

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA

ANDRÉIA GOMES DE AZEVEDO

**ENTRE DEMANDAS E DESEJOS: NECESSIDADES INFORMACIONAIS DE
JORNALISTAS NO CENÁRIO DE JORNAIS PARAIBANOS**

JOÃO PESSOA

2016

ANDRÉIA GOMES DE AZEVEDO

**ENTRE DEMANDAS E DESEJOS: NECESSIDADES INFORMACIONAIS DE
JORNALISTAS NO CENÁRIO DE JORNAIS PARAIBANOS**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Biblioteconomia do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal da Paraíba, em cumprimento a uma das exigências para a obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientadora: Prof^ª. Dra. Marynice de Medeiros Matos Autran

JOÃO PESSOA

2016

A994e

Azevedo, Andréia Gomes de

Entre demandas e desejos: necessidades informacionais dos jornalistas no cenário de jornais paraibanos/ Andréia Gomes de Azevedo. – João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, 2016.

53 p.

Monografia (Curso de Biblioteconomia) – UFPB

Orientadora: Profa. Dra. Marynice de Medeiros Mattos Autran

1. Biblioteconomia. 2. Estudos de Usuários. 3. Jornalistas. I. Autran, Marynice de Medeiros Mattos. II. Título.

CDU 021

ANDRÉIA GOMES DE AZEVEDO

**ENTRE DEMANDAS E DESEJOS: NECESSIDADE INFORMACIONAIS DE
JORNALISTAS NO CENÁRIO DE JORNAIS PARAIBANOS**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Biblioteconomia do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal da Paraíba, em cumprimento a uma das exigências para a obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Aprovado em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof^a Doutora Marynice de Medeiros Matos Autran
Dra. em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais, pela Universidade do Porto,
Portugal
Orientadora

Prof^a Doutora Rosa Zuleide Lima de Brito
Dra. em Ciência da Informação, pela Universidade Federal de Minas Gerais
Examinadora

Prof^a Doutora Eliane Bezerra Paiva
Dra. em Linguística, pela Universidade Federal da Paraíba
Examinadora

Deus, pai todo poderoso e protetor, entreguei a ti essa longa caminhada e com seu eterno amor amparou-me nos momentos difíceis e decisivos, guiando sempre para as melhores direções rumo ao objetivo tão sonhado: minha formação. Dedico!

AGRADECIMENTOS

Agradeço a **Deus** por me conduzir e fortalecer em toda caminhada acadêmica para que jamais desanimasse diante dos obstáculos.

Às minhas amadas mães **Francisca Gomes** e **Nébia Azevedo**, pessoas que Deus me presenteou para ajudar-me a compreender como selecionar as boas sementes para o plantio da vida e assim colher os melhores frutos, bem como as consequências de cultivar um solo não sadio. Agradeço por acreditarem nesse plantio biblioteconômico.

Meu pai **José Azevedo** (*in memoriam*) mesmo não estando mais presente neste mundo e tão cedo tê-lo visto partir, lembro-me que o senhor falava tantas e tantas vezes que só poderia nos oferecer a educação, não sabendo que nos dava muito mais, ensinou que um pai é capaz de abrir mão dos próprios sonhos, em prol dos sonhos de seus filhos, privar-se de vários prazeres, para tentar constituir um futuro melhor e mais ameno para os filhos.

À minha sobrinha **Mariana Melo** pelas solicitações insistentes para brincarmos de boneca e titia muitas vezes estar estudando, e sair bradando aos berros sua famosa frase: “Titia só fala nessa tal de universidade”. Você é o motivo mais puro de meus sorrisos e também prelúdio dos meus cabelos brancos.

Aos meus **irmãos** por terem me apoiado e estarem sempre ao meu lado. Eu sei que sempre poderei me apoiar nos braços de vocês.

À professora **Luciana Costa**, mestra por amor ao que faz, por me ajudar com suas palavras de apoio que tanto contribuíram para continuar no curso. Acredito que a maior conquista na carreira de um docente é ser lembrado por seus ensinamentos, jamais te esquecerei. A senhora meu eterno carinho e respeito.

Meu profundo agradecimento à minha orientadora professora **Marynice Autran** que, apesar de não ter tido nenhum contato antes comigo, aceitou o desafio de me orientar. Obrigada por sua brilhante colaboração, essencial para a concretização desta pesquisa.

À professora **Eliane Paiva** por seu esmero para com seus discentes, sempre procurando nos ajudar na graduação, primando com excelência seu papel de educadora. Obrigada por sua dedicação.

Às professoras **Rosa Zuleide** e **Genoveva Nascimento** por cuidarem tão bem de nossa Coordenação de Curso, nos recebendo humildemente de braços abertos.

À minha amiga **Mayrane Job** por trazer boas gargalhadas durante o percurso desta caminhada, me alegrando em dias tão cansativos. Reza a lenda que na universidade ganhamos bons colegas, você se mostrou e provou ser mais do que simples colega, uma verdadeira amiga.

A meu irmão de coração **Eber Freitas** por munir-me com suas orações e conselhos em momentos delicados, me ajudando a levantar diante dos estorvos da vida

A meu amigo **Fábio Fernandes** por estar sempre presente desde o primeiro dia que ingressamos, motivando a continuar meus estudos. Obrigada por sua amizade.

Às minhas amigas **Vanessa Karina** e **Girleide Marques** por estarmos sempre juntas no caminhar dessa jornada.

Agradeço ao **Francisco Júnior**, Técnico da Coordenação de Biblioteconomia por nos atender com atenção e respeito, procurando resolver nossos problemas com boa vontade.

A todos os colegas da turma 2011. 1, em especial, ao **Rafael** (“nosso gordinho”, por alegrar a turma com suas travessuras), ao **Raniedson** (pelas caronas “forçadas”), a **Rosângela** (nossa poetiza, pessoa humilde e muito batalhadora), **Patrícia Amável** (pelos bons papos no ônibus de volta para a casa).

Por fim, agradeço aos professores, **Ediane Toscano, Edilene Toscano, Francisca Arruda, Geysa Flávia, Gustavo Freire, Isa Freire, Edna Pinheiro.**

Jornalismo é como se fosse um fio, que liga as pessoas ao mundo.

Calebe Lamonier

RESUMO

Os estudos sobre jornalistas, enquanto usuários da informação, são escassos no Brasil. Apesar desses profissionais terem como objeto de trabalho a informação, a literatura aponta que o estudo sobre suas necessidades, uso, acesso, barreiras etc., não tem despertado o devido interesse dos pesquisadores para explorar essa temática. Esta pesquisa se propõe a analisar as necessidades informacionais dos jornalistas que trabalham no Jornal da Paraíba, Correio da Paraíba, G1 da Paraíba e Jornal A União. A pesquisa caracteriza-se como descritiva e exploratória, com abordagens quantitativa e qualitativa. Utilizou como instrumento de coleta de dados, o questionário. Os resultados apontam que: os sujeitos, em sua grande maioria, pertencem ao sexo feminino; a faixa etária prevalecente se encontra no intervalo entre 26 e 35 anos; utilizam com maior intensidade as seguintes fontes: Oficial, Institucional, Testemunhal, Especializada e Internet; buscam com maior frequência materiais informacionais digitais, para a produção de notícias. Os resultados revelam, também, que a restrição à informação é considerada a principal barreira/obstáculo enfrentada. A credibilidade e interesse público são os critérios que mais utilizam para a seleção de informação. Há unanimidade quanto a influência das tecnologias de informação na alteração do comportamento informacional, notadamente no que se refere ao comportamento de busca da informação.

