

LP1 - Produção, Mediação e Gestão da Informação

**JORNALISMO, COLABORAÇÃO E AUDIÊNCIA ATIVA: UM ESTUDO DA REDEFINIÇÃO  
CONCEITUAL DE PARTICIPAÇÃO NOS PORTAIS ON-LINE NO BRASIL**

***JOURNALISM, COLLABORATION AND ACTIVE AUDIENCE: A STUDY OF THE CONCEPTUAL  
REDEFINITION OF PARTICIPATION IN ON-LINE PORTALS IN BRAZIL***

1

Mayara Wasty Nascimento de Farias<sup>1</sup>

Marcos Aurélio Gomes<sup>2</sup>

**Resumo:** Com o advento tecnológico, limitações físicas para obtenção de informação vão se dissipando. Tudo está à mão, a um clique. Diante disso, como fidelizar o usuário e garantir audiência para os portais jornalísticos on-line no Brasil? Neste cenário, e através de observação e elaboração de formulário de pesquisa, apresentam-se novas perspectivas acerca das seções colaborativas em portais de notícias *on-line*.

**Palavras-Chave:** Experiência de usuário; Sistema de informação; Colaboração; Estudo de usuário.

**Abstract:** *Due to the advent of technology, physical limitations of information obtaining are dissipating. Everything is at hand, at a click. Therefore, how to retain the user and guarantee audience for online journalistic portals in Brazil? In this scenario, through observation and research formulary elaboration, new perspectives are presented about the collaborative sessions in online news portals.*

**Keywords:** *User experience; Information system; Collaboration; User study.*

## 1 INTRODUÇÃO

Entender a necessidade de informação do indivíduo é importante para compreender o processo de fidelização do usuário de um sistema de informação. Com as transformações oriundas do desenvolvimento tecnológico no que tange a produção e consumo de informações, foi necessário, ao jornalismo, adaptar-se as novas tendências e preferências

<sup>1</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas. [mayara.wasty@gmail.com](mailto:mayara.wasty@gmail.com).

<sup>2</sup> Doutor em Ciência da Informação. Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas. [gomesbib@cci.ufal.br](mailto:gomesbib@cci.ufal.br).

dos usuários. Ao tempo em que o crescimento e difusão das tecnologias de comunicação e da Internet, a mobilidade de informação em múltiplas plataformas tornou-se cada vez mais comum.

Olhando para a história dos veículos de comunicação, especificamente, os jornais, percebem-se as alterações passadas ao longo dos anos e que impactam, até hoje, na forma de consumo da informação pela sociedade. Essas transformações resultaram em um sujeito ativo que produz e compartilha conteúdo informacional. Neste sentido, a interatividade ganha força e se mostra cada vez mais frequente entre os canais de notícias e o usuário, que adquire uma ressignificação de seu papel enquanto consumidor e produtor de informação. Neste trabalho, apresentam-se os resultados parciais referente à análise das seções colaborativas dos portais on-line brasileiros, com o objetivo de investigar a prática e a experiência do usuário, buscando-se entender a usabilidade das seções colaborativas e como impacta na experiência do usuário.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

O jornalismo é uma atividade intelectual e como defende Traquina (2012, p. 22), “[...] os jornalistas fazem parte de uma profissão, talvez uma das profissões mais difíceis e com maiores responsabilidades sociais”. Mais do que dominar técnicas, os jornalistas tem a função de informar o mundo. A recepção de informações, seja passivamente enquanto assiste a programação da TV ou ativamente, pela busca de conteúdo específico, é cada vez mais frequente. A forma que buscamos a informação tem sido objeto de estudo há décadas. Desta forma, para analisar esse processo, é preciso entender, primeiramente, o que é informação. Tratando-se da Ciência de Informação, é difícil encontrar uma unicidade no que se refere à conceituação do termo, isso porque possui um caráter interdisciplinar que

[...] investiga as propriedades e o comportamento da informação, as forças que regem o fluxo da informação e os meios de processamento da informação para um máximo de acessibilidade e uso. O processo inclui a origem, disseminação, coleta, armazenamento, recuperação, interpretação e uso da informação (SHERA; CLEVELAND, *apud* ROBREDO, 2003, p.55)

Em Cibercultura, Pierre Lévy (1999) explica que o crescimento da comunicação baseada na informática teve início no final dos anos 80, sendo construída como um espaço de encontro, compartilhamento e de invenção coletiva. Mas foi apenas no segundo milênio que o uso da Internet como sistema de comunicação e forma de organização expandiu. O advento do *Personal Computer* (PC) foi um dos grandes responsáveis pela difusão das redes de computadores. No Brasil, a rede começou a ganhar espaço entre 1994-1995. Para Lévy (1999), o espaço ilimitado da Internet possibilitou que qualquer usuário produzisse conteúdo para *web*, tornando-se o maior sistema de publicação do mundo. Sua capacidade de crescer indefinidamente torna o espaço fluido e em constante movimento, com dados sendo acrescentado e excluídos continuamente. “São informações que vão além das fronteiras da mídia de massa, publicadas por pessoas comuns, [...] homens ou mulheres, crianças ou adultos, simpatizantes das mais diversas religiões e ideologias políticas” (CORRÊA; MADUREIRA, 2010, p. 157).

