite a ligação de um documento a outro documento, por meio de palavras, imagens ou outros objetos.

Além de veicular informações em larga escala, a internet adquire também o status de fonte de informação, papel que é compartilhado com outras mídias. O modelo da internet passa por um processo de mudança, na qual a diversidade de conteúdo, as ofertas de produtos e a interatividade prevalecem. É o início da nova forma de fazer jornalismo via web, pois a partir desse momento não haveria mais fronteiras para a busca de dados sobre qualquer assunto. “A mídia é nova e está em mutação, por isso o papel do jornalista na Internet é fundamental.” (FERRARI, 2003, p.22).

Inicialmente, os sites jornalísticos apenas reproduziam os conteúdos dos jornais impressos. Somente mais tarde surgiram veículos interativos e personalizados, porém, a quantidade de leitores digitais é menor do que os leitores de impressos.

O webjornalismo tem pouco tempo de exploração, por isso não existe ainda um modelo ideal a ser seguido. Para Palacios não há um modelo canônico, nem tampouco mais avançado ou mais apropriado:

Diferentes experimentos encontram-se em curso, sugerindo uma multiplicidade de formatos possíveis e complementares, que exploram de modo variado as características das Novas Tecnologias de Comunicação (NTC). Se alguma generalização é possível, neste momento, ela possivelmente diz respeito ao fato de que todos esses formatos são ainda altamente incipientes e experimentais, em função do pouco tempo de existência do novo suporte mediático representado pelas redes telemáticas (PALACIOS, 2003, p.17-18).

### 3.3.1 Nomenclatura

A utilização da internet para fim jornalístico, como já citado, ainda é objeto de pesquisa e alguns estudos estão sendo desenvolvidos para entender a dinâmica desse novo meio. Para Luciana Mielniczuk (2003) “ainda não há um consenso sobre a terminologia a ser utilizada quando nos referimos ao jornalismo praticado na internet, para a internet ou com o

auxílio da internet”. A autora também destaca que as nomenclaturas são adotadas de acordo com a nacionalidade: os norte-americanos utilizam jornalismo on-line ou jornalismo digital; os espanhóis preferem jornalismo eletrônico (também usam os termos jornalismo multimídia ou ciberjornalismo) e os brasileiros seguem os norte-americanos.

Diante dessa diversidade de denominações, Luciana Mielnickzuk (2003, p.44) apresenta um quadro com o resumo das nomenclaturas previamente definidas e estabelecidas por outros estudiosos.

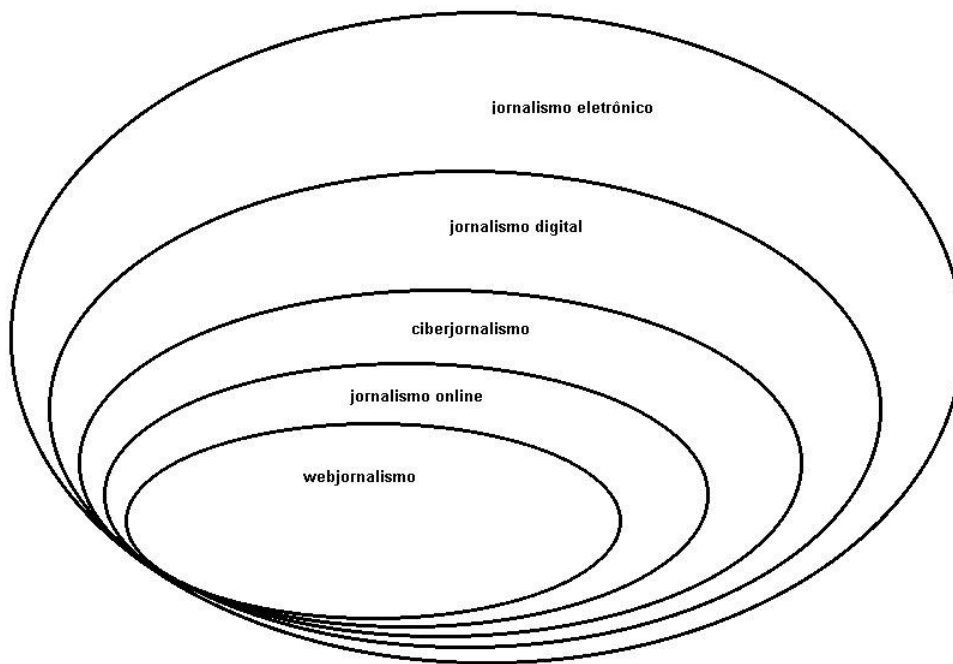
<b>Nomenclatura</b>	<b>Definição</b>
Jornalismo eletrônico	Utiliza de equipamentos e recursos eletrônicos
Jornalismo digital ou Jornalismo multimídia	Emprega tecnologia digital, todo e qualquer procedimento que implica no tratamento de dados em forma de <i>bits</i>
Ciberjornalismo	Envolve tecnologias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

2 Resumo das definições de nomenclaturas sobre práticas de produção e disseminação de informação no jornalismo contemporâneo.<sup>11</sup>

Além disso, ela explica que um modelo não exclui o outro, pois o que acontece é “que as práticas e os produtos elaborados perpassam e enquadram-se de forma concomitante em distintas esferas”. (MIELNICKZUK, 2003, p.44).

<sup>11</sup> Quadro do texto “Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web”, de Luciana Mielnickzuk, doutora pelo Programa de Comunicação e Cultura Contemporânea da FACOM-UFBA.





3 Esferas que ilustram a delimitação das terminologias.<sup>12</sup>

### 3.3.2 Fases do desenvolvimento do webjornalismo

Para facilitar a compreensão do processo evolutivo do webjornalismo, alguns estudiosos classificaram tal desenvolvimento em etapas, que não são excludentes entre si. Segundo Luciana Mielnickzuk (2003, p.46) “em um mesmo período de tempo, podemos encontrar publicações jornalísticas para a web que se enquadram em diferentes gerações e, em uma mesma publicação, podemos encontrar aspectos que remetem a gerações distintas”. Além disso, a classificação existente não coincide com o histórico do webjornalismo:

embora a classificação a ser apresentada faça, de certa forma, uma retrospectiva histórica, ela não contempla a história do jornalismo na web de uma maneira sistematizada, apresentando e contando os fatos que envolveram o surgimento das primeiras publicações jornalísticas na web (MIELNICKZUK, 2003, p.46).

Luciana Mielniczuk (2003, p.46-47) relata que Jonh Pavlik (2001), por exemplo, preocupa-se mais com a produção do conteúdo e, com isso, identifica três momentos distintos:

<sup>12</sup> Quadro do texto “Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web”, de Luciana Mielnickzuk, doutora pelo Programa de Comunicação e Cultura Contemporânea da FACOM-UFBA.

- 1ª fase: publicação de material editorial produzido em primeira mão para as edições em outros meios;
- 2ª fase: criação de conteúdos originais para a rede, através do uso de hiperlinks;
- 3ª fase: produção de conteúdos jornalísticos para a web.

Já para Silva Jr. (2002), a disseminação de informações jornalísticas nas redes digitais é o foco adotado através de três estágios:

- Transpositivo: a formatação e a organização seguem o modelo do impresso;
- Perceptivo: possibilidade de uso de mais recursos que as tecnologias da rede oferecem;
- Hipermidiático: disponibilização de recursos hipertextuais, convergência entre suportes (multimodalidade) e disseminação de um mesmo produto em outros setores.

Ao estudar essas divisões, Luciana Mielnickzuk (2003, p.48) também propõe uma classificação bastante semelhante, a partir de três momentos: “produtos de primeira geração ou fase de transposição; produtos de segunda geração ou fase de metáfora; e produtos de terceira geração ou fase da exploração das características do suporte web”.

Na fase de transposição, utiliza-se apenas o espaço sem explorar as características do meio:

Os produtos desta fase, em sua maioria, são simplesmente cópia para a web do conteúdo de jornais existentes no papel. A rotina de produção de notícias é totalmente atrelada ao modelo estabelecido nos jornais impressos e parece não haver preocupações com relação a uma possível forma inovadora de apresentação das narrativas jornalísticas (MIELNICKZUK, 2003, p.48-49).

Na fase de metáfora, tenta-se incluir alguns recursos característicos da rede:

Ao mesmo tempo em que se ancoram no modelo do jornal impresso, as publicações para a web começam a explorar as potencialidades do novo ambiente, tais como links com chamadas para notícias de fatos que acontecem no período entre as edições; o e-mail passa a ser utilizado como uma possibilidade de comunicação

entre jornalista e leitor ou entre leitores, através de fóruns de debates; a elaboração das notícias passa a explorar os recursos oferecidos pelo hipertexto; surgem as seções ‘últimas notícias’ (MIELNICKZUK, 2003, p.49).

E na última fase tenta-se utilizar os recursos disponíveis na rede, independente do jornalismo impresso:

Nesse estágio, entre outras possibilidades, os produtos jornalísticos apresentam: recursos em multimídia, como sons e animações, que enriquecem a narrativa jornalística; recursos de interatividade, como chats com a participação de personalidades públicas, enquetes, fóruns de discussões; opções para configuração do produto de acordo com interesses pessoais de cada leitor/usuário; a utilização do hipertexto não apenas como um recurso de organização das informações da edição, mas também como uma possibilidade na narrativa jornalística de fatos; atualização contínua no webjornal e não apenas na seção ‘últimas notícias’ (MIELNICKZUK, 2003, p.50).

De todas as características típicas da web<sup>13</sup>, percebe-se que as mesmas não são utilizadas de maneira uniforme entre todos os veículos. Para tanto, Luciana Mielnickzuk (2003, p.51-52) propõe uma divisão levando em consideração que “existem espaços diferenciados para o tratamento da informação jornalística dentro de um webjornal”. São elas:

- Últimas notícias: informações em formato de notas encontradas na primeira página de um webjornal;
- Cobertura cotidiana: matérias curtas (podem ocupar uma tela do monitor ou mais) da cobertura diária do veículo;
- Especiais: material informativo que ocupa seção específica do webjornal e que demanda mais tempo para ser elaborado. É mais extenso e pode ser também destaque da edição.