Palavras-chave: Necessidade de Informação. Usuário da Informação. Jornalistas.

ABSTRACT

Studies on journalists, while information users are scarce in Brazil. In spite of these professionals have as object of work information, the literature indicates that the study of their needs, use, access, barriers etc., has awakened the interest of researchers to explore this theme. This research aims to analyze the information needs of journalists working in Jornal da Paraíba, Correio da Paraíba, G1 Paraíba and A União. Characterized as exploratory and descriptive, uses qualitative and quantitative approaches. It used as a tool for data collection, the questionnaire. The results indicate that: the actors, in its vast majority, belong to female sex; the prevailing group age range between 26 and 35 years old; they use more intensively the following sources of information: Official, Institutional, Testimonial, Specialized and Internet; they seek more often digital information material to the production of news. The results also reveal that they consider restriction to information the main barrier / obstacle faced. Credibility and public interest are the criteria that they most use for selecting information. There is unanimity about the influence of information technology in changing the informational behavior, notably with regard to information seeking behavior.

Keywords: Information Needs. User Information. Journalists.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 -	Nível de Escolaridade.....	31
Tabela 2 -	Área de Atuação.....	32
Tabela 3 -	Fontes de informação utilizadas.....	38
Tabela 4 -	Barreiras informacionais enfrentadas pelos respondentes.....	40
Tabela 5 -	Critérios de seleção para a produção de notícias.....	40

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	DISCUTINDO DADO, INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO.....	13
3	NECESSIDADE DE INFORMAÇÃO E COMPORTAMENTO INFORMACIONAL.....	16
4	O JORNALISTA COMO USUÁRIO DA INFORMAÇÃO.....	21
5	METODOLOGIA.....	27
5.1	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA.....	27
5.2	SUJEITOS E AMOSTRA DA PESQUISA.....	28
5.3	INSTRUMENTO E PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS.....	28
6	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	30
6.1	PERFIL DOS JORNALISTAS.....	30
6.2	NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO.....	37
6.3	PROCESSO DE BUSCA E USO DA INFORMAÇÃO.....	39
6.4	COMPORTAMENTO NO PROCESSO DE BUSCA DA INFORMAÇÃO.....	40
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	43
	REFERÊNCIAS.....	45
	APÊNDICE.....	49

1 INTRODUÇÃO

Na atualidade, a sociedade está inserida em um mundo predominado pela informação. Esse produto tornou-se vital para os indivíduos, que passaram a depender desse insumo não apenas para suas atividades laborais, mas para comprar um produto, fazer uma viagem, elaborar uma notícia, fazer um trabalho acadêmico etc. Dessa forma, a informação passa ser considerada uma necessidade no cotidiano de toda a sociedade. Nessa perspectiva, a partir do momento em que o indivíduo percebe a necessidade de uma informação ou conhecimento, isto influenciará o seu comportamento de busca, no afã de suprir essa necessidade. Dessa forma, os usuários utilizam fontes e canais informacionais os mais diversos, a fim de obter subsídios para que suas necessidades sejam satisfeitas. Contudo, nesse processo, podem encontrar obstáculos ou barreiras que limitam o acesso à informação.

Nesse contexto, insere-se o profissional jornalista, que tem a informação como objeto de trabalho, tornando-se responsável por sua busca, seleção, tratamento e disseminação.

A justificativa pessoal para o desenvolvimento desta pesquisa, se dá pela afinidade com a temática e a experiência pessoal em trabalhar com usuários. Também influenciou a escolha do tema, a identidade com a disciplina Estudos de Usuários, ministrada pela professora Francisca Arruda Ramalho. Como justificativa teórica, esta se pauta na carência de estudos de usuários na área de jornalismo. Visamos, pois, através desta pesquisa, contribuir com esta produção científica para a área de estudo de usuários, principalmente estudos que têm como sujeitos os profissionais jornalistas, os quais constituem um público pouco investigado.

A partir das justificativas apresentadas, determinamos como problema da pesquisa: “Quais as necessidades de informação dos jornalistas que trabalham no Jornal da Paraíba, Correio da Paraíba, G1 da Paraíba e Jornal A União, no Estado da Paraíba?”

Em busca da resposta ao questionamento acima, delineou-se como objetivo geral analisar as necessidades dos jornalistas que atuam no Jornal da Paraíba, Correio da Paraíba, G1 da Paraíba e Jornal A União, no Estado da Paraíba. Assim sendo, o objetivo geral, desdobra-se nos seguintes objetivos específicos: Traçar o perfil dos jornalistas, sujeitos dessa pesquisa; Conhecer e caracterizar as necessidades de informação desses sujeitos; Identificar a existência de barreiras/obstáculos no processo de busca e uso da informação; Identificar as fontes de informação utilizadas no desenvolvimento das atividades desses profissionais; Investigar se as novas tecnologias alteraram o comportamento do jornalista no processo de busca da informação.

A pesquisa está dividida em seis capítulos, distribuídos da seguinte forma: do primeiro capítulo constam a introdução, as motivações e razões para o desenvolvimento da pesquisa. O segundo apresenta os objetivos da pesquisa. No terceiro capítulo se encontra o referencial teórico, onde são abordados assuntos que embasam o tema pesquisado. No quarto se encontra o percurso metodológico trilhado, descrevendo o instrumentos para a coleta dos dados e os métodos utilizados para análise das informações coletadas. O quinto se refere à análise e interpretação dos resultados encontrados. Finalmente, o sexto capítulo tece as considerações finais, resumindo o conteúdo abordado e as recomendações apresentadas.

2 DISCUTINDO DADO, INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO

A informação sempre teve importância na sociedade, porém com o avanço das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), esta passa necessariamente a fazer parte do cotidiano das pessoas que procuram se manter atualizadas sobre os diversos acontecimentos buscando, através dos mais variados suportes, suprir suas necessidades informacionais. Nesse sentido Moore (1999, p. 97) enfatiza que “[...] a informação é utilizada intensivamente como elemento da vida econômica, social, cultural e política”.

A informação é imprescindível em todos os ramos do conhecimento, contribuindo para o desempenho de atividades pessoais e profissionais, norteando o modo de vida dos indivíduos, tornando os cidadãos mais conscientes dos seus direitos e deveres, ampliando sua visão de mundo e, conseqüentemente, assumindo uma postura mais crítica em relação a seus propósitos.