O jornalismo colaborativo, por sua vez, é caracterizado pela prática jornalística exercida por pessoas não formadas na área de comunicação ou jornalistas sem vínculo empregatício com a empresa que colabora. O webjornalismo participativo refere-se à ideia de produção e publicação de notícias na *web* por qualquer usuário. Neste contexto, surgem os “[...] webjornais em que o público pode intervir sobre o conteúdo publicado, seja enviando seu próprio material jornalístico, seja reescrevendo textos, fazendo comentários sobre as notícias e debatendo a partir do material jornalístico publicado por outros colaboradores” (TRÄSEL, 2010, p.220 *apud* ZANOTTI; REIS, 2011, p. 2). Desta forma, como ressalta Brambilla (2005, p. 2), “criadores e público podem ser, agora, a mesma pessoa, ao invés de estarem isolados [...]”.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para realização desta pesquisa, usaremos a observação e por meio de abordagem quantitativa e qualitativa. Justifica-se a utilização da observação para retirar os dados dispostos nos *sites* a serem investigados por meio da sistematização de um formulário. Utilizaremos a Análise de Conteúdo Jornalística (ACJ) de amostragem não aleatória por se

tratar de um método que permite recolher e analisar textos, imagens e símbolos veiculados na mídia a partir de uma amostra dos objetos estudados (HERSCOVITZ, 2010) e possibilitar a análise de uma grande quantidade de informações por um extenso período de tempo.

Serão analisados dois portais on-line, que disponibilizam áreas específicas para manifestação do usuário em formato *User Generated Content* (UGC), ou seja, conteúdo gerado pelo usuário: G1<sup>3</sup> e Terra<sup>4</sup>.

#### 4 RESULTADOS PARCIAIS

Ao observar as matérias colaborativas do *site* G1<sup>5</sup> e Terra<sup>6</sup>, constatou-se que:

- a) A área destinada para a publicação do material colaborativo não tem correspondência com o conteúdo jornalístico produzido pelos profissionais do veículo, sendo apenas demarcadas como colaborativas e assinadas pelo internauta, o que pode ser percebido como uma segregação de conteúdo;
- b) Todo conteúdo colaborativo é checado por um jornalista do *site*, que adéqua a colaboração aos padrões editoriais do veículo, evitando a veiculação de informação falsa;
- c) O *VC no G1* e o *VC Repórter* possuem uma página própria hospedada nos respectivos *sites*, no qual o internauta pode acessar todo o conteúdo colaborativo do portal em um único lugar, ficando, desta forma, separado do conteúdo jornalístico produzido pela empresa;
- d) Para enviar conteúdo, o internauta deve se cadastrar no *site*.

---

<sup>3</sup> Em setembro de 2006 as Organizações Globo lançam o portal de notícia G1. Em 2010, visando regionalizar seu conteúdo, o *site* integrou as emissoras afiliadas da Rede Globo ao portal. Atualmente, a versão local do G1 está presente nos 26 estados e no Distrito Federal.

<sup>4</sup> Conhecido hoje como portal Terra, o *site* foi criado em 1996 e atendia pelo nome ZAZ. Apenas em dezembro de 1999, o portal foi rebatizado para o nome que conhecemos hoje.

<sup>5</sup> VC no G1 é a seção colaborativa do portal G1. A área colaborativa passou a existir em maio de 2017 e está contida na seção de mídias sociais e interação do *site*.

<sup>6</sup> O VC Repórter é a área colaborativa do portal Terra e foi inaugurada em fevereiro de 2006.

- e) Estabeleceremos e analisaremos, por meio do formulário, as seguintes categorias: assinatura das matérias, gênero do colaborador, unidade federativa, editorias, abrangência do tema, conteúdo e tipo de fonte.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

5

A democratização da produção livre de conteúdo ocasionada pelo surgimento e disseminação da Internet é uma das grandes marcas da comunicação moderna. Com isso, vislumbramos o surgimento de movimentos e fenômenos comunicacionais, como o jornalismo participativo. O webjornalismo participativo possibilitou que cada vez mais pessoas participassem do processo de criação de notícia, sendo o imediatismo a grande marca do público, que se mostra cada vez mais ávido pela informação na hora do ocorrido, valorizando, assim, a velocidade que essa informação é transmitida. Com o grande número de conteúdo gerado por usuários, os portais de notícia encontraram um modo de se apropriar destes materiais e sistematizá-los, criando os espaços colaborativos em seus *sites*. Entretanto, ao analisar mais atentamente, nota-se que essas seções colaborativas são segregadas dos conteúdos jornalísticos produzidos pela equipe da redação, ficando alojado em uma parte isolada do *site*. Através de estudos mais aprofundados, busca-se estabelecer e analisar categorias contidas nas seções colaborativas dos *sites*.

## REFERÊNCIAS

BRAMBILLA, A. M. **A Reconfiguração do Jornalismo Através do Modelo *open source***. Sessão do imaginário, 2005.

CORRÊA, E. S; MADUREIRA, F. Jornalismo cidadão ou fonte de informação: estudo exploratório do papel do público no jornalismo participativo dos grandes portais brasileiros. **Estudos em comunicação**, v.1, n.7, p. 157-184, 2010.

HERSCOVITZ, H. Análise de Conteúdo em Jornalismo. In: LAGO, C; BENETTI, M. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2010.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.



## I CONGRESSO INTERNACIONAL EM TECNOLOGIA E ORGANIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO

ROBREDO, J. **Da ciência da informação revisitada: aos sistemas humanos de informação.** Brasília: Thesaurus; SSRR Informações, 2003.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são.** Florianópolis: Insular, 3 ed. rev. 2012.

ZANOTTI, C. A.; REIS, I. O. Jornalismo e Colaboração no Portal Wikinotícias: Entre os Propósitos e o Resultado. In: 9º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 9., 2011, Rio de Janeiro, **Anais [...]** Rio de Janeiro: SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2011.