O capítulo seguinte trata da apresentação dos produtos estudados nesta pesquisa. Primeiramente faz-se uma descrição de cada veículo e a realidade em que se inserem e só nos capítulos posteriores os jornais são tecnicamente analisados.

---

<sup>13</sup> Ver item 3.2 que discorre sobre as características da web.

## 4 ESTUDO EMPÍRICO

Diante das teorias apresentadas – jornalismo impresso e webjornalismo – pretende-se estudar dois casos de jornais impressos regionais que buscam se adaptar ao formato de web. Um deles é o jornal juizforano Tribuna de Minas, pertencente ao Grupo Solar Comunicação, e que circula há quase 29 anos em Juiz de Fora e região. O outro é o jornal joseense Valeparaibano, que recentemente passou a ser uma revista mensal, e que circulou em São José dos Campos e região durante 58 anos. No dia 4 de abril de 2010, nasce o jornal O Vale, um novo produto com um conceito diferenciado e moderno, mas que não deixa de herdar traços da diretoria anterior.

### 4.1 PERFIL DAS CIDADES

Os objetos de estudo foram escolhidos levando em consideração a semelhança entre os portes das duas cidades. Ambas são pólos importantes na região em que estão localizadas, apresentam população de tamanhos equiparáveis, possuem centros de pesquisa, indústria e comércio bem desenvolvidos. Além disso, na área de comunicação são sedes de fortes jornais impressos da região.

#### 4.1.1 Juiz de Fora

Juiz de Fora surgiu no período da mineração de ouro, século XVII, época de maior crescimento das cidades. A cidade é proveniente de um povoado chamado Santo Antônio do Paraibuna e só em 1865 a vila recebe o nome de Juiz de Fora. A partir de então, a economia local começa a se desenvolver por meio da agricultura cafeeira que se expandia

pela Zona da Mata mineira e, mais tarde, uma estrada é construída para facilitar o transporte de café na região. A vinda de imigrantes alemães também é um marco na história da cidade, pois ajudou na construção da estrada e deu origem a alguns bairros.

A cidade localiza-se na Zona da Mata Mineira, às margens do Rio Paraibuna, e está próxima às principais metrópoles do Sudeste brasileiro: Belo Horizonte, Rio de Janeiro e São Paulo, com distâncias<sup>14</sup> de 255, 180 e 480 quilômetros, respectivamente.

Juiz de Fora possui cerca de 570 mil habitantes e é considerada, de acordo com informações de um portal<sup>15</sup>, um “pólo industrial, cultural e de serviços”. Além disso, “é referência em saúde e educação – são mais de dez instituições de ensino superior, entre elas a Universidade Federal de Juiz de Fora”. No ramo da comunicação, a cidade conta com emissoras de televisão e rádio, portais eletrônicos e jornais impressos. Entre estes últimos estão: Diário Regional, Hoje em Dia, JF Hoje, uma sucursal do Estado de Minas, além da Tribuna de Minas. Segundo histórico pesquisado<sup>16</sup>, a imprensa de Juiz de Fora era muito ativa, tanto que no século XIX circulavam na cidade 55 jornais.

#### 4.1.2 São José dos Campos

A origem de São José dos Campos remonta ao final do século XVI com a formação da Aldeia de Rio Comprido, na qual os jesuítas eram os donos e a atividade vigente era a pecuarista. Depois de estabelecida uma lei, em 1611, que regulamentava os aldeamentos indígenas, os jesuítas fixaram-se a 15 quilômetros dessa aldeia, hoje a cidade de São José dos Campos. Em 1767 a aldeia foi elevada a categoria de vila e surgiram três nomes: Vila Nova de São José, depois Vila de São José do Sul, e, mais tarde, Vila de São José do Paraíba.

<sup>14</sup> A distância demarcada é por rodovia.

<sup>15</sup> Portal Convention & Visitor Bureau . Disponível em: <[www.juizdeforaconvention.com.br](http://www.juizdeforaconvention.com.br)>. Acesso em: 18 mai. 2010.

<sup>16</sup> Portal da Prefeitura de Juiz de Fora. Disponível em: <<http://www.pjf.mg.gov.br/cidade/historia.php>>. Acesso em: 18 mai. 2010.

Apenas em 1871 recebeu a denominação atual. A cidade ocupou posição periférica no período áureo do café no Vale do Paraíba na fase sanatorial<sup>17</sup>, e em 1935 foi transformada em Estância Climatérica e Hidromineral. A partir de 1950 o processo de industrialização foi impulsionado com a instalação do Centro Técnico Aeroespacial (CTA) e com a inauguração da Rodovia Presidente Dutra.

São José dos Campos está localizada no Vale do Paraíba e dista 91 quilômetros de São Paulo, 334 do Rio de Janeiro e 1114 de Brasília. Com uma população de mais de 600 mil habitantes, é um importante tecnopolo de material bélico, metalúrgico e sede do maior complexo aeroespacial da América Latina. Além disso, possui centros de pesquisa e também investe em educação.

No ramo da comunicação, a cidade conta com emissoras de televisão e rádio, portais eletrônicos e o jornal impresso. Mas, diferentemente de Juiz de Fora, atualmente não há concorrência no jornalismo impresso, uma vez que a Folha Vale, possível concorrente, não circula na região há cerca de quatro anos.

Após conhecer os perfis de cada cidade, os próximos capítulos são destinados à análise dos dois veículos em estudo: Tribuna de Minas e Valeparaibano, com suas histórias, características e diferenciais.

## 4.2 TRIBUNA DE MINAS

O jornal Tribuna de Minas surgiu em 10 de setembro de 1981, em Juiz de Fora, com a proposta de ser um diário regional voltado para todos os tipos de leitores. Em um primeiro momento a intenção era priorizar o noticiário de serviços, cobrando das autoridades responsáveis a solução para os problemas da cidade e regiões adjacentes. Sob a propriedade

---

<sup>17</sup> Os doentes da tuberculose pulmonar procuravam a cidade devido ao bom clima. Com isso, em 1924 é inaugurado o Sanatório Vicentino Aranha, considerado o maior do país na época.

do médico e empresário Juracy Azevedo Neves, dono da gráfica Esdeva, o veículo se comprometia a não emitir nenhum tipo de opinião pessoal.

O editor geral Paulo César Magella explica, em entrevista<sup>18</sup>, que o jornal defende a livre iniciativa desde a sua primeira edição. Para ele o localismo é a tendência mundial. “Como não podemos competir com os grandes grupos, damos foco à cidade. Aqui, levamos muito mais vantagem, sem, no entanto, abandonar o melhor do nacional e do internacional”, ressalta.

Há quase 29 anos em circulação em Juiz de Fora e cidades da região, a Tribuna de Minas já passou por cerca de três reformas em seu projeto gráfico, sendo que a última foi realizada recentemente, depois de um período de 10 anos sem alteração. De acordo com o editor geral Paulo César, “todas as reformas foram produzidas pelo designer Luiz Adolpho, vice-presidente da Associação Mundial de Designers para a América do Sul, também responsável pelos projetos gráficos dos jornais da RBS, como o Zero Hora e o Diário Catarinense”. Ainda segundo ele, “as mudanças mais significativas ficaram em torno das fontes, que facilitaram a leitura e o espaçamento, que aumentou. Os jornais estão cada vez mais revistalizados<sup>19</sup> e com grandes espaços em branco”.

Diante dessas mudanças, o caráter do jornal “continuou com a característica mais funcionalista, com informações de fácil consumo, sem a necessidade de uma profundidade ou de uma contextualização”, como descreve Christina Musse em seu artigo apresentado no I Encontro Regional de Comunicação. Ainda segundo Musse (2003), “o leitor do jornal Tribuna de Minas seria pertencente a classe média, 35 anos, renda mensal de três a dez salários mínimos, homens e mulheres com nível universitário”. Para Paulo César, “a Tribuna alcança, sobretudo, as classes A, B e C”.

---

<sup>18</sup> Entrevista realizada via e-mail no dia 27/05/2010.

<sup>19</sup> Em formato e com conteúdo de revistas, de acordo com Paulo César.

Atualmente, além do empresário Juracy Neves, a Tribuna de Minas conta com uma equipe formada por André Neves, diretor financeiro; Marcos Neves, diretor de edição; Márcia Neves e Suzana Neves, diretoras do comercial; Paulo César Magella, editor geral; Denise Gonçalves, editora executiva e Lilian Pace, chefe de reportagem. Além destes, o jornal tem 10 editores e uma substituta, sendo dois para a editoria Geral, um para o Caderno Dois e um para as demais editorias – Brasil, Mundo, Carro & Cia; Política; Arte; Economia; Opinião, Capa e Tevê; Fotografia; Esportes. Também faz parte da equipe, 21 repórteres, o colunista César Romero e há um Departamento de Circulação e Assinaturas. Quanto à parte da web, a Tribuna conta com um técnico que faz o trabalho de transbordo do material impresso para a internet, mas o controle continua sendo a Redação. Além disso, a diretoria executiva, a chefia de reportagem e a editoria geral também fazem um acompanhamento.

#### **4.2.1 O jornal impresso**

A Tribuna de Minas circula durante seis dias da semana, sendo que às segundas-feiras não há edição do jornal. O vermelho e o azul são as cores predominantes, além do tradicional preto, utilizado na redação dos textos.

O jornal é dividido em dois cadernos – Primeiro Caderno e Caderno Dois – além dos suplementos semanais. O número de páginas dos cadernos difere dependendo do fluxo comercial, mas normalmente são 12 páginas no Primeiro Caderno e seis no Segundo. Aos domingos, acrescentam-se um caderno próprio de Esportes e a Coluna César Romero. Em todas as edições há o caderno de Classificados e, às quintas-feiras, o suplemento Carro & Cia que trata de automóveis.

No Primeiro Caderno encontram-se as seguintes editorias:



- Geral: com matérias do cotidiano da cidade e foco voltado para a parte policial;
- Economia e Política: com reportagens produzidas pela equipe de jornalistas da Tribuna de Minas;
- Brasil, Mundo e Esporte: trazem matérias de agências de notícias – agências Estado e Associated Press, Gazeta Press e Carta Z. Vale lembrar que as notícias de esporte da cidade são realizadas pelos jornalistas locais.