Nessa perspectiva, a informação é capaz de modificar, conscientizar e transformar, a vida do cidadão. Valentim (2000, p. 36) elucida que “[...] a informação é elemento fundamental para formar nos cidadãos uma consciência crítica sobre as questões relativas ao país”. Nesse sentido, pressupõe-se que a informação é insumo necessário para o crescimento e progresso da sociedade, com vistas à melhorias na qualidade de vida do indivíduo e no nível informacional da população.

Não existe um conceito universal para o termo “informação”. Segundo Lancaster (1989, p. 1) “[...] é extremamente difícil definir informação, e até mesmo obter consenso sobre como deveria ser definida. O fato é, naturalmente, que informação significa coisas diferentes para pessoas diferentes”. Le Coadic (2004, p. 4), define informação como “[...] um conhecimento inscrito (registrado) em forma escrita (impressa ou digital), oral ou audiovisual, em um suporte”. Barreto (1999, p. 20) argumenta que a informação são “[...] estruturas simbolicamente significantes com a competência de gerar conhecimento no indivíduo, em seu grupo, ou a sociedade”. Nesse sentido, para haver informação é necessário que ela possua significado para alguém, e que esteja registrada em algum suporte para ser transmitida.

Dado é definido por Miranda (1999, p. 285), “como um conjunto de registros qualitativos ou quantitativos conhecido que organizado, agrupado, categorizado e padronizado adequadamente transforma-se em informação”.

Setzer (1999, p. 6-7) ressalta a diferença entre dado e informação:

Dado como uma representação simbólica (isto é, por meio de símbolos) quantificada ou quantificável. Já Informação são mensagens recebidas sob forma de dados. Uma mensagem dessas torna-se informação se o seu receptor consegue compreender o seu conteúdo, isto é, associar a ela, mentalmente, um significado. Assim, se essa mensagem não for compreensível (por exemplo, escrita ou falada em uma língua

desconhecida), ela não será uma informação, mas simples dados. Não é possível processar informações em computadores. O que se processam são os dados que representam essas informações.

Firestone *apud* Sant'Ana (2002, p. 49) reforça essa ideia ao afirmar que:

Um dado por si só não proporciona informação, porém, informação em termos gerais, é composta por dados agregados a interpretações contextuais, assim, uma informação é composta por dados extraídos, filtrados ou formatados de algum modo.

Podemos entender que a informação é produto resultante da organização de símbolos estruturados (dados), que possua algum significado, destacando que é impossível inserir informações em uma máquina, visto que o processo cognitivo é intrínseco ao ser humano.

É impossível falar de informação sem levar em consideração o termo conhecimento. Segundo Barreto (1999, p. 14):

[...] conhecimento é toda a alteração provocada no estado cognitivo do indivíduo, isto é, no seu estoque mental de saber acumulado, proveniente de uma interação positiva com uma estrutura de informação. Esta modificação altera o seu estoque de saber: ou porque acrescenta novo saber, ou porque sedimenta saber já estocado, ou porque modifica saber anteriormente estocado. Se nenhuma alteração ocorrer não aconteceu a assimilação da informação e, portanto, não se efetivou a relação informação-conhecimento

Denotamos, que a informação é transformada em conhecimento, quando se dá a assimilação do objeto (informação) pelo receptor, provocando alteração em seu estoque mental de saber acumulado.

A informação e o conhecimento estão interligados através do processo de comunicação da informação, que está relacionado diretamente aos canais informacionais que os usuários utilizam na busca pela informação. Conforme Araújo (1998, p. 29-31) os canais informacionais estão classificados em quatro tipos:

a) canais informais: são aqueles caracterizados “por contatos realizados entre os sujeitos emissores e receptores de informação”, configurando-se em contatos interpessoais. Exemplos: reuniões, trocas de correspondências, visitas.

b) canais formais: são aqueles que “veiculam informações já estabelecidas ou comprovadas através de estudos”. Exemplos: documentos, livros, periódicos, obras de referência.

c) canais semiformais: configuram-se pelo uso simultâneo dos canais formais e informais. Exemplos: participações em conferências e desenvolvimento de pesquisa (utilizando ao mesmo tempo textos, conversa face a face, livros, periódicos).

d) canais supraformais: configuram-se nos canais de comunicação eletrônica, ou seja, através do uso das Tecnologias da Informação e Comunicação – TIC's.

É importante ressaltar que o usuário ao procurar uma informação desejada através dos canais informacionais poderá ter problemas de acesso, pois nenhum processo informacional é preciso, uma vez que ocorrem falhas (ruídos) que são considerados obstáculos ou barreiras informacionais, que dificultam o acesso à informação ou mesmo impedem o processo de busca e uso. Guinchat e Menou (1994, p. 487) relacionam os seguintes obstáculos:

Obstáculos institucionais – ligados ao status das pessoas e dos organismos, às estruturas hierárquicas e ao segredo que protege determinadas informações;

Obstáculos financeiros – determinados pelo custo da informação;

Obstáculos técnicos – como a necessidade de dispor de aparelhos de leitura para microfilme, a alteração de informações devido a tratamentos impróprios, como por exemplo, uma descrição de conteúdo muito sumária ou pouco informativa, ou ainda, uma má apresentação dos produtos documentais, como índices muito longos, mal estruturados, acesso lento aos documentos, a má formulação de perguntas, desconhecimento por parte dos procedimentos e prazos de pesquisa de informação e a falta de qualificação dos especialistas da informação, entre outros;

Obstáculos linguísticos – em todos os países uma grande parte das informações necessárias são expressas em línguas em que os usuários não conhecem.

Obstáculos psicológicos – da parte dos usuários, desconfiança e resistência com relação aos especialistas da informação, resistência às mudanças de hábitos adquiridos, o que pode causar a formalização dos procedimentos de informação, recusa das limitações e da disciplina imposta pela organização da circulação da informação, por medo de perder o prestígio, o que é importuno, pois fazer perguntas nunca foi sinônimo de incompetência, vontade mais ou menos consciente de preservar o poder ligado à posse de informação, recusa em admitir que a pessoa conheça melhor determinados assuntos.

Figueiredo (1999) por sua vez, enumera as barreiras informacionais da seguinte forma: Excesso de informação; Dispersão de informação em diferentes canais; Restrições à informação; dentre outras. Para Araújo (1998) as barreiras podem ser: Interpessoais; Intraorganizacionais; Terminológicas; Geográficas; Ideológicas; Econômicas; Legais e etc.

É fundamental atenuar esses obstáculos no processo informacional, a fim de que se possa garantir que o usuário que busca informação seja atendido, para que não haja prejuízo na execução de suas atividades. Dessa forma, propondo ações adequadas devem ser implementadas, com vistas a eliminar essas barreiras informacionais.

Vimos até agora a “informação” em seu sentido amplo, como reporta Oliveira (2005, p. 18) “Informação é um fenômeno tão amplo que abrange todos os aspectos da vida em sociedade; pode ser abordado por diversas óticas, seja a comunicacional, a filosófica, a semântica, a sociológica, a pragmática e outras.”

