

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

**Um estudo de caso sobre a adaptação da Tribuna de Minas à
internet.**

**JUIZ DE FORA
JULHO DE 2012**

GUSTAVO SANTOS RIBEIRO

Um estudo de caso sobre a adaptação da Tribuna de Minas à internet.

Monografia de Conclusão de Curso
apresentada como requisito parcial
para obtenção de Grau de Bacharel
em Comunicação Social na Faculdade
de Comunicação Social da UFJF

Orientador: MS Jorge Carlos Felz
Ferreira

**JUIZ DE FORA
JULHO DE 2012**

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por me guiar nessa jornada e por sempre iluminar meus caminhos.

Aos professores da Faculdade de Comunicação Social da UFJF pelos conhecimentos transmitidos e compartilhados. Em especial, ao orientador desse Projeto Experimental Prof. MS. Jorge Carlos Felz Ferreira pelos conselhos, atenção e calma com a qual conduziu esse trabalho.

Ao meu pai pela confiança e exemplo de determinação. À minha mãe por sempre me passar confiança e por seu companheirismo. À minha namorada, Andiara, pelas diversas correções, por sempre estar ao meu lado e por acreditar em mim quando nem eu mesmo pensava ser possível.

Aos amigos da FACOM pelos momentos compartilhados, experiências, viagens, festas chopadas e apertos que passamos juntos.

Aos profissionais da Tribuna de Minas, objeto de estudo nesta monografia, pela atenção e por serem sempre solícitos as minhas diversas indagações, sejam nas entrevistas ou por e-mail.

A todos meu muito obrigado.

RESUMO

Este trabalho analisa a inserção da Tribuna de Minas, tradicional jornal impresso da cidade de Juiz de Fora, na internet. A análise está pautada em entrevistas com editores do jornal, recolhimento de material pela rede para elaboração das observações e revisão bibliográfica. A versão impressa da Tribuna de Minas possui circulação diária, exceto às segundas-feiras, enquanto o site tem seu conteúdo atualizado diariamente. A adaptação dos veículos impressos à internet é uma realidade, e desde 1996, a Tribuna de Minas mantém seu site no ar. As possibilidades da grande rede estão sempre em mutação e expansão, por isso acompanhá-las é sempre um desafio.

PALAVRAS-CHAVE: Webjornalismo. Convergência de mídias. Jornalismo em Juiz de Fora.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

TABELAS

1	Resumo das nomenclaturas sobre práticas de produção e disseminação de informação no jornalismo contemporâneo	20
2	Quadro com as editorias no Primeiro Caderno do jornal Tribuna de Minas	30

GRÁFICOS

1	Utilização de navegadores no planeta em março de 2012	17
2	Utilização de navegadores no Brasil em março de 2012	17

FIGURAS

1	Esferas que ilustram a delimitação das terminologias sobre práticas de produção no jornalismo contemporâneo	22
2	Site que explora a utilização de recursos multimídia	23
3	Página que permite a emissão de comentários sobre as matérias	24
4	Capa da versão impressa do jornal Tribuna de Minas do dia 26/04/2012	29
5	Primeira página do Caderno Dois do jornal Tribuna de Minas do dia 24/07/2011	31
6	Exemplo da versão online do dia 14/11/2010	33
7	Site após sofrer sua última reformulação	34
8	Perfil da Tribuna de Minas no Facebook	35
9	Divisão das editorias no site	35
10	Parte superior da página inicial do site	37
11	Parte inferior da página inicial	38
12	Destaque dado a matéria principal do site	38
13	Visualização de infográfico	40
14	Matéria na qual há a postagem de vídeo	40
15	Campos que devem ser preenchidos para a postagem de um comentário	41

16 Exemplo de link interno	43
17 Local para pesquisa no site	45
18 Resultado da pesquisa pela palavra jornalismo	45
19 Exemplos da atualizações do site	47
20 Perfil da Tribuna de Minas no Twitter	48
21 Perfil do Facebook do jornal Tribuna de Minas	49

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 JORNALISMO E INTERNET	10
2.1 JORNALISMO	12
2.2 INTERNET	14
2.3 JORNALISMO NA INTERNET	17
2.3.1 Diferentes nomenclaturas	20
2.3.2 Características do webjornalismo	22
2.3.3 Multimídia e convergência	23
2.3.4 Interatividade	24
2.3.5 Hipertextualidade	25
2.3.6 Customização do conteúdo web ou personalização	25
2.3.7 Memória	26
2.3.8 Instantaneidade/atualização contínua	26
3 JORNAL TRIBUNA DE MINAS	27
3.1 IMPRESSO	29
3.2 O JORNAL NA WEB	32
4 ANÁLISE DO SITE DA TRIBUNA DE MINAS	37
4.1 MULTIMIDIALIDADE E CONVERGÊNCIA	39
4.2 INTERATIVIDADE	41
4.3 HIPERTEXTUALIDADE	42
4.4 PERSONALIZAÇÃO	43
4.5 MEMÓRIA	44

4.6 INSTANTANEIDADE/ATUALIZAÇÃO CONTÍNUA	46
4.7 REDES SOCIAIS	48
4.8 CLASSIFICAÇÃO CONFORME LUCIANA MIELNICZUK	49
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	51
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	54
APÊNDICES	56
APÊNDICE A – ENTREVISTA COM A EDITORA DO JORNAL TRIBUNA DE MINAS GABRIELA GERVASON	56
APÊNDICE B – PERGUNTA ENVIADA AO EDITOR GERAL DO JORNAL TRIBUNA DE MINAS PAULO CESAR	60

1 - INTRODUÇÃO

Este trabalho procura estudar as características do jornalismo feito para a internet. Além disso, visa analisar como esses atributos são, ou não, encontrados no site do principal periódico da cidade de Juiz de Fora, o jornal Tribuna de Minas. Almeja-se, dessa forma, não só traçar uma discussão teórica do webjornalismo, como também entender as aplicações da teoria em um veículo de comunicação que é referência para Juiz de Fora e região. Pretende-se também fazer um recorte de como é o funcionamento e composição do site atualmente para que esse estudo sirva de fonte de comparação para trabalhos posteriores.

As mudanças e os avanços tecnológicos ocorrem de forma muito rápida, e com a internet essas transformações acontecem em um ritmo alucinante. Criada pelos norte-americanos como meio de comunicação militar, a grande rede acabou sendo difundida para a população civil que a adequou aos seus anseios. No início, as páginas apresentavam um layout rudimentar e simples. Os textos eram os principais conteúdos veiculados na rede, e fotos eram raras.

Muitas inovações ocorreram desde a popularização da grande rede no início dos anos 1990. As páginas ficaram mais dinâmicas e além de fotos e textos, passou a ser possível a inserção de áudios, vídeos, animações e infográficos na rede.

Já no ano de 1994, percebeu-se que a divulgação de notícias poderia ser explorada nessa nova plataforma de comunicação. Surgiram os portais noticiosos, ainda sem uma linguagem definida, muito similar a do impresso. Com o passar do tempo, novas possibilidades para a veiculação de notícias foram descobertas e as potencialidades

jornalísticas da rede foram desenvolvidas. Diante dessas mudanças, a internet transformou-se inegavelmente em um relevante meio de comunicação, sendo o mais popular entre os jovens.

Este trabalho é dividido em três capítulos que abordam a história do jornalismo, o surgimento da internet até sua consolidação como meio de comunicação. Além disso, busca discutir a fusão entre jornalismo e internet passando por uma análise do site que servirá de objeto de estudo na pesquisa.

O primeiro capítulo aborda brevemente a evolução da atividade jornalística, desde seu surgimento em uma época permeada por transformações na Revolução Francesa, até os dias atuais. Discutiremos também sobre o surgimento da internet, ainda na década de 1980, sua difusão e popularização. Após essa abordagem histórica, partiremos para a análise do jornalismo feito para a internet. Apresentaremos a evolução do webjornalismo, segundo os autores Marcos Palácios, Elias Machado, José Benedito Pinho, Pollyana Ferrari e Luciana Mielniczuk a qual sugere a análise desse desenvolvimento em etapas. Faremos um histórico do jornalismo na grande rede, ressaltando-se as diferentes nomenclaturas dadas ao jornalismo realizado para a web e discutindo suas características: a multimídia, a interatividade, a hipertextualidade, a possibilidade de personalização do conteúdo e a grande capacidade de memória.

No segundo capítulo, há a apresentação do objeto de estudo do trabalho, o site da Tribuna de Minas. Relata-se a história do jornal, processo fundamental para que entendamos a estrutura das versões online no ar desde 1996. A versão impressa do jornal e o site da Tribuna de Minas são assuntos desse capítulo. Por último, há o capítulo no qual analisaremos a página do jornal na grande rede, baseado nas teorias expostas no primeiro capítulo e discutiremos a atuação do jornal nas redes sociais Twitter e Facebook.

2 – JORNALISMO E INTERNET

Em seu advento, a atividade jornalística visava influenciar, persuadir e propiciar à população possibilidades de acesso a informações sobre os abusos e desmandos cometidos pelos governantes. Mas fazer com que as mensagens fossem partilhadas por muitas pessoas nem sempre foi uma tarefa fácil, por isso mesmo antes da consolidação do jornalismo, as formas de circulação de informações foram mudando e evoluindo no decorrer dos anos.

Na antiguidade, lendas, ensinamentos e informações eram passadas em sua maioria pela comunicação oral, já que poucos dominavam a linguagem escrita. As palavras faladas por um narrador, antes só atingiam os ouvintes próximos a ele. A informação, dessa maneira, circulava de forma direta somente a um grupo restrito de pessoas.

Com o advento da prensa com tipos móveis, em 1440 por Gutenberg, a tarefa de ser acessível a um grande público foi facilitada. As palavras foram sendo multiplicadas em forma de textos nas páginas de livros. “Por volta de 1500, haviam sido instaladas máquinas de impressão em mais de 250 lugares na Europa – 80 na Itália, 52 na Alemanha e 43 na França” (ASA Briggs e PETER Burke, 2004, p. 26). A mensagem, que na comunicação oral se restringia às pessoas próximas ao orador, com a publicação mais efetiva de textos, passou a ser acessível a um maior público, fato que contribuía para a circulação de conhecimentos e informações. Após a popularização e difusão da prensa pelo planeta, a circulação de jornais também foi ampliada. Os jornais podiam ser impressos com maior agilidade atingindo um público mais significativo.

A criação do telégrafo em 1837 representou mais uma evolução na circulação de mensagens que podiam percorrer grandes distâncias. Segundo Briggs e Burke (2004, p. 140), “A telegrafia foi o primeiro grande avanço da área de eletricidade”. As mensagens podiam percorrer rapidamente distâncias continentais. No ano 1876, Alexander Graham Bell patenteou o telefone, aparelho capaz de transmitir sons por meio de sinais elétricos, dessa forma, informações percorriam grandes distâncias em pouco tempo.

No decorrer dessa evolução, passamos para os meios de comunicação de massa. Ainda no fim do século XIX, palavras passaram a ser propagadas pelas ondas do rádio. Com a radiodifusão, a mensagem podia circular sem a necessidade de fios. Depois do rádio, o meio de comunicação que ganhou grande notoriedade foi a televisão com suas imagens em movimento. Com a evolução tecnológica, as grandes redes de TV passaram a ter seus sinais circulando por todo o país. A mensagem quando difundida por esses dois meios de comunicação, sobretudo a televisão, vence fronteiras e deixa de ter uma abrangência local para ter um apelo nacional.

Uma revolução na circulação de informações e notícias vem ocorrendo com a popularização da internet. A internet é capaz de reunir as características de todos os meios de comunicação em uma só plataforma. Sons, textos, imagens, vídeos, e animações podem ser usadas para a transmissão de mensagens, que com a grande rede desconhecem limites temporais ou espaciais. A internet diminui as distâncias e rompe as barreiras do tempo, pois permite a comunicação entre pessoas, veiculação de notícias por todo planeta de maneira instantânea. A internet, com suas possibilidades multimidiáticas transformou a maneira de se consumir informações e de se fazer jornalismo. Para que entendamos como a internet se agrega ao jornalismo, vamos tratar da origem e evolução de ambos de forma breve.

2.1 - JORNALISMO

Para Ciro Marcondes Filho, a evolução da atividade jornalística é dividida em três fases, tendo seu início verdadeiramente representativo com a Revolução Francesa, na luta contra o absolutismo:

O jornalismo é filho legítimo da Revolução Francesa. Ele expande-se a partir da luta pelos direitos humanos nesta que foi a “revolução símbolo” da destituição da aristocracia, do fim das monarquias e de todo o sistema absolutista herdado da idade média, assim como da afirmação do espírito burguês (MARCONDES FILHO, 2000, p. 10).