É importante ressaltar, ainda, que este caderno traz a parte de opinião, subdividida em painel, editorial, charge, artigo (geralmente enviado por algum leitor e que deve ter no máximo 30 linhas) e cartas; de serviços, subdivididos em previsão do tempo/fases da lua, horários de voos, indicadores, cesta básica, feiras livres, farmácias, obituário, loterias e feiras de alimentos livres; e seções, subdivididas em vida urbana (atualizada às quartas, sextas e sábados) e vida prática (atualizada aos domingos).

No Caderno Dois, espaço destinado, sobretudo às demandas culturais, encontra-se as matérias diárias, a coluna social César Romero, além do “Confira”, “Na TV” e “Seções”. A parte “Confira” é subdividida em cinema, shows, teatro, exposições, dicas e nos arredores, para que o leitor saiba de tudo o que acontece na cidade e na região. Os filmes do dia, resumo das novelas, programação do canal de TV e canal Zap podem ser encontrados na parte “Na TV”. E, por fim, as “Seções” são subdivididas em “Arena”, “Eu Fui” e “Diário de Bordo” (atualizado às quartas-feiras).

Além destes dois cadernos principais, o jornal Tribuna de Minas conta com a coluna Zine Cultural, publicada sempre aos sábados, com o objetivo de mostrar os eventos culturais da cidade. E ainda os suplementos semanais “Carro & Cia” e “Tevê” são presenças marcantes todos os domingos.



4 Capa Tribuna de Minas, 18/05/2010

Quanto à parte publicitária do jornal, há um departamento próprio responsável que comercializa e interage com a redação na definição das páginas. Além disso, a participação da Tribuna de Minas nas redes sociais, como Twitter e Orkut, por exemplo, ainda está em fase de estudo, como explica o editor Paulo César.

#### 4.2.2 O jornal na web

Há 10 anos a Tribuna de Minas tem uma página na internet<sup>20</sup>, que permite a disponibilização das notícias diárias em um ambiente diferenciado. A estrutura do jornal na web é semelhante ao jornal impresso, com os mesmos cadernos e editoriais, além de possibilitar o acesso ao formato em PDF da capa do jornal e às edições anteriores, com publicações disponíveis ao leitor de até uma semana.

<sup>20</sup> Endereço eletrônico do jornal Tribuna de Minas: <<http://www.tribunademinas.com.br>>.



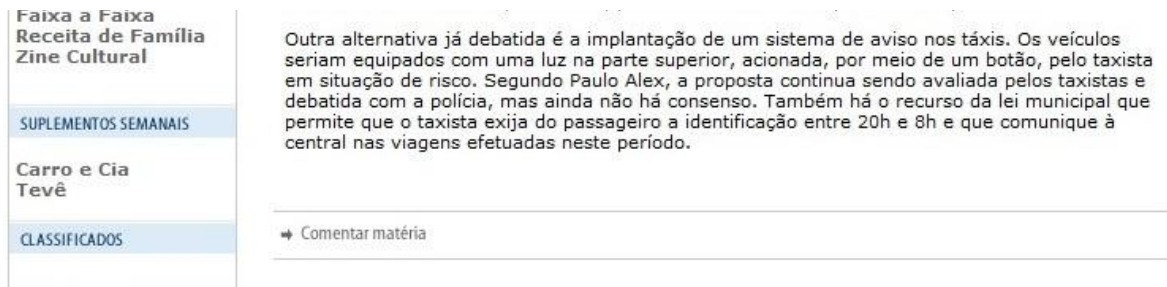
5 Visualização do jornal Tribuna de Minas na web.<sup>21</sup>

Como a internet é uma mídia que possibilita armazenar alguns dados, a versão web disponibiliza o link para a página de classificados, o “Superfácil” – no qual o usuário pode se cadastrar e procurar automóveis do seu interesse –, e também algumas matérias especiais, como “Lembranças de JF”, “Museu Mariano Procópio” e “Juiz de Fora que eu levo”. Além disso, há links extras, como: canal de assinatura da Tribuna; rádio Solar e gráfica Esdeva, integrantes do Grupo Solar; galeria de fotos; “Boca no mundo”, um espaço próprio para o leitor se manifestar; promoções, com os sorteados que participam dos eventos da cidade; os gastos dos vereadores de Juiz de Fora; “Receita de família”, espaço para o internauta enviar uma receita e dividi-la com outros leitores e “Pitaco”, para o público expor a sua opinião sobre pergunta em questão.

O jornal na web é gratuito e todos podem ler as matérias publicadas, mas, para isso é preciso se cadastrar no site. Esse cadastro não tem custo e permite ao usuário a livre circulação por todas as matérias da Tribuna de Minas. As reportagens da web são as mesmas do jornal impresso e o que geralmente sofre alteração é o título, porém não há um cuidado com a mudança de linguagem para as versões impressa e online. Dessa forma, a transposição é feita de modo simples e o recurso eletrônico mais explorado é o hiperlink, pelo qual é

<sup>21</sup> Disponível em: <<http://www.tribunademinas.com.br>>. Acesso em: 19 mai. 2010.

possível acessar uma imagem, texto ou gráfico, em outra página e realizar outras ligações, como por exemplo, para outros sites. Além disso, o leitor também pode expor a sua opinião sobre a reportagem, através do link “comentar matéria” que se encontra logo abaixo dos textos. Vale lembrar que os comentários não são publicados para que outros leitores possam ter conhecimento. Mas, é um método interativo que caracteriza a web.



6 Leitor pode comentar a matéria.<sup>22</sup>

Como se pode perceber através desse estudo, a Tribuna de Minas não explora muito os recursos oferecidos pela internet, como o uso de vídeos e áudio, por exemplo. Os recursos encontrados são: interatividade, memória e hipertextualidade. Além disso, a produção dos textos é totalmente voltada para o jornalismo impresso.

#### 4.3 VALEPARAIBANO

O Valeparaibano foi fundado em 1952 e circula diariamente nos municípios do Vale do Paraíba, Serra da Mantiqueira, Sul de Minas Gerais e Litoral Norte. Com sede em São José dos Campos e sucursais instaladas nas cidades de Jacareí, Taubaté, Caraguatatuba e Guaratinguetá, o jornal mantém uma ampla cobertura de toda a região.

O veículo é responsável por noticiar tudo o que acontece na região, de modo contextualizado e isento de influências políticas. Além da região, o leitor tem a possibilidade

<sup>22</sup> Matéria sobre assalto a taxista em Juiz de Fora. Disponível em: <<http://www.tribunademinas.com.br>>. Acesso em: 19 mai. 2010.

de acompanhar os fatos do Brasil e do mundo e ainda ter acesso à seção de classificados e outros cadernos temáticos.

Sem concorrentes diretos em São José dos Campos (cidade sede), o Valeparaibano tem como principal público-alvo as lideranças políticas e empresariais da região. Baseado em um formato que explora a informação jornalística, enriquecido com fotografias e infográficos, a leitura torna-se mais dinâmica e agradável.

#### 4.3.1 Valeparaibano agora é O VALE

O jornal Valeparaibano teve a sua última edição impressa em circulação no dia 3 de abril de 2010. Isso porque, o diretor que atuou durante 58 anos, Ferdinando Salerno, com o objetivo de colocar em prática um projeto antigo, lança no mercado a revista com a marca Valeparaibano. A partir de então, mais especificamente no dia 4 de abril, nasce um novo jornal: O Vale, sob a direção de seu filho, Fernando Salerno. De acordo com o editor-chefe, Hélcio Costa, a gerência de redação continua a mesma, sendo assim, o jornalismo crítico e sem partidarismo político já existente no Valeparaibano se mantém nesse novo produto.

Com a política editorial herdada do Valeparaibano e com os princípios de qualquer veículo de comunicação da imprensa brasileira, “nossa linha editorial será pautada pela defesa das instituições democráticas e representativas, pelo combate às violações das liberdades civis, pela defesa à livre circulação de ideias, contra a uniformização de um pensamento”, declara<sup>23</sup> Fernando Salerno e Hélcio Costa, diretor e editor-chefe do jornal O Vale, respectivamente.

O jornal adota um projeto gráfico diferenciado, com mais conteúdo, além de um conceito mais dinâmico e moderno – “muito mais do que informação, inovação”. Sob o slogan “leia, assista, conecte-se”, o jornal objetiva ser um gerador da informação em todos os

---

<sup>23</sup> A declaração foi retirada do editorial da edição 1 do jornal O Vale, no dia 04/04/2010.

aspectos em que o impresso e a internet possibilitam, levando em consideração que cada mídia tem um modo característico de difundir as notícias para os seus diferentes públicos.

Já a revista, que leva o nome Valeparaibano, é de publicação mensal e circula em 39 cidades do Vale do Paraíba, Serra da Mantiqueira e Litoral Norte. O foco principal tem como base a política, a economia e a cultura, e suas páginas trazem uma análise mais aprofundada dos assuntos. A aposta nesse novo produto é a abertura de um novo mercado na imprensa regional. Segundo o diretor responsável pela publicação, Ferdinando Salerno, "é um veículo que apresenta matérias aprofundadas e foge do óbvio, sem deixar de lado a tradição, independência e credibilidade encontradas no jornal ao longo de décadas"<sup>24</sup>.

Tanto o jornal quanto a revista têm o seu projeto gráfico desenhado pela *Cases i Associats*, um estúdio de design gráfico e editorial, com sede em Barcelona, que já fez diversos trabalhos para os jornais da Europa e da América Latina.

O público-alvo de O Vale é o mesmo do antigo jornal, uma vez que este impresso ainda é o líder da região. De acordo com a editora de web de O Vale, Tânia Campelo, "o público é a pessoa que trabalha e que quer estar bem informada, que acompanha o noticiário".



7 Imagens dos jornais Valeparaibano e O Vale e da revista Valeparaibano, respectivamente.<sup>25</sup>

<sup>24</sup> Idem 21.

<sup>25</sup> A imagem da capa do jornal Valeparaibano foi extraída do site Google imagens. Já as fotos das capas do jornal O Vale e revista Valeparaibano, das próprias páginas na internet. Disponíveis em: <<http://www.ovale.com.br>> e <<http://www.valeparaibano.com.br>>. Acesso em: 18 mai. 2010.