3 NECESSIDADE DE INFORMAÇÃO E COMPORTAMENTO INFORMACIONAL

As Necessidades de Informação vem ganhando novos contornos desde a década de 70, com pesquisas que passaram a divergir em duas direções: abordagem tradicional e abordagem alternativa.

Conforme (FERREIRA, 1997), na abordagem tradicional os estudos estão voltados na perspectiva do sistema de informação ou das bibliotecas. Nesse paradigma, os estudos sobre necessidades de informação concentram-se prioritariamente no conteúdo ou a tecnologia, com vistas ao aprimoramento e manutenção do sistema de informação sendo, portanto, ignorados os fatores que geram o encontro dos usuários com os sistemas de informação ou as consequências de tal confronto, Nesse enfoque os estudos concebem o usuário apenas como o informante, portanto, não como objeto do estudo. (DERVIN; NILAN, 1986) declaram que, nesta perspectiva, a necessidade de informação é percebida a partir daquilo que o sistema possui, e não naquilo que o usuário precisa.

A abordagem alternativa, por sua vez, é direcionada a partir da ótica do usuário, sendo também conhecida como “abordagem centrada no usuário” ou “abordagem da percepção do usuário” (FERREIRA, 1997). O enfoque alternativo está centrado na dimensão humana, os usuários são vistos como indivíduos, pessoas com necessidades cognitivas, afetivas e fisiológicas fundamentais próprias que operam dentro de esquemas que são partes de um ambiente com restrições socioculturais, políticas e econômicas. Essas necessidades próprias, os esquemas e o ambiente formam a base do contexto do comportamento de busca de informação Sendo assim, são considerados o questionar, o planejar, o interpretar, o criar, o resolver e o responder, negligenciados no modelo tradicional (DERVIN; NILAN, 1986).

Na abordagem alternativa diferentemente da abordagem tradicional, a informação é vista como algo construído pelo ser humano, há a preocupação em compreender como os indivíduos chegam a percepção das coisas e ainda em identificar o processo de uso da informação em situações particulares. Enquanto os estudos tradicionais analisam os sistemas apenas através das características grupais e demográficas de seus usuários, os alternativos estudam as características e perspectivas individuais dos usuários (FERREIRA, 1997).

Verificamos que entre os paradigmas tradicional e alternativa, a informação vai de um extremo a outro, da exterioridade do usuário à sua mente, focando o usuário ou o sistema, apresentando como distintamente individualistas, já que não contempla os aspectos coletivos ou o contexto social no processamento da informação (CAPURRO, 2003). Senso assim, surge o terceiro paradigma que é chamado de abordagem social ou sociocultural, em virtude da

importância atribuída ao coletivo e a visão de que os usuários não são sujeitos nulos, determinados pelas características sócio-demográficas, nem estão inseridos em mundos isolados, mas em mundos construídos socialmente (ARAÚJO, 2012). A abordagem sociocultural:

[...] caracterizam-se pelo uso de diversos aportes teóricos, sobretudo, das Ciências Sociais e Humanas. Entre eles estão a Fenomenologia, Hermenêutica, Interacionismo Simbólico, Cognição Situada, Etnometodologia, entre outros. Quanto ao método de coleta de dados, as triangulações metodológicas, o uso de diferentes métodos, como observação, entrevistas, história de vida, etnografia, história oral, passam a ser utilizados a fim de melhor compreender a complexidade do objeto de estudo, o sujeito social. Interessante perceber, ainda, que tais sujeitos pesquisados deixam de ser tradicionalmente aqueles pesquisados pelas outras abordagens, como os cientistas, técnicos, acadêmicos, em grupo ou isolados, para abarcar sujeitos antes impensados pelas pesquisas científicas de usuários, como presidiários, profissionais do sexo, deficientes visuais, portadores de necessidades especiais, idosos, adolescentes grávidas, desempregados, feministas, dependentes químicos, indivíduos marginalizados da sociedade, ou seja, qualquer sujeito inserido socialmente em um tempo e espaço (TANUS, 2014, p. 158).

Nesse sentido, o indivíduo como um ser social e coletivo, inserido culturalmente em um tempo e espaço definidos, desenvolve e desempenha seu papel de acordo com as condições sociais determinadas pelos contextos culturais em que estão inseridos, estabelecendo relações com o outro frente à dinâmica da sociedade (TANUS, 2014).

De acordo com Nascimento e Sommer (2006) as pesquisas sobre necessidades e busca de informação de usuários específicos são muito escassas. Segundo as autoras, a maioria dos estudos caracterizam o perfil do usuário que esteja ligado a uma determinada instituição e, por consequência, a sua unidade de informação. A vertente que aborda expectativas, comportamento informacional e busca e necessidade de informação tem sido negligenciada.

O excesso de informação é uma das característica da sociedade moderna. Podemos dizer que vivemos em uma sociedade que respira informação, e por isso, o indivíduo dela se torna dependente para a tomada de decisão de como melhor usar a informação para satisfazer suas necessidades, sejam estas pessoais ou profissionais.

Sanz Casado (1994, p. 19) afirma: “todo ser humano é usuário da informação, uma vez que todos nós necessitamos de informação para alguma das múltiplas tarefas que realizamos diariamente”. Essas tarefas são designadas de atividades por Guinchat e Menou (1994) que as identifica como os papéis que podem exercer o usuário quando da busca e do uso da informação:

Um jornalista científico pode ser ao mesmo tempo, um produtor de informação pelos artigos que escreve, que serão tratados pelas unidades de informação; um usuário dos serviços de orientação e de pesquisa bibliográfica, quando da busca informação para preparar seus artigos, um colaborador da unidade de informação, quando sintetiza e reformula informações, e um agente de difusão, por sua arte em passar uma mensagem para seu público. Além disso, este jornalista pode ser ainda responsável pelos meios,

pela orientação e pelo programa da unidade de informação do jornal onde trabalha. (GUINCHAT, MENO, 1994, p. 481).

Figueiredo (1999, p. 20) corrobora essa ideia ao afirmar: “As necessidades de informação dos indivíduos e de seus grupos, podem variar de acordo com as suas funções ou com os papéis que eles exercem no seu dia-a-dia”. Assim, o usuário da informação compreende uma dimensão de grupos diferenciados, visto que cada pessoa ou grupo utiliza a informação para atividades distintas e suas necessidades informacionais variam em razão de seus papéis, como explicam Guinchat e Menou (1994, p. 483):

Os usuários da informação podem ser divididos em três grupos principais: aqueles que ainda não estão na vida ativa profissional, os estudantes, os que estão engajados na vida ativa, por exemplo, cujas necessidades de informação se originam da sua vida profissional e o cidadão, cujas necessidades de informação são gerais e ligadas à sua vida social.