O aparecimento do jornalismo está ligado à democratização do saber, impulsionado pela criação da prensa por Gutenberg, “O saber, o acesso aos documentos, o direito à pesquisa estiveram, até a invenção dos tipos móveis por Gutenberg, nas mãos da igreja (MARCONDES FILHO, 2000, p. 10).

O jornalismo, portanto em seu surgimento tem a função panfletária e persuasiva, já que pretendia conscientizar o povo dos abusos cometidos pelos governantes. Para Ciro Marcondes Filho (2000, p. 11), “É a Época de ebulição do jornalismo político literário, em que as páginas impressas funcionam como caixa acústica de ressonância, programas político-partidários, plataformas de políticos de todas as idéias”. Nessa época, os jornais eram escritos com fins pedagógicos e de formação política, os objetivos econômicos ficavam em segundo plano. Essa etapa do jornalismo, fase da iluminação, ocorreu de 1789 até a metade do século XIX.

A segunda fase do jornalismo ocorre no início do século XIX e marca a atividade como um negócio, o idealismo deixa de ser prioridade para a elaboração de algo que fosse rentável. A evolução tecnológica irá encarecer consideravelmente o processo de confecção

dos jornais e transformar uma forma de esclarecimento, de elucidação da sociedade e de fazer política, em uma operação que precisa vender muito para se auto-financiar.

A grande mudança se realiza na inversão da importância entre o valor de troca e o valor de uso da atividade jornalística: “seu valor de troca, a venda de espaços publicitários para assegurar a sustentação e a sobrevivência econômica – passa a ser prioritário em relação ao seu valor de uso, a parte puramente redacional- noticiosa dos jornais (MARCONDES FILHO, 2000, p. 14).” Nessa fase, há a formalização de técnicas para a redação de notícias que devem não apenas informar, mas também prender e estimular a curiosidade do leitor. Há o desenvolvimento do sensacionalismo para atrair os leitores que são disputados pelas publicações, pois quanto mais leitores, maiores serão os preços das publicidades no impresso.

No século XX, o crescimento das empresas jornalísticas dá origem à terceira fase dessa atividade, marcada pelos grandes monopólios dos grupos de comunicação, que dominam a produção em diversas mídias. Outra característica marcante dessa fase é o fortalecimento da indústria publicitária e das relações públicas que competem com o jornalismo.

O jornalismo reflete muito bem a aventura da modernidade. Ele é a melhor síntese do espírito moderno. Por esse motivo, processo de desintegração da atividade, seu enfraquecimento, sua substituição por processos menos engajados é um sintoma de mudança dos tempos e dos espíritos (CIRO MARCONDES FILHO, 2000, p. 15).

Trataremos agora da criação e evolução da internet para que mais à frente no trabalho possamos unir as considerações sobre o jornalismo e grande rede.

2.2 - INTERNET

A internet foi concebida em centros de pesquisas militares dos EUA. Em 1962, a *Rand Corporation* começou os estudos que viabilizaram sua estrutura. Para Maria Ercilia e Antonio Graeff (2008, p. 12) o contexto e o principal objetivo da criação da internet, “no auge da Guerra Fria, foi lançada a semente para a sua formação: naquele ano, começou a pesquisa para uma rede de computadores que ligasse pontos considerados de interesse estratégico para o país, como bases militares, centros de tecnologia e instituições acadêmicas.”

Uma das metas da rede era não ter um comando centralizado, dessa forma, todos os pontos ou nós da rede teriam a mesma importância com os dados, podendo navegar por vários caminhos para chegar ao destino.

Em 1969, a Agência de Pesquisa e Projetos Avançados, implantou a primeira versão da Arpanet, rede simples, que conectava apenas quatro pontos. A Arpanet foi melhorada e muito utilizada no meio acadêmico e centros de pesquisas pela sua aplicabilidade na troca de mensagens. Em 1972, os primeiros programas de correio eletrônico já usavam o sinal “@” nos endereços. Os pesquisadores e cientistas, público alvo da rede, passaram a usar a Arpanet mais para trocar fofocas do que conteúdos acadêmicos, mudando sua finalidade inicial. Segundo Maria Ercilia e Antonio Graeff (2008, p. 14), “era o primeiro indício de que a rede começava a tomar vida própria, que nada tinha a ver com a concepção original de seus criadores.”

Em 1974, devido ao grande sucesso da Arpanet foi criada a Telnet, primeiro serviço comercial da rede, no entanto, a iniciativa não chegou a fazer sucesso. Nos anos seguintes, instituições de ensino dos EUA, Inglaterra e Noruega usaram a Arpanet para conectar suas redes locais. Essa possibilidade de uma rede (net) que une outras redes fez surgir, em 1982, o nome “Internet”.

Em 1983, foi estabelecido o protocolo TCP/IP (*Transmission Control Protocol*) o qual indica aos computadores como os dados devem ser transferidos pelas máquinas ligadas à internet. Esse protocolo é usado até hoje.

Somente em 1990, a rede ganharia reconhecimento fora do meio acadêmico com o lançamento do serviço *The World*, “HTTP://world.std.com”, primeiro provedor de acesso discado à internet nos EUA.

Embora a rede apresentasse algumas evoluções, a organização das informações ainda eram bem precárias. Somente em 1991, com a criação da *World Wide Web* (WWW) pelo inglês Tim Berners-Lee, a navegação ficou mais fácil. Segundo Pinho (2003, p. 33) a WWW “é fundamentalmente um modo de organização da informação e dos arquivos na rede”. Pinho, afirma também que a web é um método:

extremamente simples e eficiente do sistema de hipertexto distribuído, baseado no modelo cliente-servidor, tem como principais padrões o protocolo de comunicação HTTP¹, a linguagem de descrição de páginas HTML² e o método de identificação de recursos URL³ (PINHO, 2003, p.33).

Logo na concepção de seu projeto, Berners-Lee decidiu utilizá-lo em conjunto com a internet. Berners começou então a divulgar seu programa para a comunidade de programadores de hipertexto. Já havia naquela época muitos grupos de discussão na internet, facilitando assim a divulgação da *World Wide Web*.

Berners-Lee também chegou a idealizar um programa para o acesso aos arquivos disponíveis na rede, conhecido como navegador, no entanto seu projeto não se tornou popular. Foi Marc Andressen, estudante da Universidade de *Illinois*, o criador do primeiro navegador que popularizou a web. Em 1994, nascia o Netscape:

¹ *Hipertext Transfer Protocol* - Protocolo de comunicação desenvolvido para ser utilizado na web.

² *Hipertext Markup Language* – Método de codificação usado para criar arquivos padronizados, de forma que possam ser traduzidos igualmente em qualquer computador. É o formato básico usado na criação de páginas na web.

³ *Uniform Resource Location* – É o endereço usado para localização de um arquivo na internet, por exemplo www.facom.ufjf.br

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).

Em 1995, a Microsoft lança um concorrente para o Netscape, o Internet Explorer. Tem início, então, a guerra dos navegadores na qual cada empresa busca lançar um novo modelo que supere o da concorrente. Em um primeiro momento, a batalha foi vencida pela Microsoft: “O Internet Explorer chegou a ter mais de 95% do mercado entre 2002 e 2003.” (Maria Ercilia e Antonio Graeff, 2008, p. 23) Em 2004, a Mozilla Foundation⁴ lançou o Mozilla Firefox com uma série de ferramentas indisponíveis no Explorer e bem menos propenso a problemas de segurança. Outro gigante no ramo da internet, o Google⁵ não ficou para trás e lançou também seu navegador o Google Chrome.

Segundo a agência de pesquisas, *StatCounter*, atualmente (dados de março de 2012), 34,81% dos internautas espalhados pelo mundo usam o Internet Explorer; 30,84% o Google Chrome; 24,98 o Mozilla Firefox e 9,37% usam outros navegadores. Ainda segundo a *StatCounter*, no Brasil, a situação é um pouco diferente, cerca de 45,49% dos usuários utilizam o Google Chrome; 30,61% o Internet Explorer; 21,70% o Mozilla Firefox e 2,2% utilizam outros programas. Podemos observar essas proporções nos gráficos abaixo:

⁴ É uma empresa que desenvolve aplicativos para Internet, cujos componentes incluem um navegador, um cliente de correio eletrônico, um editor HTML e um cliente de chat.

⁵ É uma empresa de serviços online e software dos Estados Unidos. O Google hospeda e desenvolve uma série de serviços e produtos baseados na internet.

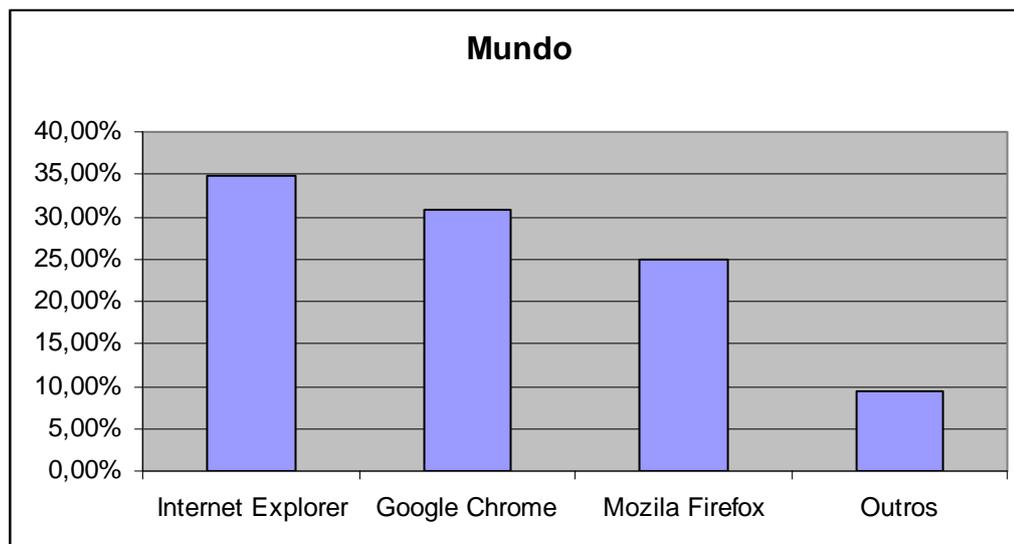


Gráfico 1: Tabela sobre a utilização de navegadores no planeta em março de 2012.

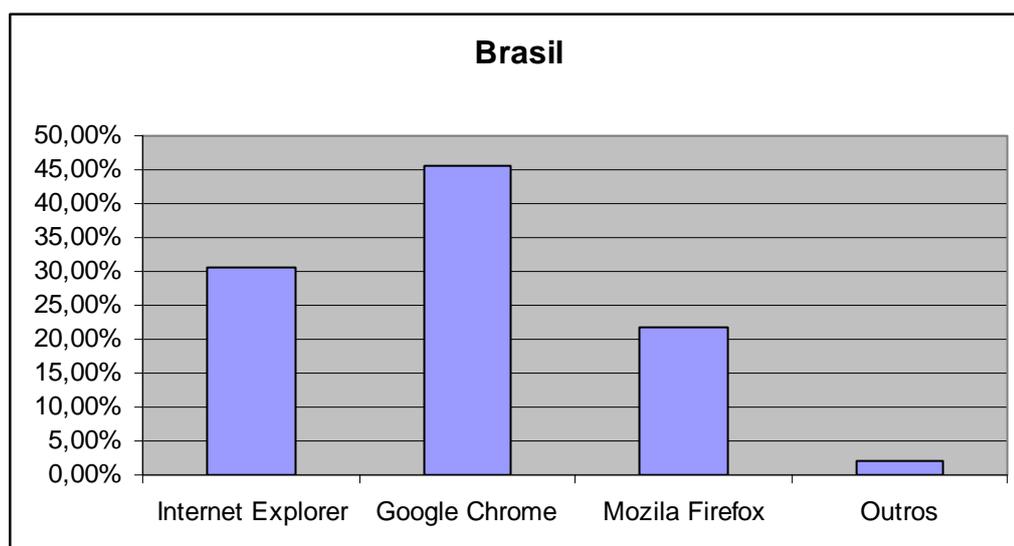


Gráfico 2: Tabela sobre a utilização de navegadores no Brasil em março de 2012.

2.3 – JORNALISMO NA INTERNET

Com a popularização da internet, órgãos do governo, empresas, organizações e outras instituições lançaram portais e páginas na grande rede, fato que impulsionou a nova tecnologia. As empresas de comunicação também migraram para a rede, pois dessa forma poderiam disponibilizar seu conteúdo durante as 24 horas do dia.