### 4.3.2 Valeparaibano impresso

O Valeparaibano circulou durante 58 anos e, nesse tempo, manteve uma ampla cobertura de toda a região. Mesmo com a mudança de marca, o jornal manteve as suas características principais. Com sede em São José dos Campos, conforme já citado, e sucursais em Taubaté, Jacareí e São Paulo, os jornais – Valeparaibano e O Vale – privilegiam o noticiário local e regional. Os preços da assinatura e do produto avulso também continuam os mesmos, como se pode notar na tabela abaixo:

	PERIODICIDADE	VALEPARAIBANO	O VALE
ASSINATURA	MENSAL	R\$ 300	R\$ 300
	ANUAL	R\$ 150	R\$ 150
AVULSO	DIAS ÚTEIS	R\$ 1,50	R\$ 1,50
	DOMINGOS	R\$ 3	R\$ 3

8 Tabela com os preços da assinatura e do jornal avulso das marcas Valeparaibano e O Vale.<sup>26</sup>

As notícias do primeiro caderno têm como foco principal a região, separadas em três editorias: política, economia e cidade. Quanto ao noticiário referente ao Brasil e ao mundo, a responsabilidade é das agências de notícias FolhaPress e Agência Estado. E, por fim, os cadernos de cultura – “Valeviver” – e esportes também são voltados para o noticiário da região, mas com matérias de outras cidades brasileiras e também outros países.

Além dos cadernos tradicionais, o Valeparaibano contava com os suplementos semanais e especiais, dentre os quais se destacavam: “Seu bairro”, “Vale motor”, “Vale TV”, “Turismo”, “Vale verão”, “Vale montanha”, “Vale educação”, “Vale saúde”, “Vale design”, “Indústria”, “Meio ambiente”, “Aniversário de São José” e “Vestibular”.

<sup>26</sup> Os preços foram retirados dos jornais: Valeparaibano, dos dias 28/02/2010 e 02/03/2010; e O Vale, do dia 18/05/2010.

### 4.3.3 O Vale impresso

Com a mudança de marca para O Vale, o projeto gráfico também sofreu alterações, mas para os responsáveis, o formato gráfico tem o objetivo de projetar o jornal “para o futuro e ampliar seus horizontes rumo às plataformas multimídias, sem esquecer jamais a dimensão insubstituível da escrita, aquela que permite a reflexão e o tempo necessários para a análise, interpretação e contextualização dos fatos”<sup>27</sup>.

No primeiro caderno encontram-se as seguintes seções:

- Editorial
- Carta do leitor
- Charge
- Serviços: com as tarifas de táxis, ônibus urbano, pedágio, zona azul, balsa, passagem aérea, telefonia, correio; alguns telefones úteis, contatos com as polícias rodoviárias Estadual e Federal; além do obtuário.
- Radar vale: são pequenas notas com os fatos da região.

No caderno “Brasil&”, as editorias são divididas em política, economia e cidades, no qual as notícias são fornecidas pelas agências, retiradas da web e também produzidas pelos repórteres locais. Nesse caderno, o leitor ainda encontra o noticiário internacional, além de pequenas notas do factual sobre o Brasil e o mundo, através do “Curtas Brasil” e “Curtas Mundo”. Os indicadores econômicos, previsão do tempo e loterias também fazem parte dessa seção. A última página desse caderno é destinada a uma reportagem temática com dicas e notas, de acordo com o dia da semana:

---

<sup>27</sup> Declaração retirada do editorial da edição 1 do jornal O Vale, dia 04/04/2010.



TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
Seu bolso	Sua saúde	Sua carreira	Seu clique	Suas compras	Sua casa

Em algumas páginas do jornal impresso ainda podem ser encontrado o “Expresso”, um espaço voltado para pequenas notas de acontecimentos importantes, separados em três blocos. No primeiro encontra-se o “1, 2, 3 CLICKS”, que apresenta fatos de relevância e de interesse para o público. No segundo, as notas são voltadas para o noticiário nacional, mas também com alguns casos do mundo. E, no último, encontram-se os episódios que marcaram o cenário nacional e internacional naquele determinado dia.

No caderno de Esportes o noticiário regional tem prioridade, mas também são publicadas notícias fornecidas pelas agências. A novidade é a produção do noticiário por repórteres locais, independente do local do fato, como por exemplo, a Copa do Mundo na África. Uma equipe com três repórteres de O Vale está no local para fazer a cobertura do evento e, dessa forma, o leitor se mantém atualizado diariamente.

O caderno “Viver&”, destinado à arte e à cultura, prioriza os eventos locais e regionais, além de trazer crônica, programação na TV e no cinema, horóscopo. Na seção “Roteiro”, O Vale faz as suas recomendações para cada dia da semana:

TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
Geral	Cursos	Bares	Restaurantes	Eventos	Restaurantes

No domingo, o Primeiro Caderno tem alguns espaços que marcam o seu diferencial: “fique de olho na próxima semana”, para deixar o leitor atento aos fatos que serão desdobrados; “7 caras da semana”; “7 frases da semana”; e “cifra da semana”, para ressaltar tudo o que foi mais importante naquela semana. Além disso, traz o resultado da enquete na

seção “Extra” e também alguns suplementos especiais, como “+ design”, “+ educação”, “+ saúde”, “+ tevê”, “+ indústria”, “+ meio ambiente” e “+ moda”.

#### 4.3.4 Valeparaibano na web

O jornal Valeparaibano ingressou no ambiente web em 1997 e, até o ano 2000, a transposição do impresso para a internet era feita de modo simplificado, sem a utilização de recursos que a web possibilita. Depois, o jornal passou por algumas reformulações, sendo a última em 2007, que foi utilizada até o dia 3 de abril de 2010.

9 Visualização da última edição do jornal Valeparaibano na web no dia 03/04/2010.<sup>28</sup>

Nessa versão ilustrada o jornal já disponibilizava alguns recursos, como “últimas notícias”, para o leitor se manter atualizado dos fatos; redes sociais – blogs e twitter –; enquetes; e a versão em PDF. Para ter acesso ao conteúdo das matérias, que era o mesmo do jornal impresso, o leitor precisava se cadastrar no site.

<sup>28</sup> Disponível em <<http://www.valeparaibano.com.br>>. Acesso em: 19 mai. 2010.

### 4.3.5 O Vale na web

De acordo com os responsáveis do novo produto, a versão eletrônica do jornal O Vale traz informações através de textos, imagens, vídeos e áudios, uma vez que “aposta no conceito de interatividade como ferramenta indispensável para a difusão de ideias e para a conquista de um público jovem – que terá papel determinante no futuro da sociedade”<sup>29</sup>.

O ambiente web de O Vale apresenta todo o conteúdo do jornal impresso, além de explorar melhor o setor de serviços e recursos de interatividade, como os comentários em matéria e as redes sociais (já presentes no Valeparaibano, mas agora melhor explorados). A novidade é o acesso do conteúdo pelo celular e a realização de vídeos. Segundo a editora de web, Tânia Campelo, o próximo objetivo é atrair o leitor jovem, mas o projeto ainda está em fase de estudo.

ASSINE A VERSÃO IMPRESSA | ANUNCIE, VEJA O MÍDIA KIT | CLASSIFICADOS, IMOVEIS, VEICULOS, EMPREGOS, DIVERSOS

**O VALE** 19:30 MRV Engenharia

REGIÃO | BRASIL | MUNDO | ESPORTES | VIVER | MOTOR | TV O VALE | VERSÃO PDF

Onde Estou? / Home BUSCA

Quarta-feira, 19 de Maio de 2010 São José dos Campos 18° / 24° Nuvens e chuvas isoladas

**África** O VALE NA COPA

**Viaje com O VALE à África do Sul**  
Tudo sobre os preparativos para a Copa, as cidades, a cultura e o cotidiano da 'nação arco-íris'

Área  
Exportações  
Justiça  
Tráfico  
Dengue

**O VALE traz nesta 4ª**  
Confira as principais notícias da edição desta quarta-feira

**ÚLTIMAS NOTÍCIAS**

Dupla da seleção fica de molho	09:53
Decisão da Fifa é ignorada em 'pelada'	09:50
São José amarga retração no saldo de exportações em abril	09:50
Telefonia e automotivas têm boa fase	09:45
Câmara cobra relatório com impacto da extração	09:43
Pimentel conta os dias para Circuito Mundial	09:38

10 Visualização do jornal O Vale na web.<sup>30</sup>

<sup>29</sup> Idem 21

<sup>30</sup> Disponível em: <<http://www.ovale.com.br>>. Acesso em: 19 mai. 2010.

Esse jornal web é aberto a todo o público e não precisa ter um cadastro, necessário somente para ter acesso à versão PDF do jornal impresso, que adota o Digital Flip, estilo usado em grandes empresas, como Folha de São Paulo.

The screenshot shows the TV O Vale website interface. The browser address bar displays 'TV O VALE - O VALE'. The page layout includes:

- Main Article:** 'Cabo da Boa Esperança' with a video player showing a coastal scene. Subtext: 'Nossos repórteres na África do Sul visitam o Cabo da Boa Esperança, uma dica de turismo para quem for à Copa'.
- Secondary Article:** 'Emprego no Vale' with a video player showing people in a market. Subtext: 'São José, Jacareí e Taubaté registram saldo positivo de 1.814 vagas'.
- Bottom Article:** 'Figurinhas da Copa' with a video player showing a woman. Subtext: 'Álbum vira febre, cria mercado paralelo e atrai centenas de crianças e adultos a posto de gasolina na zona oeste de São José dos Campos. Veja o reportagem de Patrícia Machado'.
- Right Sidebar:** 'ÚLTIMAS NOTÍCIAS' section listing various news items with timestamps, such as 'Ex-técnico critica a diretoria palmeirense' (10:03) and 'Prefeitura diz que casos são 'isolados'' (10:01).
- Bottom Right:** 'O VALE traz nesta 4ª' section with a video player and subtext: 'Confira as principais notícias da edição desta quarta-feira'.

11 Visualização da página da TV O Vale na web.<sup>31</sup>

<sup>31</sup> Disponível em: <<http://www.ovale.com.br/cmlink/o-vale/tv-o-vale>>. Acesso em: 19 mai. 2010.

## 5 ANÁLISES

Os objetos de análise deste trabalho são os jornais regionais *Tribuna de Minas* e *Valeparaibano* (agora *O Vale*), conforme apresentados nos itens anteriores. A análise tem como base o recolhimento de material para estudo: jornais impressos e páginas acessadas desses jornais de Juiz de Fora e São José dos Campos.