Os autores supracitados também argumentam a tentativa de categorizar o usuário através da pergunta: “[...] Informação, para quem? Sabe-se que o indivíduo tem várias ocupações, desempenha vários papéis e a questão central precisa ser então: Informação, para fazer o quê?” (GUINCHAT; MENO, 1994, p. 483)

A finalidade da pergunta está ligada ao motivo de que um indivíduo pode integrar-se em várias categorias de usuários, e suas necessidades de informação são variadas. Dessa maneira, é oportuno perguntamo-nos para que se destina a informação e não para quem.

O conhecimento das necessidades de informação proporciona a compreensão do motivo pelo qual o usuário se envolve em um processo de busca da informação. Para Le Coadic (1996, p. 39), “pode ser a existência de um problema, de um objetivo ou a constatação de um estado anômalo de conhecimento, insuficiente ou inadequado”. Nesse sentido, a necessidade de informação ocorre através da consciência de um vazio cognitivo, em que decorre dúvidas, ansiedades, todo tipo de sintoma provocado por essa carência informacional.

A necessidade de informação é vista como um fenômeno intrínseco ao ser humano, conduzindo ao comportamento de busca pela informação como decorrência dessa necessidade que precisa ser satisfeita. Portanto, o comportamento informacional é entendido como a manifestação das necessidades de informação do sujeito, originadas a partir da insuficiência de informação ou conhecimento acerca de um fenômeno, objeto ou conhecimento (CALVA GONZÁLEZ, 2004). O comportamento informacional é, pois, a ação do indivíduo para se informar com intuito de suprir alguma necessidade.

As necessidades informacionais são manifestadas pelo comportamento de busca pela informação. Quando o usuário se depara com a exigência de uma informação que não detém e

que lhe é indispensável de acordo com algum contexto (seja para solucionar um problema, alcançar um objetivo etc.).

A questão da necessidade de informação é entendida por Figueiredo (1979) sob duas vertentes: A necessidade de informação em função do conhecimento e a necessidade de informação em função da ação. A primeira é uma necessidade que deriva do desejo de saber e a segunda, é uma necessidade que decorre de necessidades materiais exigidas para a realização de atividades humanas, profissionais e pessoais.

Percebemos que ambas cumprem desejos distintos, porém reforçam a importância da informação, seja para a necessidade, em função do conhecimento, que procura saciar as dúvidas que surgem para compreensão de determinado contexto, seja em função da ação, fundamental para desempenhar tarefas com objetivos específicos.

As necessidades de informação dos jornalistas variam de acordo com o ambiente no qual trabalham (imprensa, rádio e televisão), bem como a modalidade de jornalismo em que desenvolvem sua profissão (jornalismo generalista, jornalismo investigativo, jornalismo especializado, jornalismo científico etc.). (NASCIMENTO; SOMMER, 2006). Independente de qual tipo de jornalismo pratique, este profissional para realizar sua atividade laboral, está condicionado à informação e à comunicação. A informação é vista como um produto que o indivíduo utiliza para travar relações entre si e o meio em que vive, já a comunicação é entendida como um processo de diálogo entre os diversos interlocutores que enviam e recebem mensagens, de maneira que o emissor pode ser receptor e o receptor pode ser emissor. Escarpit *apud* Le Coadic (1996, p. 13) ressalta que “a comunicação é um ato, um processo, um mecanismo, e que a informação é um produto, uma substância e uma matéria”. Nesse mesmo sentido, Wurnan (1991, p. 138) afirma: “A informação é a matéria-prima que alimenta toda a comunicação, pois a motivação básica de qualquer comunicação está em transmitir de uma mente para outra algo que será recebido como informação nova”.

Podemos então, diferenciar comunicação e informação. Informação é o teor de uma mensagem (expressões de ideias através do emprego de um código), há muitos códigos na comunicação (símbolos visuais, gestos, palavra, escrita, etc.), o mais comum é o verbal, enquanto comunicação seria o procedimento que auxilia a provocar a movimentação e a compreensão dessa informação. Portanto, a informação e a comunicação se complementam no processo informacional, sendo a informação o produto em si e a comunicação o processo de transferência desse produto, com o intuito de informar determinado acontecimento a alguém, através de um canal, conforme assinala Berlo (1999, p. 15)

Qualquer situação de comunicação humana compreende a produção da mensagem por alguém e a recepção dessa mensagem por alguém. Quando alguém escreve, alguém deve ler o que foi escrito; quando alguém pinta, alguém deve ver o quadro; quando alguém fala, alguém deve ouvir.

A premissa básica para a existência da informação, em qualquer circunstância, é que ela necessita ser comunicável, caso contrário não há propósito algum para sua produção, dando condições possíveis para sanar alguma necessidade que venha a contribuir na construção de um novo conhecimento, fortalecendo a democratização do saber entre os indivíduos.

Os veículos de comunicação desempenham o papel de comunicar à sociedade informações que possuem relevância de interesse público.

[...] nem toda informação é jornalística, mas somente aquela que, por reunir algumas características determinadas, é difundida através dos meios de comunicação. Neste sentido, qualquer tipo de conhecimento presente em um suporte material pode ser considerado informação (um tratado de química, por exemplo). Só quando essa informação é digna de “consideração pública”, pela sua relevância para o conjunto da sociedade (por sua importância ou seu interesse), pode ser considerada “jornalística”; ou seja, suscetível de aparecer nos meios informativos. (MUNÓZ TORRES, 1997, p. 29, tradução nossa).

Na visão jornalística, a informação pode ser percebida como a produção de notícias e de outros materiais jornalísticos considerados bens sociais e elaborados na expectativa do interesse público (CORREIA, 1998). Nesse sentido, a informação jornalística tem caráter público, uma vez que interessa a grupos numerosos de pessoas.

A seleção de informações para sua posterior produção e divulgação não é construída ao acaso. Os veículos de comunicação privilegiam fatos de interesse público, abordando acontecimentos que fazem parte do cotidiano e fatos considerados excepcionais para a sociedade.

4 O JORNALISTA COMO USUÁRIO DA INFORMAÇÃO

O jornalismo é definido como “[...] a informação de fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum” (BELTRÃO, 1992, p. 65). Na concepção de Bond (1962, p. 19-20), “[...] o jornalismo tem quatro razões fundamentais de ser: informar, interpretar, orientar, entreter”. Dessa forma, o jornalismo é uma atividade indispensável, viabilizando o direito à informação, possibilitando à sociedade a compreensão da realidade em que vive.

Nessa perspectiva, os profissionais que exercem essa atividade – os jornalistas - são, segundo Nicholas (1997), os usuários que mais necessitam de informação. Nesse mesmo segmento, referem Nascimento e Sommer (2006, p. 142): “O jornalista é um dos profissionais com maior demanda de informação, pois vive sob a pressão de estar bem informado e saber buscá-la rápida e precisamente para suas atividades laborais”. Para Fuentes i Pujol (1995, p. 135), os jornalistas “[...] são ao mesmo tempo produtores e receptores de informação, e para difundi-la necessitam tomar conhecimento dela previamente, ou seja, nutrem-se de informação [...]”. Os jornalistas são abastecedores-chave de informações e, ao mesmo tempo, dela se utilizam como instrumento de trabalho.