O jornalismo começou a ocorrer na rede em 1994. Diferentemente dos Estados Unidos, onde o surgimento dos portais noticiosos decorreu da evolução dos sites de busca que ofereciam conteúdo com a intenção de reter o leitor, no Brasil os sites jornalísticos nasceram dentro das empresas tradicionais de comunicação. Pollyana Ferrari (2012, p. 55) nos relata quais foram os precursores do jornalismo na internet no Brasil: “O primeiro site jornalístico brasileiro foi o do Jornal do Brasil, criado em maio de 1995, seguido pela versão eletrônica do jornal o Globo”.

Inicialmente, os sites jornalísticos apenas reproduziam os conteúdos dos jornais impressos. Somente mais tarde, com o passar dos anos surgiram veículos interativos e personalizados.

Para o estudo da evolução do webjornalismo, alguns autores sugerem a análise desse desenvolvimento em etapas. É importante deixar claro que não há uma separação rígida dessas fases, pois podemos encontrar um mesmo veículo, em uma mesma publicação, com características observadas nos diferentes estágios.

Luciana Mielniczuk (2003), John Pavlik (2001) e Silva Jr. (2002) propõem a evolução do webjornalismo em três fases. Para Mielniczuk a primeira fase é da transposição, a segunda, da metáfora e a terceira consiste na fase da exploração das características do suporte web.

Segundo a autora, no começo do jornalismo feito para a internet era notável sua dependência do jornalismo feito para as mídias impressas. Os conteúdos disponibilizados nos sites eram cópias das matérias oferecidas nos jornais e revistas. A internet era, dessa maneira, uma forma de acesso alternativa ao conteúdo também disponível nos tradicionais meios impressos: “Num primeiro momento, ao qual chama-se de transpositivo, os produtos oferecidos, em sua maioria, eram reproduções de partes dos grandes jornais impressos, que passavam a ocupar um espaço na Internet” (MIELNICZUK, 2003, p. 2). Nesta fase, portanto

as matérias disponibilizadas na web não passavam de colagens do conteúdo disponível nos veículos impressos.

Na fase da metáfora, segunda fase, algumas das potencialidades da rede como os links, já começam a ser utilizadas. Há a possibilidade de uma comunicação direta entre o leitor e o jornalista por meio dos e-mails, começam a surgir as atualizações com os últimos acontecimentos do dia, tornando a internet mais rápida e dinâmica do que as mídias impressas.

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).

Na última fase, o webjornalismo torna-se uma atividade completamente independente. Percebe-se que os textos devem ser mais curtos, pois a leitura em tela é mais cansativa do que a leitura realizada no papel. Há uma maior exploração de vídeos, fotos e infográficos e a atualização se torna contínua.

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).

Dessa forma, surge o leitor digital que corre os olhos nas principais notícias e lê apenas aquela que mais atraiu a sua atenção. Esse perfil de usuário confirma ser o link é uma das ferramentas mais importantes da rede, pois permite ao leitor buscar outras informações sobre o tema que mais lhe interessa através de uma palavra, uma foto ou objeto.

A estrutura do jornalismo feito para a internet ainda passa por um processo de mudança, na qual a grande diversidade de conteúdo oferecido, as ofertas de produtos e a

interatividade com o leitor prevalecem. É uma nova forma de fazer jornalismo, pois com essa nova tecnologia não há mais fronteiras para a busca de dados sobre qualquer assunto.

2.3.1 – DIFERENTES NOMENCLATURAS

Embora haja uma série de estudos na qual o objeto é o jornalismo feito para a internet, não há um consenso quanto à conceituação desse fenômeno. Jornalismo online, jornalismo digital, jornalismo eletrônico e webjornalismo são algumas terminologias usadas pelos autores para conceituar essa atividade.

Luciana Mielnickzuk (2003, p.44) apresenta uma tentativa de organizar os diferentes termos e nomenclaturas usados para fazer referência ao jornalismo feito para a internet.

<i>Nomenclatura</i>	<i>Definição</i>
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>

Tabela1: Resumo das nomenclaturas sobre práticas de produção e disseminação de informação no jornalismo contemporâneo⁶

O quadro nos mostra que o jornalismo eletrônico é o mais abrangente, já que os aparelhos usados no processo jornalístico são em sua maioria de natureza eletrônica. “Assim, ao utilizar aparelhagem eletrônica, seja para a captura de informações, seja para a disseminação das mesmas, estaria-se exercendo o jornalismo eletrônico”. (MIELNICKZUK, 2003, p.41)

⁶ Quadro do texto “Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web”, de Luciana Mielnickzuk, doutora pelo Programa de Comunicação e Cultura Contemporânea da FACOM-UFBA.

Dentro da abrangência do eletrônico, há o jornalismo digital que utiliza desta tecnologia para o armazenamento e transmissão de dados. O suporte digital ganha cada vez mais espaço com as câmeras fotográficas digitais, gravadores de som, CDs e DVDs.

Temos também o ciberjornalismo que faz referência ao jornalismo produzido a partir das possibilidades oferecidas pela cibernética. O ciberespaço pode ser entendido como o local no qual entramos em um ambiente virtual e como o conjunto de redes de computadores.

O jornalismo online nos remete à idéia de conexão em tempo real. “As possibilidades de acesso e transferência de dados on-line utilizam-se, na maioria dos casos, de tecnologia digital. Porém, nem tudo o que é digital é on-line” (MIELNICKZUK, 2003, p.43)

O webjornalismo refere-se ao jornalismo que utiliza uma parte da internet, a *web*. Sabe-se que a internet oferece recursos e possibilidades além da web, no entanto um grande número de pessoas, incorretamente, considera internet sinônimo de web.

A autora explica também que um modelo não exclui o outro. Ocorre uma fusão entre as características de cada forma de jornalismo: “as práticas e os produtos elaborados perpassam e enquadram-se de forma concomitante em distintas esferas” (MIELNICKZUK, 2003, p.44). A figura abaixo nos mostra que cada um dos conceitos não se separa do outro.

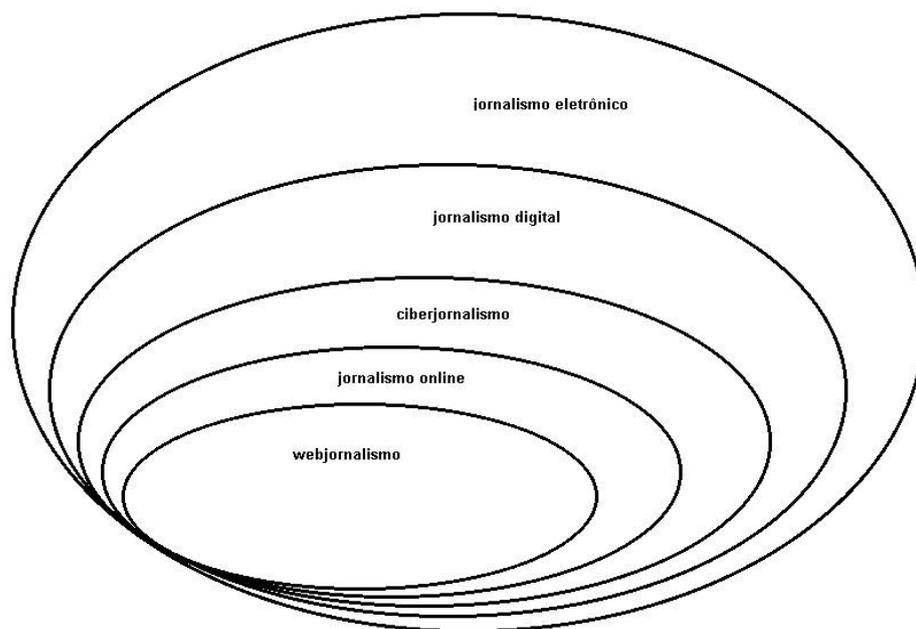


Figura1: Esferas que ilustram a delimitação das terminologias.⁷

Luciana Mielnickzuk nos fornece um exemplo de como na rotina do jornalismo contemporâneo estão presentes ações que se enquadram nas diversas nomenclaturas:

Vejamos pois, ao consultar o arquivo da empresa na qual trabalha, o profissional poderá assistir a uma reportagem gravada em fita VHS (jornalismo eletrônico); usar o recurso do *e-mail* para comunicar-se com uma fonte ou mesmo com seu editor (jornalismo online); consultar a edição anual condensada – editada em CD-ROM – de um jornal (jornalismo digital); verificar dados armazenados no seu computador pessoal (ciberjornalismo); ler em sítios noticiosos disponibilizados na *web* material que outros veículos já produziram sobre o assunto (webjornalismo) (MIELNICKZUK, 2003,p.45).

2.3.2 - CARACTERÍSTICAS DO WEBJORNALISMO

Assim como as diversas mídias possuem suas particularidades, o jornalismo online possui uma série de características. Podemos citar a multimídia, a interatividade, a hipertextualidade, a personalização, a memória, a instantaneidade e as constantes atualizações como atributos do webjornalismo.

⁷ Quadro do texto “Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web”, de Luciana Mielnickzuk, doutora pelo Programa de Comunicação e Cultura Contemporânea da FACOM-UFBA.

2.3.3 – MULTIMIDIALIDADE E CONVERGÊNCIA

A multimídia (ou convergência) é o processo no qual há a fusão dos formatos tradicionais da mídia. Texto, som e imagem são usados juntos para a veiculação das notícias. Na web o usuário escolhe entre ler um texto, assistir a um vídeo e ver uma fotografia. A convergência é possível em função da digitalização da informação, sua disponibilização em múltiplas plataformas e suportes, em uma situação de agregação e complementaridade.

PRIMEIRAS IMPRESSÕES: Porsche 911 Carrera S Coupé
 Modelo está disponível na configuração 'S' a partir de R\$669.000.
 Motor S4 boxer garante aceleração de 0 a 100 km/h em 5,9 segundos.

Como sempre um design inovador, que atravessa gerações desde 1963 sem perder o traço original, a fórmula "mágica" da Porsche chega à nova geração 911, modernizar o carro e mantê-lo sob a mão das linhas criadas em 1962 pelo designer Ferdinand Alexander Porsche, mais conhecido como "Scorpião" ou "Ferry Porsche" amigo de Ferdinand Porsche, o criador da Porsche. Com um design tão diferenciado e modernizou o carro das décadas que sonham com o carro pilotado por Steve McQueen, no filme Leilão da década de 1970, passando pelas pistas do SuperTurbo, na década de 1990 até as que hoje se disputam por horas na série de games de corrida "Need For Speed".

No vídeo acima, o G1 mostra alguns pontos fortes da nova geração 911 Carrera S Coupé, oferecendo também alguns pontos "negativos". Começar pelo preço. No Brasil, o modelo está disponível, por enquanto, apenas na configuração "S" nas opções Coupé (com este câmbio automático), que sai por R\$ 669.000, e Cabriolet (convertível) a R\$ 699.000. No Reino Unido, por exemplo, a versão convertível começa em US\$106 mil ou cerca de R\$ 190 mil.

MERCADO BOLSAS
QUECIDA
ENTRADA

Figura 2: Exemplo de site que agrega vídeo e foto⁸

⁸ Disponível em: www.g1.globo.com/carros. Acesso em : 21 abr. 2012.

2.3.4 - INTERATIVIDADE

A interatividade permite ao usuário ter uma relação mais direta e próxima com o processo jornalístico, faz com que o leitor se sinta plenamente integrado à atividade. São exemplos os links, a troca de e-mails entre leitores e jornalistas, as enquetes, as sugestões, críticas ao final dos textos e os comentários feitos nos próprios sites. Para Palacios (2003, p.18-19), “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”

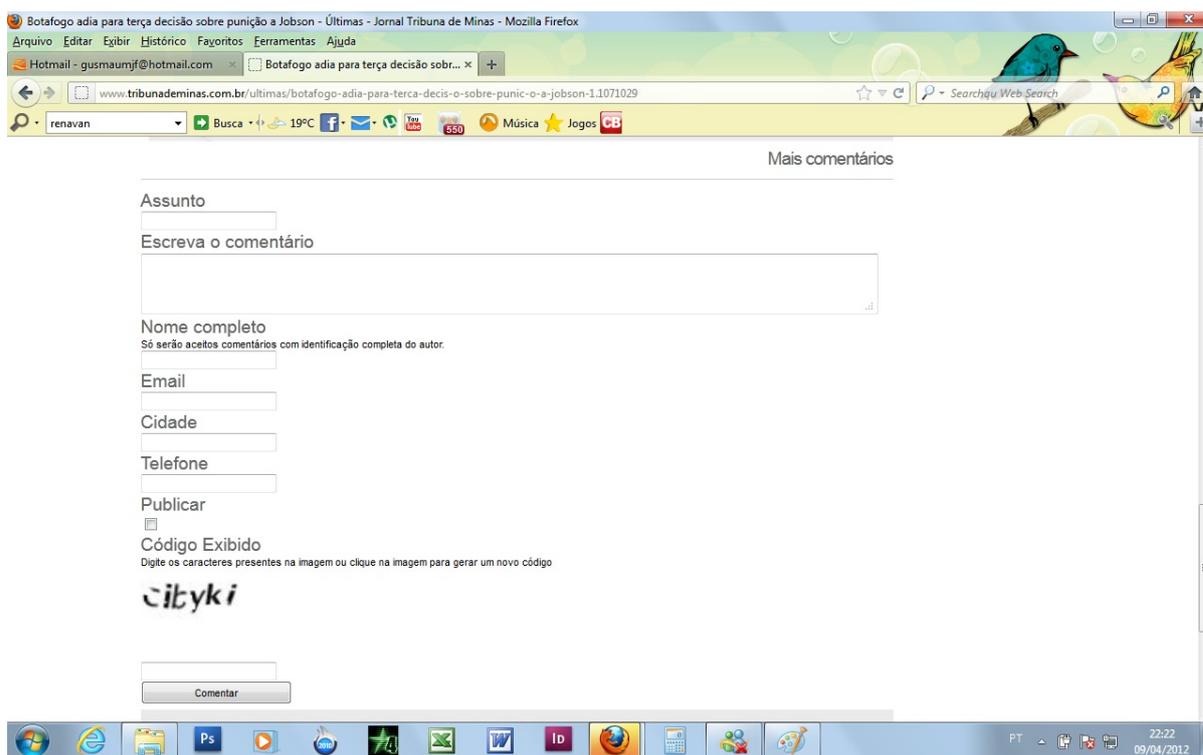


Figura3: Possibilidade de fazer comentários após as matérias e dessa forma interagir com o repórter⁹

⁹ Disponível em: www.tribunademinas.com.br. Acesso em: 09 abr. 2012.