### 5.1 TRIBUNA DE MINAS: IMPRESSO X ONLINE

Diante do material recolhido para análise, percebe-se que as matérias de capa das versões impressa e online pouco se diferenciam, uma vez que o primeiro traz mais notícias em seu projeto gráfico. Uma das razões pode ser a oferta de espaços para a disposição das matérias. Já a versão online procura destacar tanto as notícias de importância naquele momento quanto apresentar os destaques de outros suplementos, como a coluna do César Romero, por exemplo. Além disso, as seções de “enquete”, “Boca no mundo” e “previsão do tempo” são fixas em seu projeto gráfico na web.

The image displays three panels illustrating the layout differences between the print and online versions of the newspaper *Tribuna de Minas*.

- Panel 1 (Print):** Shows the front page of the print edition. It features a main headline "Carro atropela, arrasta e mata garoto de 13 anos" and several other news items, including "Militar de JF é baleado na estrada" and "Avião de resgate cai e mata seis no Chile".
- Panel 2 (Online - Print Version):** Shows the online interface with a "VERSÃO IMPRESSA AMPLIADA" button. The main article "Garoto de 13 anos é atropelado, arrastado e morto por carro" is highlighted. Other articles like "Militar de JF é baleado na estrada" and "Avião de resgate cai e mata seis no Chile" are also visible.
- Panel 3 (Online - Web Version):** Shows the online interface with a "MAIS VOOS" article, a photo of two women (Patricia Lima Quintão and Sarah Reis), an "ENQUETE" section titled "RESULTADO FINAL" with a bar chart, and a "BOCA NO MUNDO" section.

12 No primeiro quadrante, a versão impressa. No segundo e no terceiro, a versão online, mostrando as diferenças de capa.<sup>32</sup>

<sup>32</sup> Material referente ao dia 2 de março de 2010, edição de terça-feira.

Tanto a “enquete” quanto a “Boca no mundo” são ferramentas importantes para criar relações diretas com o público. Enquanto na primeira o leitor pode opinar sobre o assunto em pauta do dia ou da semana, na segunda ele pode se manifestar sobre o que desejar. De acordo com o editor geral da Tribuna de Minas, Paulo César Magella, “algumas dessas opiniões são publicadas na versão impressa e não são permitidas palavras de baixo calão ou ofensa a terceiros”. Já a “previsão do tempo” é um recurso do setor de serviços, no qual o público pode ter acesso e se inteirar das condições climáticas previstas para o dia. Isso é importante, já que algumas empresas, fábricas ou comércio dependem, direta ou indiretamente, da meteorologia para realizar o seu trabalho.

É importante notar que não são apenas os destaques que se diferenciam. Os títulos e textos também não são idênticos e, um exemplo disso, pode ser visto na manchete do dia 2 de março, em que na versão impressa o destaque é dado ao carro e, na online, ao menino.

IMPRESSO	Carro atropela, arrasta e mata garoto de 13 anos
ONLINE	Garoto de 13 anos é atropelado, arrastado e morto por carro

<sup>13</sup> Manchete publicada no jornal Tribuna de Minas em 02 de março de 2010.

Outro ponto interessante e referente somente a versão online é que cada editoria faz a apresentação das matérias. Assim o internauta pode escolher aquela que lhe interessar e clicar somente nela. Nessa exposição o lead<sup>33</sup> de algumas notícias é brevemente anunciado para criar o interesse do leitor. Para ler as matérias é necessário clicar em cima do título e, dessa forma, abrirá uma nova janela com o texto na íntegra.

<sup>33</sup> Lead é o trecho introdutório de uma notícia.



PRIMEIRO CADERNO	ECONOMIA
<b>Opinião</b> - Painel - Editorial - Charge - Artigo - Cartas <b>Política</b> <b>Economia</b> <b>Esportes</b> <b>Geral</b> <b>Serviços</b> - Previsão do tempo/Fases da lua - Horários de voos - Indicadores - Cesta básica - Feiras livres - Farmácias - Obituário - Loterias - Feira de alimentos naturais	<b>Consumo de energia em JF atinge patamar pré-crise</b> <p>A carga energética destinada a Juiz de Fora e região no último mês apresentou crescimento de 12,13% em relação a fevereiro do ano passado, atingindo os patamares de consumo pré-crise. Em janeiro, a alta foi de 8,96%. Os índices, divulgados ontem pela Cemig, revelam uma variação acima da esperada. Segundo a empresa, a recuperação deste início de ano foi motivada...</p> <b>Idade para isenção do IR pode cair para 60 anos</b> <b>Votorantim Metais investirá R\$ 300 milhões em Minas</b> <b>Sindipan diz que pão não terá aumento</b> <b>Associação de Moradores de Santa Tereza protocola pedido de isenção de IPTU na Prefeitura</b> <b>Resultado da primeira fase de licitação para táxi sai na próxima semana</b>

14 Exemplo da apresentação das matérias na editoria Economia, publicada na versão online do dia 03 de março de 2010. Nota-se que em algumas notícias o lead já é anunciado para despertar o interesse do leitor pela matéria.

Os títulos das matérias e a apresentação delas nas editorias podem ou não variar, uma vez que essa exposição é mais explicativa. Com isso, o leitor pode entender melhor do que se trata a notícia. Abaixo, seguem alguns exemplos em que o texto varia pouco, muito, ou não variam, respectivamente.

APRESENTAÇÃO	Idade para isenção do IR pode cair para 60 anos
MATÉRIA	Isenção do IR pode cair para 60 anos

15 Matéria publicada em 03 de março de 2010 na editoria Economia.

APRESENTAÇÃO	Associação de Moradores de Santa Tereza protocola pedido de isenção de IPTU na Prefeitura
MATÉRIA	Santa Tereza protocola pedido

16 Matéria publicada em 03 de março de 2010 na editoria Economia.

APRESENTAÇÃO	Tupi ganha reforço na defesa
MATÉRIA	Tupi ganha reforço na defesa

17 Matéria publicada em 04 de março de 2010 na editoria Esportes.

Todo o conteúdo do jornal impresso é publicado na internet, pois assim, o público da Tribuna de Minas pode ler o noticiário tanto pelo papel quanto pelo computador. Outra diferença que se nota é que as matérias digitais não utilizam as fotografias presentes no

impresso: coloca-se apenas o texto formatado com alinhamento à esquerda, sem edição e tratamento adequado para esta mídia.

**PRIMEIRO CADERNO**

**Opinião**

- Painel
- Editorial
- Charge
- Artigo
- Cartas

**Política**

**Economia**

**Esportes**

**Geral**

**Serviços**

- Previsão do tempo/Fases da lua
- Horários de voos
- Indicadores
- Cesta básica
- Feiras livres
- Farmácias
- Obituário
- Loterias
- Feira de alimentos naturais

**Seções**

- Vida urbana
- Vida prática

**CADERNO DOIS**

**Matérias**

**Cesar Romero**

**Confira**

- Cinema
- Shows
- Teatro
- Exposições
- Dicas
- Nos arredores

**Na TV**

- Filmes

**GERAL**

**Acidente com três feridos**

Três pessoas ficaram feridas na manhã de ontem em um acidente de trânsito na Avenida Eugênio do Nascimento, próximo à Embrapa, no Aeroporto, Cidade Alta. O Pálio seguia sentido bairro/Centro, por volta das 7h, quando se chocou contra o Gol que trafegava no sentido contrário. O condutor do Pálio, que não quis se identificar, afirmou que chovia bastante na hora. As dianteiras dos dois carros ficaram destruídas com o impacto. Segundo o sargento da Polícia Militar (PM) Josemar Lima Neto, que atendeu a ocorrência, o motorista e o passageiro que estavam no Gol foram levados para o HPS, onde passaram por avaliação médica e foram liberados. O condutor do Pálio não sofreu ferimentos e seu filho, 17, foi encaminhado ao Monte Sinai, onde foi atendido e liberado.

Os veículos ficaram parados na avenida à espera da perícia. Policiais militares e agentes de trânsito precisaram interditar um trecho da via e orientar os motoristas. O sargento Lima salientou que, com a chuva insistente, os condutores devem ficar atentos, já que o risco de acidentes aumenta. "A prudência tem que ser redobrada. Além disso, é preciso checar os itens de segurança, assim como as condições de pneus e freios e não esquecer de usar o cinto de segurança", alertou.

**Carro invade prédio**

No final da manhã, um carro invadiu a garagem de um prédio na Rua Padre João Emílio, no Alto dos Passos, Zona Sul, após uma batida no cruzamento da via com a Severiano Sarmento. De acordo com a PM, pouco depois das 11h, um comerciante, 30 anos, conduzia um Pálio Weekend pela Padre João Emílio e não teria obedecido à sinalização de Pare, chocando-se contra um Corcel II que seguia pela Severiano Sarmento. Depois do impacto, o Pálio destruiu o portão da garagem do edifício e ainda atingiu um Gol estacionado no interior da mesma. Apesar do susto, apenas o motorista do Corcel, 44, teve um corte na testa, mas dispensou atendimento médico. O proprietário do Gol e subsíndico do prédio, Pedro Carlos de Almeida, 75, ficou surpreso. "Ouvi o barulho e parecia que o edifício estava caindo. Depois me interfonaram e falaram que haviam batido no meu carro. Nem acreditei, porque ele estava dentro da garagem. Foi muito azar." O trânsito ficou tumultuado no local até o início da tarde, quando os veículos foram removidos.

→ Comentar matéria

18 Esta matéria apresenta somente o texto na versão online. Já na impressa, continha a imagem do carro com os estragos do acidente (02/03/2010).

Diante do exposto acima, pode-se notar que as matérias digitais utilizam poucos recursos que a internet oferece. Na matéria “Acidentes com três feridos”, por exemplo, apenas o texto e a interatividade – “comentar a matéria” – são explorados. Essa forma de transpor apenas o conteúdo na íntegra do papel para o ambiente web aconteceu com mais frequência na década de 1990, quando houve o investimento em informática e a equipe era condicionada a trabalhar de modo mais rápido e com a possibilidade de fechar a edição mais tardiamente:

No sector da emissão, as dificuldades inerentes à viabilização econômica dos meios online levou as empresas a recorrerem aos conteúdos já existentes e o elemento comum aos vários meios – imprensa escrita, rádio e televisão – é o texto que serve de base às notícias. Dessa forma, foi com alguma naturalidade que o jornalismo na web se desenvolveu num modelo muito semelhante ao do jornalismo escrito, adotando as mesmas técnicas de redacção usadas na imprensa escrita (CANAVILHAS, 2006, p.04).