Corroborando essa afirmativa, Bahia (1999, p. 37) se refere ao objeto de estudo do jornalismo e afirma:

A informação é a principal finalidade do jornalismo. Ela deve ser verdadeira e íntegra, descobrindo e comunicando, pela imprensa, pelo cinema, pelo rádio, pela televisão ou outros meios, os fatos que pela sua própria natureza convém sejam públicos e não meramente particulares.

Quesada Pérez (1995) conceitua os jornalistas segundo as seguintes categorias:

Jornalista generalista é aquele da atualidade, que se ocupa dos fatos recentes que despertam o interesse da maioria, enquadra-se na atividade genérica de um comunicador. Como tal, está capacitado para comunicar eficazmente qualquer âmbito temático através de qualquer meio. (QUESADA PERÉZ, 1995, p. 44).

Jornalista especializado resulta da aplicação rigorosa de metodologia de pesquisa jornalística aos múltiplos âmbitos de notícias e está sempre voltada para a tríplice especialização: por tema, por audiência e por meio de comunicação em que se veicula a informação. (QUESADA PERÉZ, 1995, p. 46-47).

O jornalismo de investigação resulta da iniciativa pessoal do jornalista, que produz matérias que atingem vários setores sociais e que algumas pessoas ou instituições tentam manter em segredo. (QUESADA PERÉZ, 1995, p. 47).

Escolhendo a modalidade de atuação, o jornalista toma para si uma grande responsabilidade: informar à sociedade os acontecimentos que os rodeia, proporcionando conteúdos informacionais que são pesquisados, selecionados, interpretados e produzidos para serem disseminados através do meio de comunicação no qual atua.

As tecnologias de informação e comunicação, principalmente a Internet, disponibilizam um volume imensurável de informações, exigindo do jornalista prudência na veracidade dos fatos, que exigem filtragem da informação e posterior publicação dos fatos. Nesse sentido, os jornalistas precisam saber lidar com o excesso de informação e saber se posicionar ante as pressões inerentes à sua atividade laboral, visto que o tempo que urge para pesquisar, localizar e analisar fatos relevantes para a produção de notícias relevantes.

Para Castells (2004, p. 284), a Internet “[...] permite interconectar e canalizar a informação sobre o que acontece, onde acontece, o que podemos ver, o que não podemos ver, e torna-se o sistema conector interativo do conjunto do sistema multimídia”.

As tecnologias provocaram efeitos diretos sobre a prática jornalística, principalmente no que concerne a rapidez de pesquisa e o volume do fluxo crescente de informação, criando novas possibilidades e desafios. A rede mundial funciona como fonte inesgotável de informações, e meio de comunicação importante para contatos interpessoais através de vários dispositivos como: *e-mail*, redes sociais (*Facebook*, *WhatsApp* etc.) sem que seja necessário qualquer deslocamento físico, contribuindo no aumento da produtividade e na velocidade da circulação de notícias. Silva (2013, p. 8), corrobora essa ideia:

Com a utilização dos computadores em rede passou a ser possível realizar entrevistas através de e-mails, fazer pesquisas em sites oficiais, estar em contato direto com fontes por meio de rede sociais e uma gama quase inesgotável de material para pesquisa sobre os mais diversos assuntos.

Atualmente o jornalismo se utiliza cada vez mais de dispositivos portáteis digitais como *smartphones*, tanto para a produção quanto para a difusão de notícias. Com todo esses aparatos tecnológico, o jornalista pode exercer as atividades de coleta de informações e de produção diretamente do local onde está acontecendo o fato, sem que precise se deslocar para a redação, transmitindo os fatos em tempo real (RESENDE, 2008).

Entretanto, o volume de informação encontrado na Internet dificulta o trabalho dos jornalistas, no que se refere ao levantamento de dados consolidados e contextualizados. Há informação em excesso e menor tempo para a absorção dessas informações, pondo em questão a sua qualidade e credibilidade, à medida que o tempo para a reflexão torna-se cada vez diminuto para verificar cuidadosamente cada informação. Para Baptista (2001), mais do que a

escassez, o excesso de informação constitui fator de dificuldade, que por sua vez pode levar o profissional ao estresse.

A proliferação da informação dificulta a assimilação das mensagens, e acaba causando uma dispersão do conteúdo informacional que pode provocar conclusões mal fundamentadas e decisões equivocadas.

Atualmente, a necessidade de se divulgar conteúdos com rapidez devido, principalmente, a preocupação para publicar em primeira mão determinado acontecimento, pode levar os jornalistas ao erro e má apuração.

É competência do jornalista apresentar a informação de maneira objetiva (sem dar opinião) e imparcial (sem favoritismo), como parte legitimadora da credibilidade da notícia, atuando de acordo com o interesse público para garantir que seu trabalho não venha sofrer eventuais críticas, assegurando a qualidade da informação em sua produção como parte de seu comprometimento ético-profissional e, assim, obter a confiança do público. O jornalista, nas palavras de López García (2009, p. 145) deve atuar como: “[...] mediador profissional e intérprete do que acontece, tem que zelar pelo objetivo prioritário da informação: que seja verídica e esteja a serviço da sociedade”

Com o tema que irá construir sua matéria, o jornalista vai a campo apurar determinado fato ou acontecimento, entrevistar pessoas, checar informações, enfim obter informações para a produção da notícia. Bahia (1990, p. 40) explica que a apuração em jornalismo significa “levantamento dos dados de um acontecimento para se escrever a notícia. É o processo que antecede a notícia e que leva à formulação final do texto”.

As fontes de informação são indispensáveis para a atividade jornalística, pois a busca e consulta a essas fontes é o primeiro passo para o seu trabalho. As notícias que o jornal divulga são obtidas através das fontes, constituindo-se essas como essenciais para a elaboração da produção jornalística. Segundo Arruda (2002, p. 99), as “[...] fontes de informação designam todos os tipos de meios (suportes) que contêm informações suscetíveis de serem comunicadas”. Essas fontes podem ser constituídas de “pessoas, entidades e documentos de todos os tipos capazes de fornecer algum tipo de informação aos jornalistas” (SILVA, 2011, p. 89).

Schmtiz (2011, p. 12) argumenta que “Na ação pessoal dos jornalistas, as notícias dependem do que as fontes dizem e refere-se notadamente ao processo do *Gatekeeper*, isto é, ao jornalista que tem o poder de selecionar as notícias [...]”. *Gatekeeper* implica que as notícias são como são porque os jornalistas assim as determinam. Sendo assim, as informações passam por uma série de decisões, filtros (*gates*) pelo jornalista, que as seleciona e as define a partir das fontes obtidas.