2.3.5 – HIPERTEXTUALIDADE

O hipertexto pode ser definido como um texto cuja leitura é não sequencial, pode ser lido com vários caminhos e possibilidades. Permite ao leitor a interconexão de textos por meio dos links.

Um bloco de diferentes informações digitais interconectadas é um hipertexto, que, ao utilizar nós ou elos associativos (os chamados links) consegue moldar a rede hipertextual, permitindo que o leitor avance sua leitura do modo que quiser, sem ser obrigado a seguir uma ordem linear. Na internet não nos comportamos como se estivéssemos lendo um livro, com começo meio e fim. Saltamos de um lugar para outro – seja na mesma página, em páginas diferentes, línguas distintas, países distantes etc. (FERRARI, 2012, p.44).

A hipertextualidade, portanto, dá ao leitor a possibilidade de uma leitura sem hierarquia textual ou sequencia lógica. O hipertexto deixa que o usuário circule nas estruturas de informação do site sem um caminho pré-determinado, buscando obter informações complementares somente sobre os temas de seu interesse.

2.3.6 – CUSTOMATIZAÇÃO DO CONTEÚDO WEB OU PERSONALIZAÇÃO

A internet permite a adequação das páginas dos sites de acordo com a preferência dos usuários. Há sites que possibilitam a pré-seleção e hierarquização dos assuntos, como também a forma de apresentação da página. Assim, quando o acesso a determinado site é feito, a página de abertura é carregada na máquina do leitor atendendo a padrões pré-estabelecidos. O conteúdo pode ser, dessa forma, personalizado para cada leitor.

2.3.7 – MEMÓRIA

Armazenar dados e informações na web é uma tarefa mais fácil se comparada às formas tradicionais de arquivamento. Não há consumo nem limite de espaço físico e o custo é bem reduzido. Com isso, na rede o acesso a edições antigas de jornais, por exemplo, é bem mais simples e rápido. Luciana Mielnickzuk (2003, p. 25) nos revela que, “A memória no Jornalismo na web pode ser recuperada tanto pelo Produtor da informação, quanto pelo Usuário, através de arquivos on-line providos com motores de busca (*search engines*) que permitem múltiplos cruzamentos de palavras-chaves e datas”.

2.3.8 INSTANTANEIDADE / ATUALIZAÇÃO CONTÍNUA

Com o suporte tecnológico usado para o jornalismo na rede, os fatos são noticiados na web no momento em que acontecem. Por isso, a limitação temporal não existe na rede. Tal possibilidade de coberturas, em tempo real, gera a necessidade da atualização contínua do conteúdo. Estar sempre à frente dos veículos concorrentes consiste em um dos maiores desafios do webjornalismo. Na internet, nunca há o fechamento da edição como ocorre em outras mídias. Para Palacios (2003, p.20), “A rapidez do acesso, combinada 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”.

Essas características irão conduzir o estudo do objeto do trabalho. Analisaremos se o site da Tribuna de Minas apresenta, ou não, os atributos elencados acima e procuraremos classificar o site em uma das etapas de desenvolvimento do webjornalismo propostas por Luciana Mielniczuk .

3 – JORNAL TRIBUNA DE MINAS

Fundado no dia 31 de agosto de 1981, pelo médico e empresário Juracy Azevedo Neves, o jornal Tribuna de Minas nasceu com a proposta de atingir a todos os tipos de leitores, de ser um jornal diário e com alcance regional. Ao ser criado, o periódico buscava priorizar o noticiário de serviços, cobrando das autoridades soluções para os diversos problemas da cidade e região, tentando evitar ao máximo emitir opiniões pessoais.

Segundo Oliveira (2005), a Tribuna de Minas passou a ser publicada efetivamente em 1º de setembro de 1981, basicamente com a mesma divisão de hoje, em dois cadernos. O primeiro voltado para as notícias, e o segundo, ligado à cultura. Nesse primeiro momento, o jornal contava com apenas um concorrente na cidade, o Diário Mercantil, que pertencia ao jornalista e empresário Assis Chateaubriand. No entanto, em 1983, a Tribuna passou a ser o único impresso da cidade, pois o Diário Mercantil decretou falência¹⁰.

Com o sucesso no mercado local, a Tribuna de Minas decidiu expandir seu trabalho para os leitores de todo o estado. Em 1985, a Tribuna se transferiu para Belo Horizonte, buscando fazer concorrência ao Estado de Minas. Para a cidade de Juiz de Fora, a partir do dia 2 de agosto de 1986, restou a Tribuna da Tarde com matérias locais. Sem o sucesso desejado na capital, o jornal acaba retornando a sua cidade natal e em 29 de novembro de 1992, a então Tribuna da Tarde retoma seu nome original, Tribuna de Minas.

Desde então, segundo o editor geral do jornal Paulo Cesar Magella em entrevista, realizada por Michele Leite (2010, p. 31) o jornal procura ressaltar a realidade local, dando

¹⁰ Dados retirados de OLIVEIRA, L.F.. **As manchetes na história da Tribuna de Minas/ Juiz de Fora - MG.** 2005. Trabalho apresentado no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação 2005. Rio de Janeiro. Anais.

maior destaque em sua cobertura a fatos ocorridos em Juiz de Fora e região: “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”.

O jornal é publicado de terça-feira a domingo, às segundas-feiras não há circulação. Esse fato, segundo Paulo Cesar¹¹, se deve à folga concedida aos jornalistas da redação aos domingos. O editor geral nos lembra que a extinta Tribuna da Tarde não circulava aos domingos, mas chegava às bancas às segundas-feiras, o que preenchia essa lacuna. Quando a publicação foi encerrada, optou-se por continuar sem a edição de segunda-feira. O editor geral nos afirma ainda, que hoje, até por uma questão de custo, não houve qualquer mudança, já que a adição de mais uma edição demandaria uma equipe extra.

Estima-se que durante a semana sejam vendidos cerca de 18.000¹² exemplares por dia, e aos domingos 20.000 exemplares. Com relação ao público alvo, Christina Musse (2003) em seu artigo apresentado no I Encontro Regional de Comunicação, nos revela que “o leitor do jornal Tribuna de Minas seria pertencente à classe média, 35 anos, renda mensal de três a dez salários mínimos, homens e mulheres com nível universitário”.

Atualmente, o leitor da Tribuna pode ter contato com o conteúdo do jornal por meio da edição impressa, através do site www.tribunademinas.com, pelo *Facebook* www.facebook.com/tribunademinas ou também pelo *twitter.com/tribunademinas*. Trataremos agora, com mais detalhes da edição impressa do jornal e da edição na web.

¹¹ Dados obtidos por meio de entrevista realizada via e-mail no dia 29/05/2012.

¹² Dados obtidos no departamento comercial do jornal no dia 07/05/2012.

3.1 - O IMPRESSO

Há trinta e um anos em circulação, a *Tribuna de Minas* é publicada em formato *standard* e é dividida em dois cadernos, o *Primeiro Caderno* e o *Caderno Dois*, além de suplementos semanais. O número de páginas dos cadernos é variável dependendo do fluxo comercial. O *Primeiro Caderno* apresenta normalmente doze páginas, já o *Segundo* seis páginas. Aos domingos, há o incremento de um caderno de Esportes, o caderno *Tevê*, no qual o foco são as novidades da televisão e uma coluna social, a *Coluna César Romero*. Em todas as edições há ainda o caderno de *Classificados* e, às quintas-feiras, o suplemento *Carro & Cia* que trata de automóveis.



Área escolar vira ponto de uso de droga
 Ato ilícito acontece em quadra de colégio no São Benedito, em espaço separado do prédio da instituição. Página 4
DÓLAR COMERCIAL Compra R\$ 1,88 Venda R\$ 1,88 **PARALELO** Compra R\$ 1,92 Venda R\$ 2,04 **TURISMO** Compra R\$ 1,82 Venda R\$ 1,98

Figura 4: Capa da versão impressa do jornal Tribuna de Minas do dia 26/04/2012

No *Primeiro Caderno* temos as divisões por assuntos da seguinte maneira: *Geral*, *Opinião*, *Política*, *Economia*, *Brasil*, *Mundo* e *Serviço*. Na tabela abaixo, os assuntos abordados nas editorias:

Editorias	Assuntos abordados
Geral	Matérias do cotidiano da cidade
Política	Matérias sobre política, sobretudo no âmbito local
Opinião	Editorial, artigo, charge, frases, enquete e carta dos leitores
Economia	Matérias que refletem sobre a conjuntura nacional
Brasil	Matérias sobre os temas de destaque no cenário nacional
Mundo	Matérias sobre os últimos acontecimentos internacionais

Tabela 2: Quadro com as editorias no *Primeiro Caderno*

Ainda no *Primeiro Caderno*, há a parte de Serviços, na qual se encontram os indicadores econômicos, previsão do tempo, fases da lua, horários de voos, obituário, loterias, feiras livres. Há também as seções vida urbana (atualizada às quartas, sextas e sábados) e vida prática (atualizada aos domingos).

No *Caderno Dois*, encontram-se as matérias relacionadas aos fatos culturais. São publicadas as opções de cinema, teatro e exposições da cidade e região. Os filmes exibidos no dia da publicação na rede aberta de televisão, resumo das novelas, programação dos canais de TV e canal Zap podem ser encontrados na parte “*Na TV*”. Este caderno também conta com as subdivisões “*Arena*”, “*Eu Fui*” e “*Diário de Bordo*” (atualizadas às quartas-feiras). Além disso, no *Caderno Dois* podemos encontrar também a coluna social *César Romero* e a coluna *Zine Cultural*.

3.2 – O JORNAL NA WEB

Procurando se adequar às tendências do jornalismo contemporâneo em 1996, o jornal lançou o site *Tribuna de Minas Online*. Na época, o conteúdo da versão impressa era disponibilizado na rede de forma integral e os leitores tinham acesso na web ao mesmo conteúdo disponibilizado nas bancas. Para poder acessar a versão online, bastava fazer um cadastro no qual nome, e-mail e endereço eram registrados.

A versão online não diferia da edição impressa, as editorias eram *Opinião, Política, Economia, Esportes, Geral e Serviços*. Havia também a publicação das matérias do *Caderno Dois*. É importante lembrar que somente os textos da matéria eram publicados no site. Não havia nenhum recurso multimídia disponibilizado nesse primeiro momento. A charge era a única forma não verbal de informação.