O jornal também utiliza o hiperlink para fazer a conexão do texto com uma imagem, gráfico, tabelas, entre outros. Esse recurso é importante por fazer a ligação direta de um conteúdo com outro e, assim, enriquecer a informação para o leitor.

Como se pode notar, o jornal Tribuna de Minas ainda não se mostra avançado no modo de transposição das notícias do impresso para a internet. Além disso, o uso de ferramentas da rede social como “Orkut” e “Twitter”, por exemplo, ainda está em fase de estudo pela equipe. Isso já é importante, pois demonstra que o jornal, de alguma forma, busca se desenvolver juntamente com essas novas mídias.



19 Publicidade presente na versão online do jornal Tribuna de Minas. Nota-se a presença da rede social ligada indiretamente ao jornal.

Após a análise da Tribuna de Minas, percebe-se que a transposição é feita de modo simplificado, uma vez que não faz uso de grande parte dos elementos que a internet possibilita, como por exemplo, vídeos e áudios. No próximo item, o veículo de comunicação em estudo adota um modelo mais complexo e, depois da mudança de marca, a transposição para o ambiente web faz uso também de novas ferramentas.

## 5.2 VALEPARAIBANO: IMPRESSO X ONLINE

O jornal Valeparaibano teve sua última edição circulando no dia 3 de abril de 2010, a qual teve que ser analisada somente pela primeira página na web, pois as outras já

estavam fora do sistema. Nela pôde-se constatar que já havia a exploração de alguns tipos de ferramentas de atualidade e interatividade: seção “últimas notícias”, enquetes, pesquisas, blogs, participação no Twitter e o “Fala Cidadão”. Este último é um espaço para o leitor sugerir, opinar e criticar, ou seja, é a participação do público diretamente com o jornal.

The screenshot displays the Valeparaibano website interface, divided into several sections:

- Últimas notícias (Latest News):** A list of news items with timestamps and categories:
  - 19h00 Polícia:** PM encontra corpo de adolescente em Jacareí...
  - 17h44 Economia:** Time de emprego começa em abril...
  - 16h47 Jacareí:** Prefeitura realiza fiscalização nos táxis...
  - 16h16 Sao José:** Programa Jovem Aprendiz da Revap tem nova turma ...
  - 15h58 Política:** Alckmin deve lançar pré-candidatura até o próximo dia 24...
- Twitter:** A section with the Twitter logo and the text "SIGA O VALEPARAIBANO".
- PESQUISA (Search):** A search bar with the label "Busca" and a "PESQUISAR" button. Below it, a link for "Edições anteriores".
- ENQUETE (Poll):** A poll titled "Um impasse ameaça novos investimentos na General Motors, em São José dos Campos. De quem é a responsabilidade?". The options are:
  - Fábrica
  - Sindicato dos Metalúrgicos
  - Prefeitura
 A "VOTAR" button is next to the "Sindicato dos Metalúrgicos" option. A link "Ver resultados" is at the bottom.

Below the main content area, there is a row of interactive buttons:

- BLOG DE MODA **noCLOSET**
- LEIA O BLOG DO **valeviver**
- PARTICIPE DO **BLOG do LEITOR**
- ENVIE IMAGENS **FotoLeitor**
- LOJA VIRTUAL **valestore**
- PARTICIPE DO **Fala Cidadão**
- VEJA O BLOG DA **Fotografia**

At the bottom, there is a navigation menu with a logo and the following links:

- Opinião
- Região
- Nacional
- Internacional
- Esportes
- Colunistas
- Entrevistas
- Fala Cidadão
- valeviver
- Suplementos
- Classificados
- Expediente

Footer text: valeparaibano © 2010 Todos os direitos reservados. Este material não pode ser publicado, reescrito ou redistribuído sem prévia autorização. Powered by GIAP.

20 Nos quadrantes acima verificam-se a seção de atualidade com as últimas notícias, inserção nas redes sociais e interatividade com o leitor e, por fim, participação do público através de espaços opinativos, respectivamente.

A análise comparativa do Valeparaibano impresso e online esteve um pouco comprometida devido à mudança do produto, pois aconteceu de maneira inesperada, anteriormente ao recolhimento dos materiais. Dessa forma, o estudo priorizou a comparação do jornal O Vale, que nasceu com o fechamento do jornal Valeparaibano para a criação de uma revista mensal que leva a mesma marca.

Após a realização de uma entrevista com a editora de web de O Vale, Tânia Campelo, o que se pode concluir é que o todo conteúdo das matérias no impresso eram publicadas na íntegra na internet, mas reportagens exclusivas locais de impacto não eram disponibilizadas no site antes de ser apurada corretamente. Além disso, os títulos na internet têm um apelo diferente, se comparado ao impresso, e nem sempre os destaques são os mesmos nessas duas mídias.

Diferentemente da Tribuna de Minas, o Valeparaibano explorava a cor, a fotografia e a atualidade em seu ambiente web, o que trouxe mais visibilidade ao site. Porém, para se ter acesso aos dois jornais, era necessário fazer um cadastro para ler as notícias na íntegra e construir seu processo de entendimento com os recursos de hipertexto disponibilizados.

No próximo item, a análise terá como base as modificações e as novidades que O Vale trouxe para o jornal, para o público e para São José dos Campos e região.

### **5.2.1 As modificações trazidas pelo O Vale**

Nasce em 3 de abril o jornal O Vale, com uma proposta inovadora de investimento em vídeos, blogs, novo formato de leitura, enfim, com mais exploração de ferramentas da tecnologia oferecidas pela internet. Pode-se dizer que as mudanças foram mais efetivas no quesito avanços do que nas modificações propriamente ditas. Assim, a divulgação de todo o conteúdo, os destaques e os títulos diferentes no impresso e no online, a atualidade com as “últimas notícias”, as “enquetes” e todos os outros elementos presentes no antigo Valeparaibano ainda fazem parte desse novo produto.



21 No site O Vale é possível acessar aos vídeos aos blogs.

De acordo com a editora de web, o projeto gráfico de O Vale possui mais espaços para as notícias e, dessa forma, os textos estão mais curtos. A redação é integrada com vídeos e produção de material. Além disso, apesar de ser um jornal regional, a página principal do site conta com notícias do Brasil, do Mundo e também de editorias de cultura.

Ainda segundo Tânia Campelo a atualização do site acontece durante a madrugada, pois das 7h30 às 10h30 é o período em que há o maior número de acessos. No decorrer do dia algumas notícias podem sofrer modificações, mas a seção de "últimas notícias" e a "home" têm prioridade para ser atualizadas. O próprio sistema utilizado pelo O Vale permite que o conteúdo do jornal seja adaptado para a linguagem de celular e enviado aos leitores dessa mídia.

## S. José faz audiência pública para debater a RM do Vale

A Frente Parlamentar em Defesa do Vale do Paraíba promove hoje a primeira de uma série de três audiências públicas para discutir a transformação do Vale em Região Metropolitana. O encontro será às 19h na Univap, na zona oeste de São José Legislativo



## Câmara de Taubaté aprova aumento para os vereadores

Projeto de lei aprovado ontem eleva os subsídios dos vereadores de R\$ 5.457,03 para R\$ 5.744,06. No caso do presidente do Legislativo, o vencimento passará de R\$ 6.192 para R\$ 6.517,67. Projeto aprovado ainda depende da sanção do prefeito Roberto Peixoto

## Primeira etapa da vacinação contra pólio será realizada no sábado

São José dos Campos pretende vacinar 42.800 mil crianças menores de 5 anos. Além das UBS, outros 45 postos de vacinação volantes serão espalhados pela cidade

22 Conteúdo para celular. Edição do jornal O Vale de 10 de junho de 2010.

Uma diferença que se nota em relação ao Valeparaibano e à Tribuna de Minas é o acesso livre às matérias do site. No jornal O Vale o leitor pode acompanhar todo o conteúdo pela internet sem necessitar de um cadastro. Apenas para acessar ao jornal em formato PDF é necessário entrar com o login e a senha do assinante. Nesse formato, O Vale já utiliza o “Digital Flip”, um sistema de folhear páginas como se fosse uma revista, também utilizado por jornais como O Globo, por exemplo.



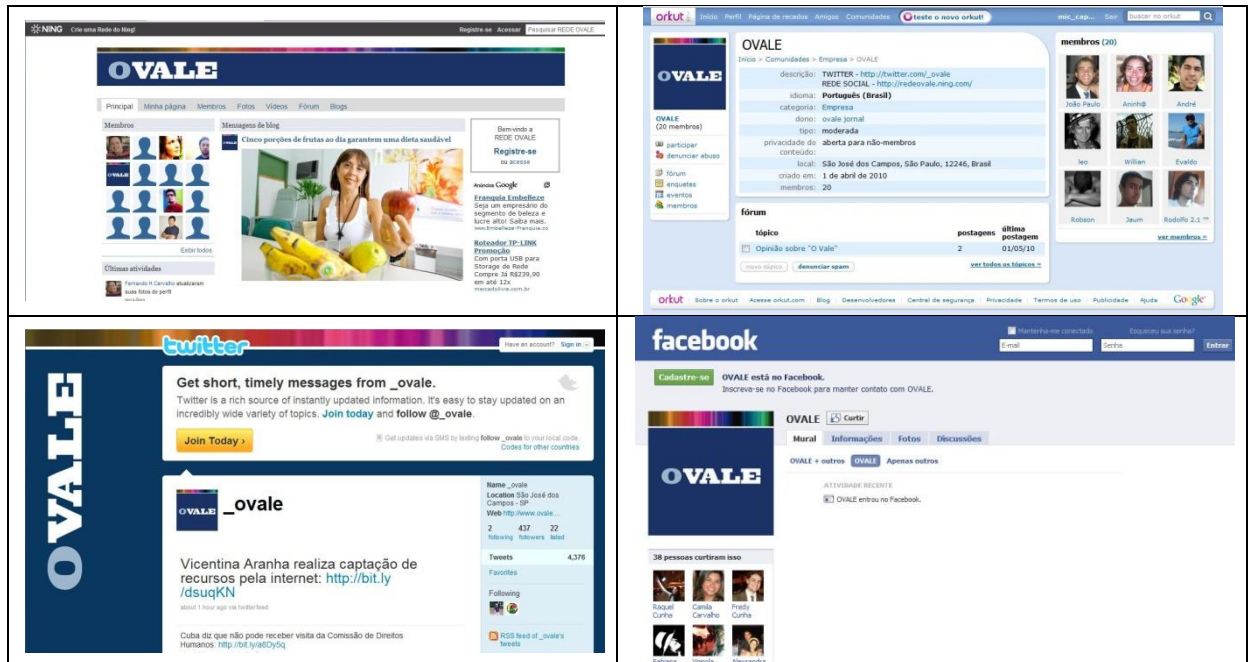
23 O leitor pode acessar ao jornal em formato PDF, através do “Digital Flip”.<sup>34</sup>

Com o avanço dos meios de comunicação, os jornais, enquanto instituições, também procuram acompanhar esse desenvolvimento. Sendo assim, há a integração e a

<sup>34</sup> Página do jornal O Vale em PDF, edição do dia 10 de junho de 2010.



inserção dos veículos nas redes sociais e de relacionamento (Orkut, Twitter e Facebook). O Vale é um jornal que está presente nessas redes.