Diante da infinidade de dados que circula e trafega por diversos canais e fontes, faz-se necessário a exigência de critérios de seleção pelo jornalista do que pode e deve ser ofertado, conferindo veracidade à informação e, assim, evitando informações equivocadas. Lage (2006, p. 49) afirma que é tarefa dos jornalistas “[...] selecionar e questionar essas fontes, colher dados e depoimentos, situá-los em algum contexto e processá-los segundo técnicas jornalísticas”.

A notícia é o produto final do processo jornalístico apresentado a sociedade, e os fatos sua matéria prima que serão interpretados e construídos a partir das normas jornalísticas de produção. Os processos que compreendem o tratamento do fato, considerado o princípio para fundamentar a notícia no setor jornalístico, engloba, pelo menos, quatro etapas até a sua veiculação, a saber: recepção do fato, apuração dos dados, descrição dos elementos informativos, e disseminação da informação. Tais fases compõem a produção de notícia. (LEITE, 2015).

Os acontecimentos diários podem se transformar em notícia, porém seria impossível os veículos de comunicação evidenciarem cada um deles. Assim, a produção jornalística inicia-se por meio da seleção dos fatos. “Para decidir se o fato pode ou não ser convertido em notícia, verifica-se se ele apresenta as seguintes características: ineditismo, atualidade, veracidade e interesse potencial para os leitores” (ZANCHETTA JÚNIOR, 2004, p. 61)

Traquina (2001, p. 96) afirma: “[...] as notícias são o resultado de um processo de produção definido como a percepção, a seleção e transformação de uma matéria-prima (principalmente os acontecimentos) num produto”. Essas etapas fazem parte do fazer jornalístico na elaboração de seu produto (notícia).

Grande parte dos jornais brasileiros divide os gêneros jornalísticos em quatro grandes grupos, segundo Medina (2001, p. 51).

Informativo: com a preocupação de relatar os fatos de uma forma mais objetiva possível (Nota, notícia, reportagem, entrevista, título e chamada);

Interpretativo: que, além de informar, procura interpretar os fatos;

Opinativo: expressa um ponto de vista a respeito de um fato; entretenimento, que são informações que visam à distração dos leitores (Editorial, comentário, artigo, resenha ou crítica, coluna, carta, crônica);

Entretenimento: que são informações que visam à distração dos leitores (Passatempos, jogos, história em quadrinhos, folhetins, palavras cruzadas, contos, poesia, charadas, horóscopo, dama, xadrez e novelas).

A partir desses gêneros, cada jornalista trabalha sua matéria em áreas que serão delimitadas dentro do jornal que atua.

Jorge Duarte (2010, *apud* SCHMTIZ, 2011, p. 14) enumera os critérios que os jornalistas utilizam para selecionar o que pode ou não ser notícia:

- a) “credibilidade”, se conhece e confia na fonte;
- b) “interesse público”, se a notícia cativa o público;
- c) “ser novidade”, se o assunto ainda não foi suficientemente abordado pela imprensa;
- d) “disponibilidade”, se há informação suficiente sobre o tema, fontes disponíveis e acessíveis;
- e) “exclusividade”, se a notícia está sendo oferecida a um determinado jornalista ou veículo;
- f) “adequação”, se há enquadramentos nos temas de interesse e critérios de seleção de notícia daquele meio de comunicação ou seção.

Fica evidente, portanto, que a qualidade na produção de notícias depende dos critérios que servirão de subsídio para a seleção de informações que serão ou não publicadas.

A matriz de classificação das fontes de notícias de Schmtiz, (2011, p. 23) são mostradas no Quadro 1.

Quadro 1 - Matriz de classificação das fontes de notícias

<u>Categoria</u>	<u>Grupo</u>	<u>Crédito</u>
Fonte primária: Geralmente revela dados “em primeira mão.	- Oficial: Refere-se a alguém em função ou cargo público que se pronuncia por órgãos mantidos pelo Estado	- Identificada: A identificação correta das fontes - nome (de preferência completo ou como a pessoa é conhecida), status, profissão, cargo, função ou condição e a quem representa [...]
Fonte Secundária: É o tipo de fonte que contextualiza, interpreta, analisa, comenta ou complementa a matéria jornalística, produzida a partir de uma fonte primária.	- Empresarial: É quem representa uma corporação empresarial da indústria, comércio, serviços ou do agronegócio	- Sigilosa: [...] compromisso do silêncio quanto à origem da informação.
	- Institucional: representa uma organização sem fins lucrativos ou grupo social.	
	- Individual: representa a si mesma.	
	- Especializada: Trata-se de pessoa de notório saber específico (especialista, perito, intelectual)	
	- Testemunhal: representa aquilo que viu ou ouviu, como partícipe ou observadora, ou organização detentora de um conhecimento reconhecido.	
	Referência: aplica-se à bibliografia, documento ou mídia que o jornalista consulta.	

Fonte: Adaptado de Schmtiz (2011)

Visto o cabedal de autores que embasam teoricamente este trabalho, permitimo-nos afirmar que, de acordo com a literatura, pouco se conhece sobre o jornalista como usuário e produtor da informação.

Nessa perspectiva, apresentamos a metodologia utilizada para trilhar o caminho em busca da consecução dos objetivos propostos, consolidados nos resultados que serão apresentados na seção apropriada.

5 METODOLOGIA

Buscando alcançar os objetivos propostos na pesquisa necessário se faz a utilização de métodos que tracem os caminhos a serem percorridos pelo pesquisador na realização de um estudo ou pesquisa e, assim, respondendo às questões através dos resultados encontrados e a concretização da investigação. Assim, a metodologia, de uma maneira geral, consiste em “[...] estudar e avaliar os vários métodos disponíveis, identificando suas limitações ou não em nível das implicações de suas utilizações” (SOUZA; SIMÕES, 2010, p. 8). Sendo assim, a utilização de cada método consiste na adequação necessária à pesquisa que está sendo proposta.

5.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Esta pesquisa caracteriza-se como descritiva e exploratória, de cunho qualitativo e quantitativo. De acordo com Gil (2002, p. 42), “As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população e fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”. Trata-se, de um tipo de pesquisa que tem como finalidade principal descrever um fenômeno e registrar a maneira como ocorre o que está sendo pesquisado.

Para Gil (1999, p. 43), a pesquisa de caráter exploratório é desenvolvida “[...] com o objetivo de proporcionar uma visão geral, de tipo aproximativo, acerca de um determinado fato”, no nosso caso as necessidades informacionais dos profissionais jornalistas. Este tipo de pesquisa, acrescenta o autor, caracteriza-se como um primeiro momento de uma visão mais ampla do pesquisador para o desenvolvimento de etapas posteriores.

Segundo Minayo (1994, p. 21) uma abordagem qualitativa

[...] se preocupa, nas Ciências Sociais com o nível de realidade que não pode ser quantificado. Ou seja, ela trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde ao espaço mais profundo das relações dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

A abordagem qualitativa não emprega fórmulas matemáticas e estatísticas, tem caráter exploratório, isto é, provoca os entrevistados a refletirem livremente e expor suas ideias sobre determinado tema que está sendo investigado, abrindo espaço para a interpretação.