PRIMEIRO CADERNO	CADERNO DOIS
Opinião - Painel - Editorial - Charge - Artigo - Cartas Política Economia Esportes Geral Serviços - Previsão do tempo/Fases da lua - Horários de voos - Indicadores - Transmissões - Cesta básica - Feiras livres - Farmácias - Obituário - Loterias - Feira de alimentos naturais Seções - Vida urbana - Vida prática	Todo mundo dentro da roda <i>Raphaela Ramos</i> <i>Repórter</i> Não é de hoje que o homem se aproxima de outros homens para se sentir mais forte. Imagine as cavernas pré-históricas: deviam permanecer apinhadas de caçadores ávidos por abater gigantesco jantares. Na atualidade, os seres não precisam ir tão longe (já que existe um fast food a cada esquina), mas continuam se aglomerando. Até pouco tempo, certezas eram as motivadoras dos vínculos. Tanto que o planeta chegou a se dividir em dois. Em seguida, vieram as dúvidas. "E de repente nos deparamos com um mundo real cercado de espinhos e perfumes plastificados. É medo, pavor? Taca Epinefrina!" Assim acontece em seu site o Coletivo Epinefrina, formado em setembro. Por aqui, ao lado de outras iniciativas também recentes, o grupo confirma a tendência antiga. O que há de diferente na manifestação que vem irrompendo em todo país? A denominação e o foco na ação em detrimento da ideologia. A atriz Renata Rodrigues, uma das integrantes, explica que essa não foi a primeira tentativa. "Alguns estiveram juntos para estudar a improvisação. Agora, porém, queremos criar espaços, não só físicos, para que um artista alimente o outro." Ao lado da bailarina Letícia Nabuco, Renata comanda o Diversão & Arte. Devido ao contato com agentes culturais, a dupla constatou que a cidade era feita de ilhas. "Há havia separação e recelo", afirma Letícia. Com o intuito de tecer redes e estimular transformações no cenário artístico, indivíduos de variadas áreas ligados ao "ativismo" - arte como forma de ativismo - foram chamados para a roda. E que fique claro: as mudanças propostas por eles são o próprio fazer, fluido e ininterrupto. Estratégia de inteligência Durante o primeiro turno das eleições, em sua estreia nas ruas, o Epinefrina (sinônimo de adrenalina) promoveu o "Bom partido brasileiro" e o "Sorriso do crocodilo". No primeiro caso, saíram colando cédulas na dianteira dos números dos candidatos. No segundo, afixavam nas placas sorrisos trancados por um fecho. As ações surgiram a partir das listas com dez incómodos preparadas pelos 11 componentes. Em quase todas, estavam as propagandas políticas que invadiram a vida urbana. "Muita coisa é proibida, mas ninguém faz nada. Nossa intenção é chamar a atenção para isso", conta Letícia. Renata completa: "Não existe julgamento. Nossa luta é contra o não agir". Unidos, os artistas também constroem territórios de sustentabilidade. É o que destaca o integrante e jornalista João Paulo de Oliveira. De acordo com ele, ao abastecer a programação do Diversão & Arte, os envolvidos são acolhidos pelo espaço. Tal vez empreendedora também direciona o Coletivo Sem Paredes, criado em outubro sob a influência do curso de gestão cultural do programa "Pensar e agir com a cultura", realizado no primeiro semestre. Segundo a socióloga e coordenadora do núcleo de planejamento do grupo, Virginia Strack, o objetivo é potencializar os trabalhos que já são desenvolvidos individualmente. "A atuação em rede é mais vantajosa. Trata-se de uma estratégia de inteligência, de troca da competição pela colaboração, de aumento de público", assegura. Ninguém vai fazer por nós Na opinião do Sem Paredes, os artistas devem agir por si mesmos, sem esperar que a iniciativa parta dos poderes público e privado. Assim nasceu, antes mesmo do coletivo, o Cineclubes Bordê Sem Paredes. "Não havia eventos como esse em Juiz de Fora, então o criamos. Nêle, apresentamos filmes que não são do circuito comercial", comenta o jornalista Daiverson Machado, à frente do núcleo de comunicação. Com a mesma assertividade, o grupo, de oito pessoas, passou a integrar o Circuito Fora do Eixo (www.foradoeixo.org.br), uma rede de trabalhos instituída por produtores de todos os estados brasileiros, com exceção do Maranhão. De acordo com Virginia, a cidade, por sua posição socioeconômica e seu histórico cultural, costuma chamar a atenção dos observadores externos. "Mas eles não virão atuar por nós. Essa responsabilidade é nossa." A troca, então, acontece da seguinte maneira: os coletivos abastecem o Fora do Eixo e podem aproveitar tudo o que faz parte dele. "Temos a chance, por exemplo, de exibir no cineclubes produções autorais de outros locais, ao mesmo tempo em que disponibilizamos propostas daqui para todo Brasil", explica Daiverson. Toçar e teclar Se, num passado recente, vingavam as discussões sobre a substituição total do contato físico pelo virtual, os dias atuais parecem ter achado o equilíbrio. Segundo o artista visual André Fonseca, no caso do Epinefrina, a tecnologia é usada a favor dos encontros. "A gente se fala muito pela web, mas não dispensa a reunião semanal". Da mesma forma, o Sem Paredes conversa pela internet com outros coletivos, mas viaja para congressos nacionais do Fora do Eixo. Outro aglomerado cultural local, o Eco Performances Poéticas, segue na mesma rota ao mesclar doses de leitura e debate ao vivo com publicações em blogs, Twitter e Facebook. De acordo com um dos fundadores, o poeta e professor Anderson Pires, por meio da rede, é mais fácil identificar propostas comuns e estabelecer identidades. Ainda assim, acrescenta o escritor, agrupamentos sempre estiveram registrados na história. Levando-se em conta apenas o século XX, pode-se citar o modernismo, o concretismo e o tropicalismo. "Talvez os coletivos sejam a revitalização desses movimentos", arrisca, lembrando-se dos fanzines que editou com amigos quando cursou letras na UFJF. Para Anderson, a principal atitude inclusiva - e política - do Eco é a abertura do microfone para a plateia. "A ideia de divisão se esvai." Abertos para conexões Outras características dos grupos são o entrecruzamento das artes e a abertura para novas conexões. Conforme avalia Virginia Strack, a partir de planejamentos, competências e talentos variados se completam. É dessa maneira, ressaltava a socióloga, surgem projetos de sucesso, com sustentação e continuidade. O Confraria de Arte - Coletivo de Artistas Visuais de Juiz de Fora reverencia o encontro para dialogar e produzir. Segundo o integrante Leonardo Paiva, a exposição "Identidade", promovida no início do ano na Casa de Cultura, só conquistou o apoio da Lei Murilo Mendes devido à união de esforços e estilos. "Vemos como é limitado o circuito da arte local. As mesmas pessoas ocupam os mesmos lugares. A nossa intenção é alterar isso, além de garantir a troca entre iniciantes e experientes." Afinal, cavernas já não são o bastante.
CADERNO DOIS Matérias Cesar Romero Confira - Cinema - Shows - Teatro - Exposições - Dicas - Nos arredores Na TV - Filmes - Novelas - Programas - Canal Zap Seções - Arena - Eu fui - Diário de bordo	
COLUNAS SEMANAIS Tribuna de empregos Vale a Pena Receita de Família Zine Cultural	
SUPLEMENTOS SEMANAIS Carro e Cia Tevé	
CLASSIFICADOS 	
ESPECIAIS Gentileza: faça a sua parte Lembranças de JF Museu Mariano Procópio	
EXTRAS Assine a Tribuna Grupo Solar	

Figura 6: Exemplo da versão online do dia 14/11/2010¹³

A editora de internet Gabriela Gervason explica, em entrevista¹⁴, que de 1996 a 2011 o site passou por quatro mudanças. As três primeiras modificações foram apenas no *layout* e fontes utilizadas na página. A última transformação, ocorrida em abril de 2011, foi a mais significativa, pois foi acompanhada por uma alteração na dinâmica do site, que passou a contar com mais fotos, infográficos e vídeos ligados às matérias, além de atualizações periódicas com as últimas notícias da cidade. De acordo com a editora, essa última mudança gerou uma nova forma dos leitores navegarem pelo site. Antes, havia um grande número de acessos pela manhã, durante o dia, como não havia atualização, a quantidade de acessos era

¹³ Disponível em: www.google.com.br/img. Acesso em: 11 abr. 2012.

¹⁴ Entrevista presencial realizada por Gustavo Santos Ribeiro em 04/05/2012.

pequena. Agora, há o leitor que utiliza o site várias vezes durante o dia, pois sabe que sempre encontrará algo novo.



Figura 7: Site após a última reformulação¹⁵

Outras duas mudanças ocorreram a partir de abril de 2011. Com a reformulação da página, houve a retirada da necessidade do login para poder navegar no site. O login, segundo Gabriela Gervason, representava uma barreira para navegação e permanência no site, visto que há outros sites nos quais o acesso à informação é livre. Outra mudança, que visava ampliar o número de leitores foi a entrada da Tribuna de Minas nas redes sociais. Agora os leitores podem ter acesso ao conteúdo do jornal pelo Twitter e pelo Facebook.

¹⁵ Disponível em: www.tribunademinas.com.br. Acesso em: 03 mai. 2012.



Figura 8: Perfil da Tribuna de Minas no Facebook¹⁶

Atualmente o site apresenta as seguintes editorias: *Últimas*, que noticia acontecimentos mais recentes na região, *Cidade*, na qual são publicadas as matérias sobre Juiz de Fora. *Política*, onde os aspectos da cidade e região são abordados. Há também as editorias de *Economia*, *Esporte e Cultura*. Textos sobre fatos relevantes no cenário local são publicados na editoria *Painel*.



Figura 9: Imagem na qual podemos ver as editorias do site¹⁷

No site há também o espaço *Empregos*, com informações sobre os principais concursos locais e nacionais, os *Indicadores*, no qual são mostrados os principais referenciais

¹⁶ Disponível em: <http://www.facebook.com/tribunademinas>. Acesso em: 02 mai. 2012.

¹⁷ Disponível em www.tribunademinas.com.br. Acesso em: 03 mai. 2012.

econômicos e em *Vida Urbana*, há pequenas notas sobre fatos do cotidiano da cidade. Há também o espaço para serviços como: o obituário, relação das feiras livres e uma lista de telefones úteis. No site, podemos encontrar espaço para textos opinativos na parte de *Opinião*. Também são oferecidos aos leitores um *Guia Cultural*, um espaço para notícias sobre a *Tevê* e uma coluna semanal, *Carro & Cia* (atualizada às quintas-feiras) com notícias sobre automóveis. Faremos agora, a análise do site tomando por base algumas observações e o referencial teórico apresentado no primeiro capítulo.

4 – ANÁLISE DO SITE DA TRIBUNA DE MINAS

Acompanhamos o site do jornal Tribuna de Minas durante uma semana para que pudessem ser feitas observações quanto às condições de navegabilidade, e para posteriormente analisá-lo com base nas teorias expostas no primeiro capítulo do trabalho. Foram analisadas as edições postadas na web do dia 09 de abril ao dia 15 de abril de 2012.

A divisão por editorias, na parte superior da página inicial, é funcional para que o leitor encontre o assunto desejado. O fato de as últimas postagens estarem em destaque na parte superior, à direita da página inicial, ajuda o usuário a ter acesso às novidades do site.



Figura 10: Parte superior da página inicial do site¹⁸

Na parte inferior da primeira página, há um maior número de fotos, com destaque para os links da charge do dia, da galeria de imagens, da previsão do tempo e da enquete.

¹⁸ Disponível em: www.tribunademinas.com.br. Acesso em: 10 abr. 2012.

The screenshot shows the Tribuna de Minas website interface. At the top, the logo 'Tribuna de Minas' and 'GRUPO SOLAR' are visible, along with the phone number '(32) 2101 - 4555'. The main content area is divided into several sections:

- Geral:** 'Tarifa de água sobe a partir de hoje', 'Cliente leva coronhada durante assalto', 'Motorista assassinado com gargalo de garrafa'.
- Política:** 'Bruno e Júlio discutem possível aliança', 'Livro sobre Ponto de Partida é lançado em JF', 'Papo de Gandula: Tupi com emoção!'.
- Esporte:** 'Michel está suspenso pelo terceiro cartão amarelo', 'Carijó já começa a pensar no Atlético-MG'.
- Galeria de imagens:** A grid of small images with the title 'Galeria de imagens' circled in red.
- Cultura:** 'Desde 2011', 'Projeto prevê ladrilhos hidráulicos nos tons ouro', 'Central fechado por dois meses para reforma'.
- Charge:** A cartoon titled 'Charge' circled in red, showing a man holding a rose.
- Enquete:** A poll titled 'Enquete' circled in red, asking 'Você acha que os debates nas redes sociais irão enriquecer a campanha eleitoral?'. It has 'Sim' and 'Não' options, a 'votar' button, and a 'mostrar resultado' button.
- Pesquisa:** A search bar with the text 'Pesquisa'.
- Social Media:** A Facebook widget for 'Tribuna de Minas no Facebook' showing 9,832 likes and a 'Curtir' button.

Figura 11: Parte inferior da página inicial¹⁹

A matéria em destaque, na parte superior da primeira página, é sempre especial contando com fotos ou infográficos.