24 O Vale está presente em redes sociais e de relacionamento: Rede Social, Orkut, Twitter e Facebook, respectivamente.<sup>35</sup>

Algumas técnicas do jornal O Vale são heranças do Valeparaibano, como a transposição do conteúdo na íntegra, com adaptações da linguagem para a internet em relação, principalmente, ao tempo; títulos com um teor apelativo diferente no impresso e no online; destaques diferenciados para as matérias de capa do papel e da internet.

No impresso há uma matéria central em destaque, uma segunda notícia de importância também recebe o devido tratamento e as demais são dispostas no jornal de modo que possam atrair o leitor para determinados assuntos. Em cima da logomarca ainda são colocadas algumas chamadas em relação ao mundo e a outros conteúdos, apesar das notícias regionais possuírem uma relevância maior em relação às demais. Os resultados da enquete são publicados na versão impressa, mas o público também pode conferir na web.

Já no site é possível dar destaque a mais de duas matérias, através de um sistema dinâmico que permite ao leitor estar atento aos fatos mais importantes. O vídeo com a edição

<sup>35</sup> Edição do jornal O Vale com acesso em 10 jun. 2010.

do dia, a seção “últimas notícias” e a “enquete” também são disponibilizados na página principal para atrair a atenção do público.

The screenshot shows the O VALE website interface. At the top, there are navigation tabs for 'Jabulani', 'QM', 'Legislativo', and 'Dengue'. The main headline reads 'Jogadores do Vale aprovam a Jabulani; concorra a 1 bola'. Below it is a sub-headline and a short paragraph. To the right, there is a video player with the title 'O VALE traz nesta 3ª' and a list of 'ÚLTIMAS NOTÍCIAS' with timestamps. At the bottom right, there is a section for 'O VALE DE HOJE' with options like 'Edição na Inteira' and 'Seja um Assinante'. A Chevrolet advertisement is also visible in the center.

25 Página principal da edição do dia 1º de junho de 2010, com os destaques, o vídeo, a enquete e as últimas notícias.

Os textos e os títulos da primeira página das duas versões do jornal são diferentes, respeitando os valores e as características de cada mídia. Nota-se que os títulos da web são mais explicativos que os do impresso, uma vez que este último ainda utiliza recursos como o antetítulo (chapéu) e o subtítulo (bigode) para complementar o título. Assim, a leitura e a compreensão da notícia se tornam mais evidentes para o público.

IMPRESSO	Nós testamos a bola da Copa
ONLINE	Jogadores do Vale aprovam a Jabulani; concorra a 1 bola

IMPRESSO	Assalto em Potim
ONLINE	Polícia procura ladrão que roubou R\$ 60 mil da casa do Prefeito de Potim

26 Exemplos de títulos de notícias para matérias impressa e online.

Vale ressaltar que o conteúdo das notícias é o mesmo nas duas versões e, diferentemente da Tribuna de Minas, as matérias do jornal O Vale utilizam algumas fotos do impresso, mas com legendas diferentes.

A seção “últimas notícias” equivale a pequenas notas sobre os assuntos em destaque no momento. Se necessário, os links para textos complementares são disponibilizados na página da matéria. É importante lembrar que o hipertexto é um dos recursos da internet mais utilizados no jornal, além da integração do texto com áudio, vídeo e fotos. Como se pode notar, O Vale tem a multimídia como a sua característica principal.



## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Antes do surgimento do jornalismo, o que havia eram formas embrionárias da escrita, uma vez que há um século de distância entre o aparecimento da escrita e da imprensa. Após a revelação dessas duas técnicas é possível ampliar a reprodução de mensagens, ou seja, de informação. Ao mesmo tempo propiciam a possibilidade de fixação das mesmas, já que são difundidas através da oralidade, da escrita, da imagem e, mais recentemente, do meio audiovisual.

Os meios de comunicação podem ser considerados condições de existência do jornalismo e também servem de parâmetros para a maneira pelo qual ele se manifesta, pois a atividade jornalística procura se adaptar às mudanças ocorridas na sociedade, para acompanhá-las. Isso acontece de forma tão rápida que no decorrer deste trabalho houve a mudança de linha editorial do jornal Valeparaibano. Depois de 58 anos de história no jornalismo joseense, a marca foi inserida num modelo diferenciado de publicação: revista mensal, e nasceu um novo jornal com uma proposta inovadora: aliar a escrita aos meios audiovisuais. Isso pode ser demonstrado através do próprio slogan de O Vale – “leia, assista, conecte-se”.

O impresso é um meio tradicional e tem como característica principal a linearidade da leitura. Além disso, a facilidade de manipulá-lo, o custo e os recursos limitados são outras características inerentes a esse meio. É importante notar que este tipo de jornal tem linguagem própria (jornalística) e um bem cultural consumido pelas massas. Como a publicação diária é a mais comum, vale lembrar que a periodicidade pode mudar e que o jornal foi o primeiro, e durante muito tempo, o principal espaço de atividade profissional do jornalista. Hoje, discute-se muito o futuro do jornal impresso, visto que a internet é uma

ampla fonte de informação, na qual somos ao mesmo tempo produtores e consumidores da mensagem.

Já o digital, caracterizado pela não-linearidade da leitura, permite o uso de novas ferramentas, como a interatividade, o hiperlink, a atualização constante, a memória. Dessa forma, percebe-se que a mídia impressa tem se adaptado à internet, através da publicação de seu conteúdo na versão online. Dentre as características da web estudadas – multimídia/convergência, interatividade, hipertextualidade, customização do conteúdo/personalização, memória e instantaneidade/avaliação contínua – percebe-se que nem todas são exploradas nessa fase de tradução do impresso para o online. Cada empresa jornalística adota o procedimento que julgar melhor. Alguns preferem que a versão online seja o espelho da impressa. Outros, pelo contrário, disponibilizam algo que vai além do papel, como a atualização das informações de sua região e do mundo.

Um dos objetos de análise foi o jornal *Tribuna de Minas*, diário pertencente ao Grupo Solar de Comunicação. Fundado em 1982, o veículo circula por Juiz de Fora e cidades da região. A versão online desse jornal é um espelho do seu modelo impresso, sem fazer uso de ferramentas características de portais de notícias, como plantões, por exemplo. Dessa forma, o leitor pode escolher a maneira mais confortável de lê-lo, pois são idênticas. Para ler na internet é necessário fazer um cadastro gratuito e depois navegar pelas páginas do jornal.

O outro objeto de estudo priorizou o jornal *O Vale*, antigo *Valeparaibano*, fundado em abril de 2010 e com circulação diária nos municípios do Vale do Paraíba, Serra da Mantiqueira e Litoral Norte. Com sede em São José dos Campos e sucursais instaladas nas cidades de Jacareí, Taubaté, Caraguatatuba e Guaratinguetá, o jornal mantém uma ampla cobertura de toda a região. *O Vale*, diferentemente da *Tribuna de Minas*, faz uso de alguns recursos possibilitados pela internet, como vídeos, interatividade, hipertextualidade, atualização constante e memória. Em sua página digital podemos perceber que há um espaço

para as últimas notícias, de modo que o leitor pode se atualizar durante o dia, além de possuir conteúdos que constam em sua versão impressa.

Diante desses dois veículos, percebe-se a nítida diferença de aproveitamento da internet nessa fase de transposição do impresso para a web. Enquanto o jornal juizforano não tem a preocupação de aprofundar o uso das novas ferramentas de adaptação, o joseense já traz em seu slogan a inovação.

Nesse mundo de mudanças constantes é importante a adaptação dos veículos de comunicação, uma vez que são eles os responsáveis por transmitir a mensagem ao público. Com mais recursos novos e atuais, a credibilidade da instituição é elevada, pois mostra evolução e atualização constantes. Esta última considerada uma das características básicas do jornalismo moderno.

O jornal digital pode ser considerado, em primeira instância, o difusor da informação, enquanto cabe ao impresso a publicação mais elaborada do que foi publicado na internet. Os meios digitais seriam, dessa forma, uma nova etapa do jornalismo impresso e não a sua ruptura. É tarefa de cada veículo se adaptar da maneira que lhe convém para fazer parte dessa nova tendência que se configura.

## 7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARTIGOS ELETRÔNICOS

CANAVILHAS, João Messias (2006) **Da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. Universidade da Beira Interior, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>>. Acesso em: 18 mai. 2010.

COSTA, H.; SALERNO, F. **Um Vale melhor**. [Editorial]. O Vale, ano 1, p.1, abr.2010. Disponível em: < <http://www.digitalflip.com.br/ovale/flip/default.asp>>. Acesso em: 4 abr. 2010.

LEMONS, André. **Anjos Interativos e Retribalização do Mundo: Sobre interatividade e interfaces digitais**. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/interac.html>. Acesso em: 18 mai. 2010.