The screenshot shows the Tribuna de Minas website homepage. At the top, the logo 'Tribuna de Minas' and 'GRUPO SOLAR' are visible, along with the phone number '(32) 2101 - 4555'. The main content area is divided into several sections:

- Últimas:** 'Carro capota na Olegário e deixa via em meia pista' - A large article with a photo of a car accident circled in red. The text reads: 'Motorista de Fiat Bravo foi hospitalizado com ferimentos leves; população reclama de falta de sinalização'.
- Peru:** 'Sendero liberta 23 trabalhadores sequestrados'.
- Economia:** 'Após acordo, tarifa de água sobe a partir de terça em'.
- Advertisements:**
 - 'ROSSI 360 HOME & BUSINESS'.
 - 'CADASTRE-SE CADASTRAMENTO PROGRAMA Minha Casa Minha Vida RENDA A PARTIR R\$ 1600.00 CAIXA Clique Aqui'.
- Navigation:** 'Últimas', 'Cidade', 'Política', 'Painel', 'Economia', 'Esporte', 'Cultura', 'Cesar Romero', 'Classificados', 'Empregos', 'Indicadores', 'Vida Urbana', 'Serviços', 'Opinião', 'Guia Cultural', 'Tevê', 'Carro & Cia'.
- Footer:** 'Expediente', 'Fale conosco', 'Anuncie aqui', '89 MAIABR', 'Juiz de Fora TerçaSegunda', and social media icons for Twitter, Facebook, and RSS.

Figura 12: Destaque para a matéria principal do site²⁰

O site de, maneira geral, apresenta boa navegabilidade, pois o usuário encontra facilmente o que procura. Como foi exposto, a divisão em editorias no topo da página facilita

¹⁹ Disponível em: www.tribunademinas.com.br. Acesso em: 10 abr. 2012.

²⁰ Disponível em: www.tribunademinas.com.br. Acesso em: 09 abr. 2012.

a navegação e as últimas atualizações dispostas sempre na parte superior, à direita da página inicial, fazem com que o leitor saiba onde encontrar as últimas postagens do site. Quanto ao layout a cor clara do fundo é adequada, pois não cansa a visão do leitor e a distribuição dos elementos na página não sofre variações permitindo ao usuário rápido acesso ao que deseja. A página apresenta poucas propagandas, fato que contribui para uma navegação sem dispersão da atenção do leitor com eventuais publicidades.

A conexão usada para acessar foi de 2 Mbps²¹, o que permitiu uma boa velocidade de carregamento das páginas, vídeos, fotos e infográficos.

Um aspecto fundamental ressaltado na entrevista com a editora do jornal é o fato de que não estamos falando de um portal noticioso mas sim do site de um jornal. O portal pretende propiciar ao usuário uma experiência completa, com vários tipos de serviços. Pollyana Ferrari (2012, p.30) nos enumera as ferramentas básicas encontradas em um portal: ferramenta de busca, comunidades, comércio eletrônico, e-mail gratuito, entretenimento, esportes, notícias, jogos online e mapas. Em um portal, as notícias tem a intenção de reter o usuário na navegação e são feitas exclusivamente para a leitura em tela. Em um site de jornal, a informação vem em primeiro plano e o conteúdo feito para o impresso não pode ser ignorado, por isso, o aproveitamento de matérias é uma prática usual.

4.1 - MULTIMIDIALIDADE E CONVERGÊNCIA

De acordo com Ferrari (2012, p. 51) na web, quando se conta uma história ou se noticia um fato, “Além do texto, é possível utilizar áudio, gráficos, vídeos links etc. E até uma combinação de todos esses recursos”. Durante a semana analisada, fotos e infográficos foram os recursos não verbais mais utilizados.

²¹ Velocidade de transmissão de dados. Corresponde a 2 megabits por segundo



Figura 13: Exemplo de visualização de infográfico²²

Somente um vídeo foi postado na matéria “Polícia Civil desmantela quadrilha de golpistas”, publicada no dia 11 de abril.



Figura 14: Matéria onde se pode ter conteúdo extra por meio de um vídeo²³

²² Disponível em: www.tribunademinas.com.br. Acesso em: 15 abr. 2012.

²³ Disponível em: www.tribunademinas.com.br. Acesso em: 13 abr. 2012.

Não foi encontrada nenhuma animação no site. Em entrevista, a editora de internet revelou que são escassos profissionais os quais dominem as ferramentas para a elaboração de animações, por isso a ausência desse recurso na página do jornal. A informação é veiculada majoritariamente pelas formas tradicionais de textos e fotos. Diante disso, podemos dizer que o site não explora todas as potencialidades de multimídia e convergência oferecidas pela web. Acreditamos que o site seria mais atrativo se explorasse melhor as potencialidades dos recursos multimídias.

4.2 - INTERATIVIDADE

Segundo Ferrari (2012, p. 65), “Para uma ferramenta ser realmente interativa, precisa permitir que o usuário se sinta imerso no conteúdo. Para Palácios (2003), um computador conectado à internet permite ao usuário interagir com a máquina, com a própria publicação e com outras pessoas. Quanto à interatividade, o site não apresenta muitas opções. Há a possibilidade de o leitor emitir sua opinião por meio de uma enquete atualizada diariamente e por meio dos comentários que podem ser feitos em todas as matérias.

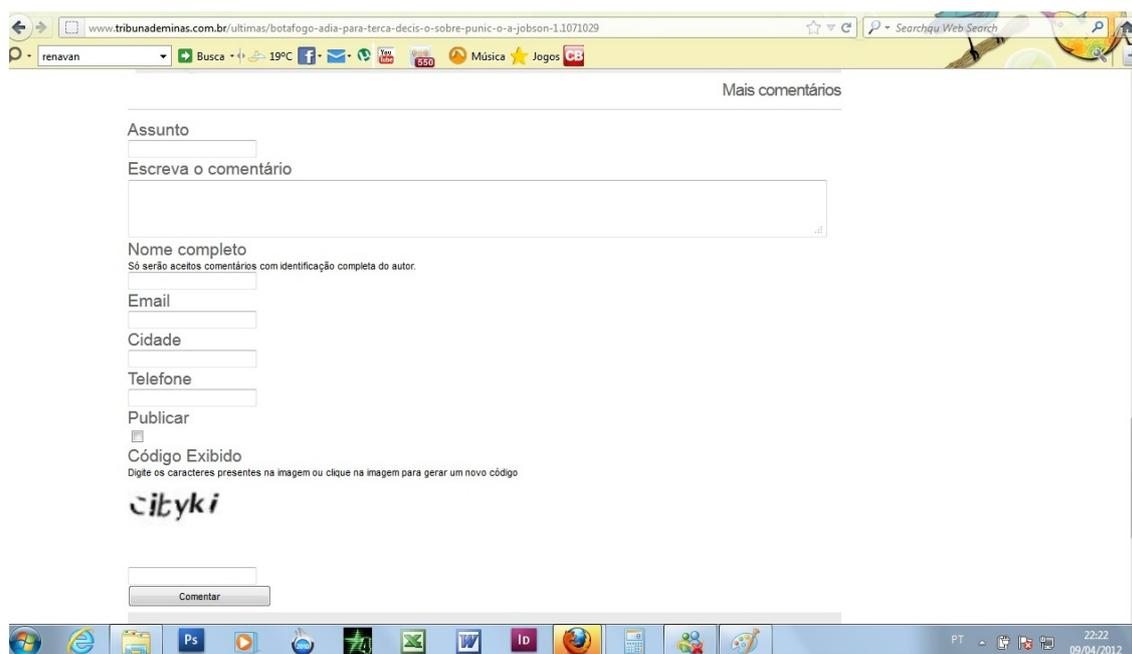


Figura 15: Campos que devem ser preenchidos para a postagem de um comentário²⁴

²⁴ Disponível em: www.tribunademinas.com.br. Acesso em: 09 abr. 2012.

Como podemos perceber, para a publicação de um comentário é preciso que se preencha uma série de dados como nome completo, e-mail, cidade e telefone, o que pode desestimular os usuários de emitirem suas considerações sobre as matérias. O espaço seria mais utilizado se fossem pedidos menos dados para a possibilidade do comentário. Esse fato pode ser evidenciado pelo baixo número de matérias que recebem comentários. A editora do site confirmou que são poucos os leitores que emitem sua opinião. Segundo Gabriela Gervason, somente quando o tema toca um problema muito próximo ao usuário há a postagem de comentários. A editora confirmou também que há a mediação dos comentários para que não seja publicada nenhuma ofensa na página do jornal.

4.3 - HIPERTEXTUALIDADE

A existência de links pode enriquecer a leitura, pois permite aos usuários colherem mais dados sobre assuntos de seu interesse. Para Ferrari (2010, p. 141), “A partir da não-linearidade dos links, podemos, talvez encontrar novas vozes, outras versões de uma mesma notícia”. Os links podem ser internos, quando remetem a informações complementares dentro do próprio site do jornal mas se conduzem para a navegação em outra página, nós chamamos de externo. O link interno é o mais utilizado por jornais na web, pois faz com que o leitor obtenha informações complementares sem deixar o site da publicação.

Não foram encontrados links externos ou internos nas matérias durante a semana analisada, porém em observações posteriores encontramos alguns links internos.



Figura 16: Matéria com link interno²⁵

Na figura acima, postada no dia 10 de maio de 2012, podemos visualizar um link que remete a uma matéria anteriormente divulgada que tratava do mesmo assunto.

O site deveria explorar mais a utilização de links para propiciar aos leitores uma navegação mais dinâmica e aprofundada sobre o assunto. Dessa forma, um volume maior de informações estaria disponível ao usuário, levando-o a uma leitura mais enriquecedora.

4.4 - PERSONALIZAÇÃO

A personalização permite ao usuário a possibilidade de adequar a página do site noticioso de acordo com suas preferências. Segundo Palácios “Também denominada individualização, a personalização ou customização consiste na opção oferecida ao Usuário para configurar os produtos jornalísticos de acordo com os seus interesses individuais” (PALÁCIOS 2003, p. 19). O leitor pode, por exemplo, excluir as notícias da editoria de geral e dar prioridade às editorias de esporte ou cultura na página de abertura do jornal que

²⁵ Disponível em: www.tribunademinas.com.br. Acesso em: 10 mai. 2012.

acompanha pela internet. Com isso, o usuário pode fazer com que o jornal se pareça e se enquadre ao seu perfil. O site da Tribuna de Minas ainda não permite nenhuma possibilidade de personalização. O layout é o padrão, disponível para todos os leitores.

4.5 - MEMÓRIA

Na rede, a capacidade de memória pode ser considerada sem limites, por demandar pouco espaço físico e por apresentar um custo reduzido se comparado às formas tradicionais de armazenamento e arquivamentos de dados. Retomando Palácios (2003, p. 20), “a acumulação de informações é mais viável técnica e economicamente na web do que em outras mídias”. Com as possibilidades de memória da rede não é necessário que sejam guardadas as edições antigas dos jornais impressos, basta armazená-las em suportes digitais como CDs, DVDs ou HDs.

O site da Tribuna de Minas não apresenta a possibilidade de pesquisa por edições passadas na sua forma completa. Há a possibilidade de acesso às matérias antigas por meio de palavras que estejam em seu título ou mesmo no corpo da matéria.

No centro da página de abertura, à direita encontramos a ferramenta pesquisa.

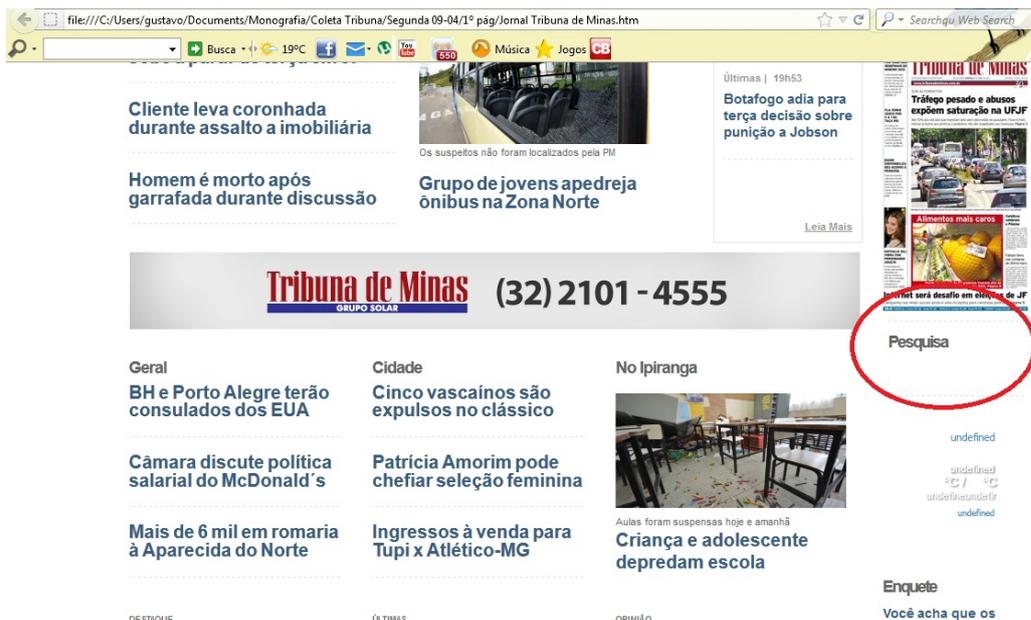


Figura 17: Espaço para pesquisas no site²⁶

Se por exemplo, digitarmos a palavra “jornalismo”, o site nos fornecerá uma lista de notícias nas quais a palavra citada aparece.

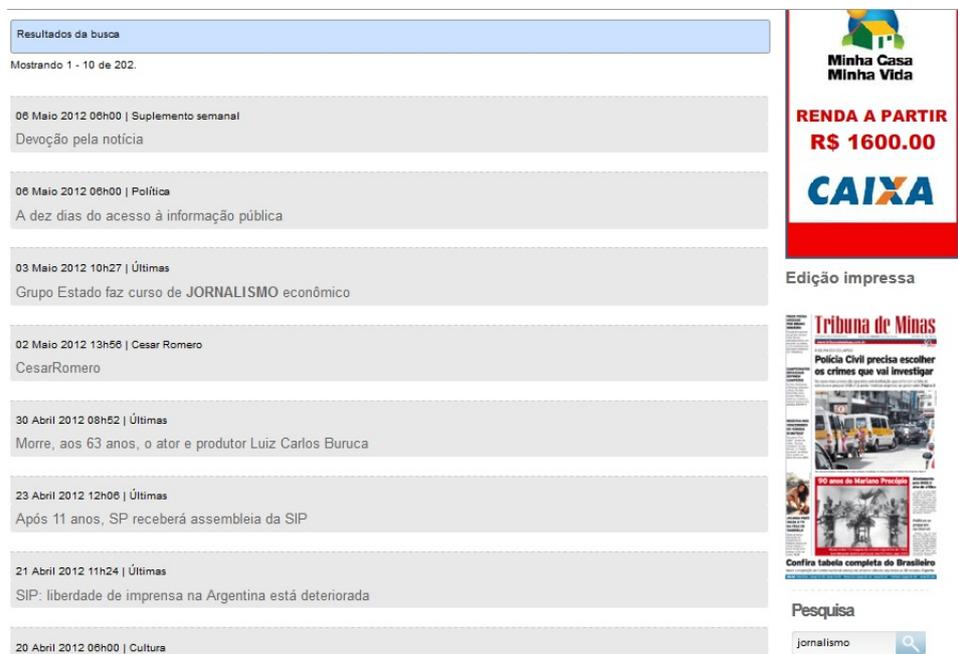


Figura 18: Resultado da pesquisa pela palavra jornalismo²⁷

²⁶ Disponível em: www.tribunademinas.com.br. Acesso em: 09 abr. 2012.

²⁷ Disponível em: www.tribunademinas.com.br. Acesso em: 09 abr. 2012.

Dessa forma, percebemos que a ferramenta de pesquisa é eficiente e permite ao leitor encontrar informações desejadas sem maiores complicações, no entanto a digitalização das edições impressas poderiam ser oferecidas ao leitor. Há publicações cujas edições impressas podem ser baixadas integralmente, por exemplo em formato de arquivo pdf²⁸.

4.6 - INSTANTANEIDADE/ATUALIZAÇÃO CONTÍNUA

A instantaneidade é uma característica fundamental em um site que almeja conquistar a fidelidade e confiança do leitor. Acontecimentos que apresentem relevância para o público alvo devem ser noticiados tão logo sejam confirmados e apurados. Essa incessante busca pela notícia leva os sites a realizarem contínuas atualizações. Para Palácios (2003, p. 20), “A rapidez do acesso, combinada 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”.

O site do Jornal Tribuna de Minas não foge a essa regra e apresenta diversas atualizações de sua página.

²⁸ Tipo de arquivo que permite a visualização de uma página sem a possibilidade de alterá-la.

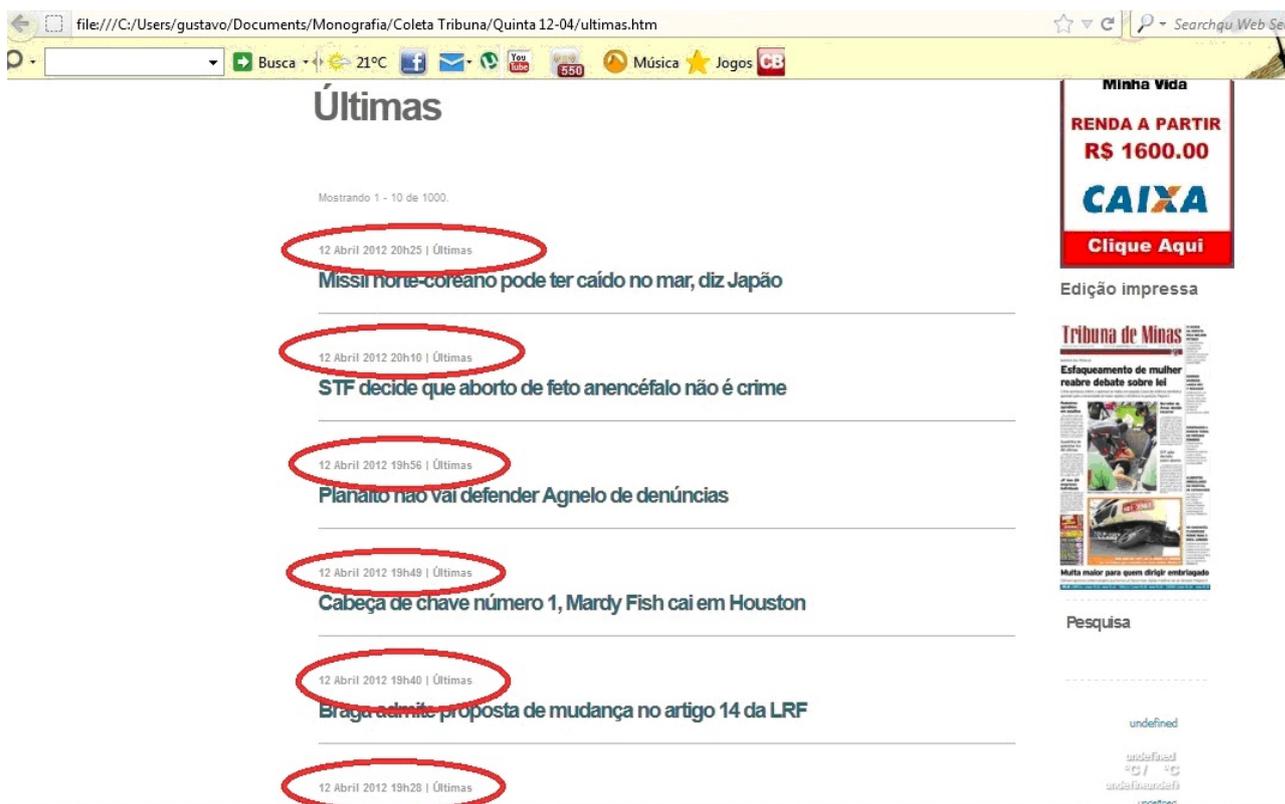


Figura 19: Atualizações recorrentes do site²⁹

As atualizações acontecem durante toda a manhã à tarde. De acordo com a editora do jornal Tribuna de Minas, a dinâmica de mudanças no site é semelhante ao funcionamento dos demais jornais na rede que cessam as alterações por volta das 20:00. Segundo a editora, nesse horário ocorre o fechamento da edição impressa e se inicia a postagem das matérias oriundas da publicação no site do jornal. Somente em ocasiões especiais ou de emergência, há o prolongamento da cobertura durante a noite e a madrugada.

As atualizações no site são constantes, fazendo da página do jornal uma boa fonte de informações para os leitores, sobretudo de Juiz de Fora. Com algumas checagens na página da Tribuna, o usuário terá notícias sobre o que de mais importante acontece na cidade.

²⁹ Disponível em: www.tribunademinas.com.br. Acesso em: 12 abr. 2012.

4.7 - REDES SOCIAIS

Twitter é um microblog que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais em textos de até 140 caracteres. As atualizações são exibidas no perfil de um usuário em tempo real e também são enviadas aos outros usuários seguidores que tenham assinado para recebê-las. As atualizações de um perfil ocorrem por meio do site do Twitter.

Facebook é um site de rede social na qual os usuários devem se registrar antes de utilizar o site, após isso, podem criar um perfil pessoal, adicionar outros usuários como amigos e trocar mensagens, incluindo notificações automáticas quando atualizarem o seu perfil. Além disso, os usuários podem participar de grupos de interesse comum de outros utilizadores, organizados por escola, trabalho ou faculdade, ou outras características, e categorizar seus amigos em listas.

As redes sociais representam, principalmente para o público jovem, uma forma de relacionamento com amigos, compartilhamento de conteúdo e também uma fonte importante de informação e notícias. Para conseguir conquistar essa fatia de leitores, os meios de comunicação trataram rapidamente de montar perfis nas redes sociais. A Tribuna de Minas entrou nas redes sociais em 2011 e desde então, é possível ter acesso às notícias por meio do microblog Twitter e da página de relacionamento Facebook.



Figura 20: Tribuna de Minas no Twitter³⁰

³⁰ Disponível em: www.tribunademinas.com.br. Acesso em: 13 mai. 2012

De acordo com Gabriela Gervason, há uma pequena diferença nas matérias disponibilizadas no Twitter e no Facebook. Segundo a editora, no Twitter há a disponibilização de quase todo material da versão impressa, até mesmo das matérias especiais. Isso ocorre pelo perfil do usuário, que quer ficar sempre bem informado. Já no Facebook, que é utilizado por pessoas mais jovens, há a disponibilização preferencialmente das matérias de cultura, esporte, entretenimento, ou seja, um conteúdo voltado para esse público.

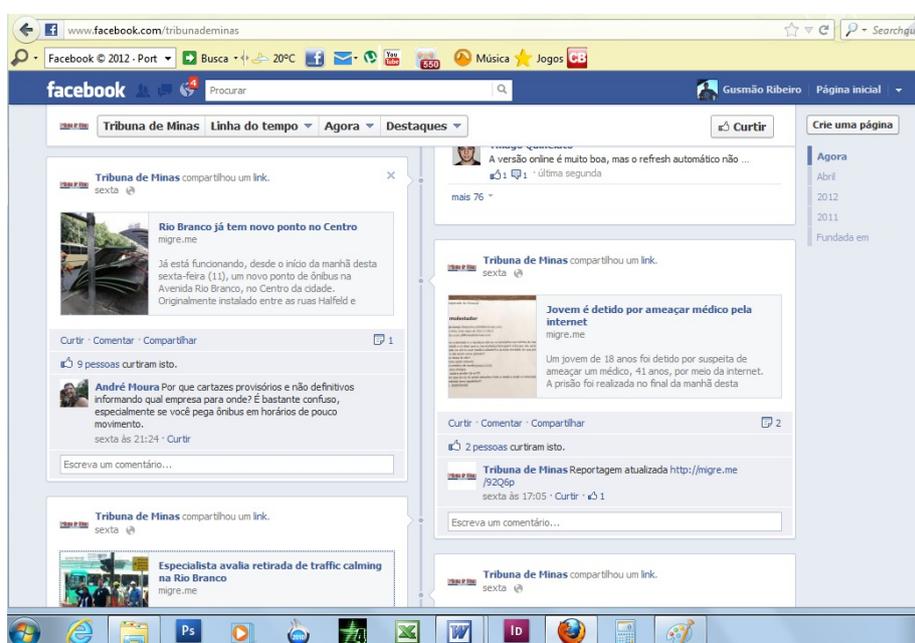


Figura 21: Facebook do jornal Tribuna de Minas³¹

4.8 - CLASSIFICAÇÃO CONFORME LUCIANA MIELNICZUK

Conforme exposto anteriormente, mais detalhadamente no primeiro capítulo, Luciana propõe a divisão do jornalismo feito para a internet em três estágios. A primeira fase, da

³¹ Disponível em: www.tribunademinas.com.br. Acesso em: 13 mai. 2012

transposição, a segunda, da metáfora e a terceira onde todas as potencialidades da web são exploradas.