- LIVROS

BELTRÃO, Luiz. **Teoria e prática do Jornalismo**. Adamantina: FAI / Cátedra Unesco Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional / Edições Omnia, 2006. 146 p.

ERCILIA, Maria. **A internet**. - 2 ed. São Paulo: Publifolha, 2001. – (Folha explica). 100 p.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2003. (Coleção Comunicação). 120 p.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e Implicações do Jornalismo na WEB**, trabalho apresentado no II Congresso da SOPCOM, Lisboa, 2001.

\_\_\_\_\_. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**. In: MACHADO, Elias, e PALACIOS, Marcos. Modelos de jornalismo digital. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003 – Coleção Pixel: 1) 233 p. : II

MUSSE, Cristina Ferraz. **Mídia e cidade: A produção de subjetividade nas páginas de um jornal diário de Juiz de Fora**. Anais do I Encontro Regional de Comunicação. Juiz de Fora: FACOM-UFJF, 2003. (CD' Rom).

PALACIOS, Marcos. **Ruptura, continuidade e potencialização do jornalismo on-line: o lugar da memória**. In: MACHADO, Elias, e PALACIOS, Marcos. Modelos de jornalismo digital. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003 – Coleção Pixel: 1) 233 p. : II

PAVLIK, Jonh (2001) e SILVA Jr., José Afonso (2002). **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**. In: MIELNICKZUK, Luciana. Trabalho apresentado no 12º Congresso da Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação). Recife, 2003.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet**: planejamento e produção da informação on-line. São Paulo: Summus, 2003. (Coleção novas buscas em comunicação; v. 71). 281 p.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. Ed. 4: Rio de Janeiro, Mauad: 1999.

- JORNAIS E PERIÓDICOS

O VALE. São José dos Campos, ano 1, 04 abr 2010.

TRIBUNA DE MINAS. Juiz de Fora: Grupo Solar, ano 27, 02 mar. 2010.

TRIBUNA DE MINAS. Juiz de Fora: Grupo Solar, ano 27, 18 mai. 2010

VALEPARAIBANO. São José dos Campos, ano 58, 28 fev. 2010.

VALEPARAIBANO. São José dos Campos, ano 58, 02 mar. 2010.

- PORTAIS E SITES

O VALE. São José dos Campos. Disponível em: <<http://www.ovale.com.br>>. Acesso em: abr./jun. 2010.

PORTAL CONVENTION & VISITORS BUREAU, Disponível em: <<http://www.juizdeforaconvention.com.br/index.php?pagina=conteudos.php&codmaterial=55>>. Acesso em: 13 mai. 2010.

PORTAL SÃO JOSÉ DOS CAMPOS. Disponível em: <<http://www.saojosedoscamos.com.br/industria/index.php>>. Acesso em: 13 mai. 2010.

PORTAL WIKIPEDIA. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/S%C3%A3o\\_Jos%C3%A9\\_dos\\_Campos](http://pt.wikipedia.org/wiki/S%C3%A3o_Jos%C3%A9_dos_Campos)>. Acesso em: 13 mai. 2010.

PREFEITURA DE JUIZ DE FORA. Disponível em: <<http://www.pjf.mg.gov.br/cidade/apresentacao.php>>. Acesso em: 13 mai. 2010.

PREFEITURA DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS. Disponível em: <<http://www.sjc.sp.gov.br/acidade/index.asp>>. Acesso em 13 mai. 2010.

PRIBERAM. Disponível em: <<http://www.priberam.pt/dlpo/>>. Acesso em 13 mai. 2010.

REVISTA VALEPARAIBANO. São José dos Campos. Disponível em: <<http://www.valeparaibano.com.br>>. Acesso em: 4 abr. 2010.

TRIBUNA DE MINAS. Juiz de Fora. Disponível em: <<http://www.tribunademinas.com.br>>. Acesso em: mar./jun. 2010.

VALEPARAIBANO. São José dos Campos. Disponível em:  
<<http://www.valeparaibano.com.br>>. Acesso em: abr./mai. 2010.

# APÊNDICES

## APÊNDICE 1 – Entrevista Tribuna de Minas

Entrevista realizada via e-mail com o editor geral da Tribuna de Minas no dia 27 de maio de 2010.

Q: O jornal impresso já passou por quantos projetos gráficos? Quando foi a última reformulação gráfica? Qual foi o objetivo dessa última reforma gráfica? Quais foram as mudanças mais significativas?

Paulo César: Todos os jornais têm um tempo de carência em seus projetos gráficos. No nosso caso, estávamos há cerca de 10 anos sem fazer mudança. Creio que é a terceira ou quarta, não posso precisar, mas de grande porte foi a segunda. Ambas produzidas pelo designer Luiz Adolfo, que é vice-presidente da Associação Mundial de Designers para a América do Sul. Ele também fez os projetos gráficos dos jornais da RBS, como Zero Hora e Diário Catarinense. As mudanças mais significativas ficaram em torno das fontes, que facilitaram a leitura e o espaçamento, que aumentou. Os jornais estão cada vez mais revitalizados (em formato e com conteúdo de revistas) e com grandes espaços em branco.

Q: Qual o principal público-alvo do jornal Tribuna de Minas?

Paulo César: A Tribuna alcança, sobretudo, as classes A, B e C.

Q: Qual a linha editorial do jornal e que tipo de matérias são mais abordadas?

Paulo César: O jornal, desde a sua primeira edição, em 1º de setembro de 1981, defende a livre iniciativa. As matérias mais abordadas são de cunho local. O localismo é a tendência mundial. Como não podemos competir com os grandes grupos, damos foco à cidade. Aqui, levamos muito mais vantagem, sem, no entanto, abandonar o melhor do nacional e do internacional.



Q: Quais agências de notícias fornecem matérias para a Tribuna de Minas? Que tipo: nacional, internacional, esporte.

Paulo César: Trabalhamos com as agências Estado e Associated Press, Gazeta Press e Carta Z.

Q: Quem é o responsável pela web (editor de web)?

Paulo César: Temos um técnico que faz o trabalho de transbordo do material para a Internet, mas o controle é o mesmo da Redação. Temos uma editoria Executiva e uma chefia de reportagem que fazem esse acompanhamento, além da Editoria Geral.

Q: Quantas páginas têm o Primeiro Caderno e o Caderno Dois durante a semana e nos finais de semana?

Paulo César: Depende do fluxo comercial, mas normalmente temos 12 páginas no primeiro caderno e 6 no Segundo. Aos domingos acrescentamos um Caderno próprio de Esportes e a Coluna César Romero. Em todas as edições temos o Caderno de Classificados. Às quintas-feiras o suplemento Carro & Cia, que trata de automóveis.

Q: Qual é o objetivo do Caderno Dois?

Paulo César: Dar espaço às demandas culturais, sobretudo.

Q: Como é a publicidade no jornal?

Paulo César: Temos um departamento próprio, que comercializa e interage com a redação na definição das páginas.

Q: Explique a seção Boca no mundo da internet. Desde quando existe a versão online?

Paulo César: Nossa versão online tem cerca de 10 anos, quando também começou o Boca no Mundo. Trata-se de um espaço, como o próprio nome diz para o leitor se manifestar. Algumas opiniões vão também para a edição impressa. Não permitidos, porém, palavras de baixo calão ou ofensa a terceiros.

Q: E a relação com o Twitter ou outras redes sociais?

Paulo César: Estamos estudando a adoção dessas ferramentas.

## APÊNDICE 2 – Entrevista O Vale

Entrevista realizada pessoalmente, sem gravação, com a editora de web do jornal O Vale, Tânia Campelo, no dia 18 de maio de 2010.

Q: Desde quando existe a versão online?

Tânia Campelo: Em 1997 foi criada a versão online do jornal Valeparaibano. Já em 2007 o site passou por uma reformulação e até abril deste ano (2010) não havia uma atualização. Quase todo o conteúdo do jornal é colocado no site, apenas as reportagens exclusivas locais de impacto não são disponibilizadas.

Q: Qual o período de atualização?

Tânia Campelo: A atualização da primeira página e da seção últimas notícias é prioridade. A home fica pronta com as principais matérias do dia seguinte e é atualizada por volta das 23h. O período de maior acesso é entre 7h30 e 10h30 da manhã. Já a seção “últimas notícias” é atualizada entre às 7h e 23h. A agenda é atualizada à medida que os fatos ocorrem.

Q: A transposição sempre foi feita da mesma forma?

Tânia Campelo: O site do jornal Valeparaibano não tinha muita interação entre o leitor e o jornal, apenas o “Fale conosco” e também não explorava a fotografia. Já no jornal O Vale tem comentário em matérias, fotos, inserção no Twitter, vídeos, o conteúdo pode ser acessado pelo celular. A empresa utiliza o sistema Hictex (Polopoly) que adequa a linguagem do site para o celular. Além disso, os blogs estão mais bem explorados nesse jornal. Todo o conteúdo é aberto e o jornal em PDF é disponibilizado assim como em grandes jornais, através do Digital Flip.

Q: Com a mudança de empresa e, provavelmente, da política editorial, houve alguma alteração no modo de produção e disponibilização das notícias?

Tânia Campelo: O que aconteceu é que o diretor do jornal Valeparaibano tinha um projeto de criar uma revista, mas que levaria essa marca. Dessa forma, o filho dele criou uma nova empresa, O Vale, no dia 4 de abril de 2010. Não podemos falar que houve uma mudança. O jornal é novo e a política editorial é a mesma. O que mudou é a forma, uma vez que produção jornalística sofreu uma mudança radical, com um projeto gráfico novo herdado do jornal anterior. No O Vale o texto está mais curto e há mais espaço para a notícia; a redação é integrada com vídeo e produção de material; e há exploração melhor da parte de serviços. Os títulos do texto na internet têm um apelo diferente se comparado ao impresso e nem sempre o destaque do online é o mesmo do papel.

Q: E quanto ao público?

Tânia Campelo: O público é aquele que acompanha o noticiário, é aquela pessoa que trabalha e que quer estar bem informada. Na região, atingimos principalmente a Embraer, a Câmara Municipal e a Prefeitura. O jornal é o principal da região: tem notícias do mundo, do Brasil e da região. O próximo passo é atrair jovens leitores, pois ainda não há um espaço para os jovens.