Conforme a autora (2003, p. 2), na fase da transposição “os produtos oferecidos, em sua maioria, eram reproduções de partes dos grandes jornais impressos, que passavam a ocupar um espaço na Internet. Este material era atualizado a cada 24 horas, de acordo com o fechamento das edições do impresso”. Na segunda fase, da metáfora, “mesmo ‘atrelado’ ao modelo do jornal impresso, os produtos começam a apresentar experiências na tentativa de explorar as características oferecidas pela rede” (MIELNICZUK 2003, p. 2). Nessa fase, os links começam a ser utilizados, ocorre a ampliação da comunicação entre o jornalista e o leitor, surge também a seção últimas notícias. Na última etapa, na qual o uso das possibilidades da web é pleno, há a utilização de “toda uma estrutura técnica relativa às redes telemáticas e aos microcomputadores pessoais, permitindo a transmissão mais rápida de sons e imagens” (MIELNICZUK, 2003, p. 3). Há, portanto, a exploração de todas as possibilidades da web como recursos de interatividade, recursos multimídia, utilização de hiperlinks e atualizações contínuas e não apenas a seção últimas notícias.

Diante do que foi analisado, podemos observar que o site do Jornal Tribuna de Minas atualmente se encontra em uma fase de transição entre o primeiro e segundo estágio de evolução propostos pela autora. A Tribuna de Minas na web apresenta as características básicas para que a publicação se encontre na fase da metáfora como: a utilização de links, a possibilidade de troca de informações entre o jornalista e o leitor e a existência de atualizações com os últimos acontecimentos, mas também apresenta atributos relativos à fase da transposição como atualização de grande parte do conteúdo a cada 24 horas e um grande número de matérias dispostas da mesma forma na web e na versão impressa.

5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

A forma de circulação da informação vem sofrendo constantes mudanças com o passar dos anos. A informação, antes transmitida por meio da comunicação oral, passou a ser disseminada por meio de textos, voltou a circular pela forma oral com as ondas do rádio, depois pôde contar com as imagens da televisão, e hoje é transmitida de todas essas maneiras através da internet. Desde sua criação e popularização, a internet vem revolucionando a maneira de se transmitir e consumir informação.

O jornalismo, que possui como função básica persuadir, influenciar e informar, não ficou alheio às transformações propiciadas pela grande rede. Os meios tradicionais de comunicação criaram versões de suas publicações na web, e mais recentemente se renderam as populares redes sociais. Agora, ter um site já não basta para estar conectado, é preciso ter também um perfil no *Facebook* e no *Twitter*, sobretudo para atingir o público mais jovem.

É nesse contexto, que escolhemos o principal impresso da cidade de Juiz de Fora, o Jornal Tribuna de Minas e analisamos sua adaptação à internet. Fundado em 1981, a publicação criou sua versão na grande rede em 1996. Desde então, o site já passou por diversas reformulações buscando se adequar às constantes mudanças e inovações que marcam a web.

Analisamos o site segundo as características básicas do webjornalismo: multimídia e convergência; interatividade; hipertextualidade; personalização; memória e instantaneidade e atualização contínua. Também analisamos, de forma breve, a veiculação do conteúdo do jornal nas redes sociais.

No que tange à multimídia e convergência, observamos que o site poderia explorar mais esse recurso. Textos, fotos e infográficos são as formas mais comumente disponibilizadas ao leitor no conteúdo jornalístico. Os vídeos são pouco explorados e não há animações no site.

O site apresenta poucas opções de interatividade. Há a possibilidade de interagir com a publicação somente por meio da enquete, realizada diariamente, e através dos comentários feitos às matérias. Observamos muitas condições a serem atendidas para que o leitor possa emitir seu comentário. Uma forma mais direta para a publicação da opinião poderia gerar uma participação maior dos usuários do site.

Quanto à hipertextualidade, observamos a inexistência de links externos e poucos links internos. Os hiperlinks permitem uma leitura mais rica e uma navegação mais dinâmica, diante disso acreditamos que o site poderia utilizar mais hipertextos.

O Jornal Tribuna de Minas, na sua versão para a web, não apresenta possibilidade de personalização do conteúdo. Tal recurso poderia ser explorado, pois facilitaria a navegação dos leitores.

A grande capacidade de memória é uma característica da internet, e o site da Tribuna de Minas explora essa possibilidade de forma satisfatória. Não há complicações para a realização de pesquisas na versão web do jornal, e o acervo de matérias disponíveis é extenso.

O jornalismo na web é marcado por constantes atualizações das páginas noticiosas geradas pela instantaneidade na cobertura dos acontecimentos. Observamos no site estudado a ocorrência de várias modificações durante o dia, o torna uma boa fonte de informações para a população de Juiz de Fora.

As redes sociais, sobretudo para o público jovem, representam uma forma de contato com amigos, de conhecer novas pessoas, de divulgar quais são suas atividades e também de

obter informações. Nesse sentido, a criação de perfis do jornal no *Facebook* e no *Twitter* é uma boa medida para atrair e fidelizar essa fatia do público.

Diante do exposto e por meio das informações levantadas nas entrevistas concluímos serem possíveis algumas melhorias no site estudado. Há possibilidades não exploradas pela publicação da Tribuna de Minas na web, sobretudo na personalização da página, nos recursos multimídias, na interatividade e na utilização de hipertextos.

6 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

• ARTIGOS ELETRÔNICOS

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web.**

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).

OLIVEIRA,L.F.. **As manchetes na história da Tribuna de Minas/ Juiz de Fora - MG.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.

LEITE, Michele. **Novas tecnologias: A tradução do jornal impresso para a web.** Trabalho apresentado como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social pela Universidade Federal de Juiz de Fora. 2010. Juiz de Fora.

• LIVROS

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma História Social da Mídia: de Gutenberg à Internet.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda, 2004.

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

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital.** São Paulo: Contexto, 2012. (Coleção Comunicação). 120 p.

FERRARI, Pollyana. - **Hipertexto, hipermídia.** Contexto : 2007.

FILHO, Ciro Marcondes. **Comunicação e Jornalismo a saga dos cães perdidos.** São Paulo, Hacker Editores, 2002.

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.

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.

- **SITES**

TRIBUNA DE MINAS. Juiz de Fora. Disponível em: <<http://www.tribunademinas.com.br>>. Acesso em: abr. 2012.

STATCOUNTER. Disponível em: <<http://gs.statcounter.com/>>. Acesso em 20 abr. 2012.

GOOGLE IMAGENS. Disponível em:
<<http://www.google.com.br/imgres?q=capa+tribuna+de+minas+hoje&um=1&hl=pt-BR&sa=N&biw=1262&bih=609&tbm=isch&t>>. Acesso em 26 abr.2012.

PORTAL G1. Disponível em:
<<http://g1.globo.com/carros/noticia/2012/04/primeiras-impressoes-porsche-911-carrera-s-coupe.html>>. Acesso em 21 abr. 2012.

APÊNDICES

APÊNDICE A

Entrevista com a editora de internet do jornal Tribuna de Minas, Gabriela Gervason, sem gravação realizada no dia 04/05/2012.

Q: Qual a relação entre o impresso e o online? Há conteúdo exclusivo para o site?

Gabriela Gervason: Muita coisa ainda é tirada do impresso. A nossa estrutura(site) é a estrutura do jornal impresso. Nós não contamos com uma estrutura independente nesse primeiro momento, e nós consideramos ainda um primeiro momento. Até porque somos um jornal na internet e não um portal. Retratamos o que está acontecendo na cidade, algumas vezes da mesma forma e outras vezes de forma diferente. No site, algumas vezes publicamos o factual, para na edição do dia seguinte trazer os desdobramentos desse fato no impresso.

Q: Os infográficos da versão online são todos retirados da edição impressa?

Gabriela Gervason: Sim, ainda somos muito carentes com relação à mão de obra. Nós somos aqui uma equipe, todos trabalhamos na Tribuna de Minas. Não fazemos tanto essa separação entre uma equipe só para o impresso e outra para a internet. Por isso, essa troca é natural.

Q: Assim como no impresso também há um maior cuidado com a edição de domingo?

Gabriela Gervason: Sim, a edição online é bastante dependente do impresso. Como no domingo o volume de matérias no jornal é bem maior, com matérias especiais e mais artes, o site acaba recebendo um número bem maior da matérias aos domingos.

Q: Quantos profissionais trabalham na cobertura da internet?

Gabriela Gervason: Atualmente, trabalhamos eu como editora e apenas mais dois repórteres. É uma equipe pequena, há um repórter na parte da manhã e outro na parte da tarde.

Q: Há alguém responsável pela atualização do site ?

Gabriela Gervason: Não. Sou eu quem posta as matérias e as artes.

Q: Quando ocorrem as atualizações?

Gabriela Gervason: A maioria ocorre às 06:00, quando grande parte da edição impressa vai para o site. Então, a maior parte ocorre pela manhã. Durante o dia, tarde e noite nós repercutimos com notas o que de mais importante acontece na cidade.

Q: Há cobertura durante a madrugada? (plantonistas)

Gabriela Gervason: Nosso horário limite acompanha a maioria dos outros sites noticiosos que têm uma queda nas atualizações por volta das 20:00. No nosso caso, 20:00 é quando fechamos o jornal do outro dia, então já começo a trabalhar na atualização do site. Em situações especiais, ficamos até a madrugada, como foi no caso do incêndio da Tetê Festas, nesse dia trabalhamos até as duas da manhã.

Q: A produção de vídeos é feita pela equipe do jornal?

Gabriela Gervason: Recebemos vídeos de leitores algumas vezes, mas de maneira geral, o nosso repórter leva o celular faz o vídeo e manda para gente.

Q: Não há mais o login. Qual a razão dele existir antes e porque foi retirado?

Gabriela Gervason: A decisão de tirá-lo foi da direção e não editorial. O login era uma forma de conhecermos nossos leitores e termos um banco de dados. É claro que nós sabíamos que o login era uma barreira para a navegação e até mesmo para a permanência do leitor no site, por isso a direção optou por retirá-lo.

Q: Qual a média de acessos diários?

Gabriela Gervason: Usamos uma ferramenta da Google para conferir o número de acessos. É uma ferramenta bastante confiável. Cerca de 25.000 acessos por dia.

Q: Como funciona a atuação nas redes sociais?

Gabriela Gervason: Nós trabalhamos com o Twitter e o Facebook. Começamos a atuar nas redes sociais quando realizamos a última mudança em nosso site. No Twitter, nós disponibilizamos quase todo material da versão impressa, até mesmo as matérias especiais, pelo perfil do usuário que quer ficar sempre bem informado. Já no Facebook, que é utilizado por pessoas mais jovens, nós disponibilizamos somente as matérias de cultura, esporte, entretenimento, enfim um conteúdo voltado para pessoas mais jovens.

Q: Porque só alguns comentários são exibidos? Como funciona essa mediação

Gabriela Gervason: Na verdade, nem todas as matérias recebem comentários, somente temas mais polêmicos, geralmente os que mexem diretamente com o leitor, como trânsito e segurança recebem comentários. De uma maneira geral, quando temos comentários nas matérias eles são exibidos. A mediação é feita por mim, quando chego à tarde no jornal leio todos os comentários e coloco no site os que não possuem ofensas ou palavrões.

Q: Na minha análise podemos trabalhar com três versões do site, você concorda?

Gabriela Gervason: Acredito apenas em duas versões. Na verdade entramos na internet em 1996, até 2011 passamos por quatro mudanças de layout, mas não ocorreu nenhuma mudança mais significativa. Em 2011, houve uma mudança mais efetiva no site, quando passamos a fazer atualizações durante o dia, até mesmo nossos acessos mudaram, antes nós tínhamos um boom de acessos durante a manhã e durante o dia poucos acessos. Agora temos muitos acessos durante todo o dia.

Q: Há alguma nova mudança prevista?

Gabriela Gervason: Com certeza, a principal mudança é passar a cobrar pelo conteúdo, Já existem alguns sites que fazem isso e estamos já engatinhando nessa ideia. Mas também há projetos para se ampliar a interatividade, aumentar a participação do leitor, implementação de blogs, aumento das possibilidades multimídia de forma geral, com animações em Flash. Gostaríamos de mais vídeos com uma produção nossa.

APÊNDICE B

Pergunta enviada por e-mail para o editor geral do jornal Tribuna de Minas, Paulo Cesar, no dia 28/05/2012.

Q: Qual o motivo do jornal não circular às segundas-feiras?

Desde sua criação ,em 1981, o jornal tem um dia de folga para sua redação. No caso da Tribuna de Minas, folgamos aos domingos. Quando tínhamos também a Tribuna da Tarde, esse vácuo era ocupado, uma vez que ela não circulava aos domingos, mas chegava às bancas às segundas-feiras.

Quando ela foi encerrada, continuamos sem a edição de segunda-feira. Hoje, até por uma questão de custo – o que exigiria uma equipe extra – não fizemos qualquer mudança. Mas com a internet em tempo real, certamente teremos que tomar providências, pelo menos para a tribuna virtual.