Diehl (2004) argumenta que a pesquisa quantitativa se refere à utilização de estatísticas, que visem quantificar os dados coletados da população ou fenômenos estudados, objetivando resultados que evitem possíveis distorções de análise e interpretação, possibilitando uma maior margem de segurança.

Utilizamos a análise de conteúdo de Bardin (2004) para verificar as respostas abertas do questionário, com a intenção de clarificar as informações, dando maior sentido às respostas obtidas. A análise de conteúdo é definida como:

[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição dos conteúdos das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 2004, p. 37)

Minayo (2008) enfatiza, ainda, que a técnica de análise de conteúdo proporciona ao pesquisador descobrir o que está por trás de cada conteúdo escrito, falado e apresentado a respeito de determinado tema.

5.2 SUJEITOS E AMOSTRA DA PESQUISA

A população investigada são os jornalistas que trabalham no Jornal da Paraíba, Correio da Paraíba, G1 da Paraíba e Jornal A União, situados no Estado da Paraíba. A escolha pelos jornais teve como critério ser os jornais de maior circulação do Estado da Paraíba. Dessa forma, a amostra é constituída de 14 sujeitos que responderam ao questionário. Esclarecemos que, por questões éticas, codificamos os sujeitos através de letras: J1, J2, J3, J4, J5, J6, J7, J8, J9, J10, J11, J12, J13, J14. O Quadro 2 abaixo mostra o número de sujeitos e o jornal em que trabalham.

Quadro 2 - Demonstrativo da amostra de jornalistas pesquisados

Jornais	Amostra
Correio da Paraíba	5
G1 da Paraíba	4
Jornal A União	3
Jornal da Paraíba	2
Total	14

Fonte: Dados de pesquisa, 2016.

5.3 INSTRUMENTO E PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS

Nesta pesquisa, optamos pela utilização de um questionário *online* semiestruturado, composto de questões abertas e fechadas (Apêndice A). Trata-se de um instrumento importante pela facilidade de se investigar um elevado número de pessoas, mesmo que dispersa geograficamente, num espaço de tempo relativamente curto. Optamos pela aplicação do questionário *online* pela facilidade, rapidez e possibilidade de atingir um universo maior

Corroborando com a escolha desse instrumento, Gil (1999, p. 128-129), enumera uma série de vantagens na utilização de um questionário:

- Possibilita atingir um grande número de pessoas, mesmo que estas estejam em diversas áreas geográficas;
- Garante um menor custo, pois não necessita de treinamento dos pesquisadores;
- Possibilita o anonimato das respostas, o que garante maior descrição e conforto para o entrevistado;
- Permite que o entrevistado responda as questões no momento que achar apropriado, mais conveniente;
- Não expõe os pesquisados à influência da opinião do pesquisador.

O questionário é um método bastante utilizado para coleta de dados em estudos de usuários e consiste em uma lista de questões a serem propostas pelo pesquisador junto aos informantes para obtenção de dados, escolhidos pelos mais diversos métodos de amostragem (CUNHA, 1982).

O questionário aplicado foi dividido em quatro partes, composto por sete questões fechadas e quatro questões abertas, objetivando a caracterização do sujeito, necessidades de informação, processo de busca e uso da informação e comportamento no processo de busca da informação.

Estabelecemos para a coleta de dados o período de 27 de abril a 12 de maio de 2016. Realizamos o contato com as redações, as quais nos forneceram o seu contato (*e-mail*) para que estas se responsabilizassem pelo envio do questionário para os jornalistas. Disponibilizamos o *link* do questionário *online* utilizando a ferramenta *Google Docs*.

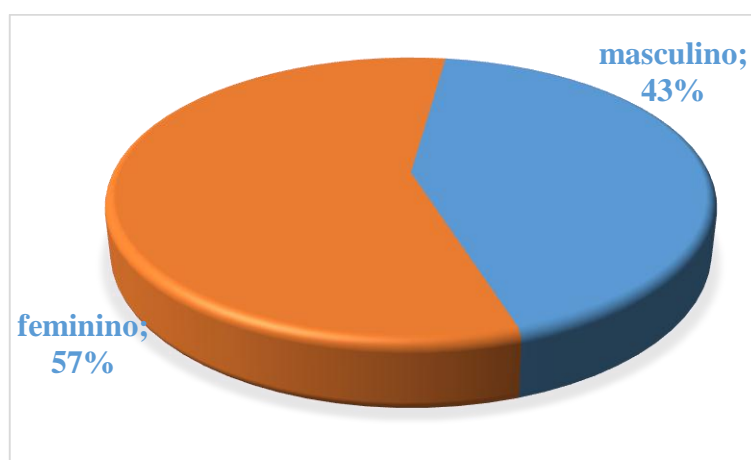
6 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Apresentamos nesta seção os resultados e discussão relativos aos dados coletados da pesquisa.

6.1 PERFIL DOS JORNALISTAS

Os resultados referentes ao perfil dos atores são a seguir apresentados: quanto ao gênero, oito (57%) pertencem ao sexo feminino, enquanto que seis (43%) pertencem ao sexo masculino. O predomínio no número de profissionais jornalistas do sexo feminino evidencia a participação efetiva da mulher no mercado de trabalho, sugerindo que nas últimas décadas houve um aumento considerável, evidenciando, nesta pesquisa, maior inserção do sexo feminino nas redações da imprensa. Albuquerque (2010) afirma que, atualmente, é perceptível a redução nos papéis da mulher no que se refere à maternidade e a dedicação ao lar, e notório a crescente ocupação da figura feminina em setores antes permeados, apenas, por profissionais do sexo masculino (Gráfico 1).

Gráfico 1 - Gênero

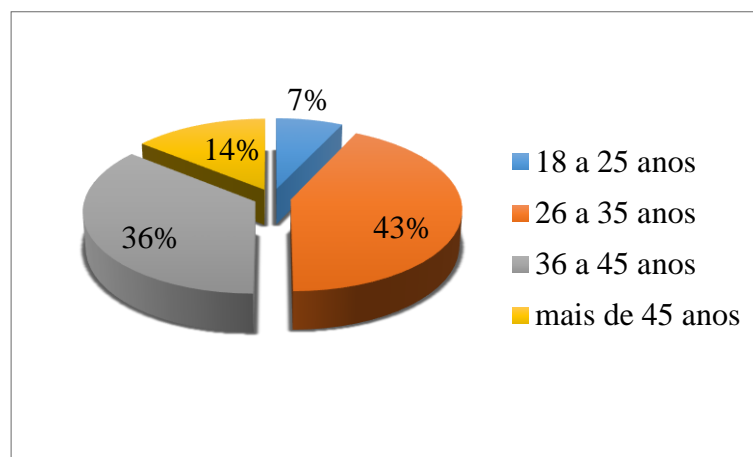


Fonte: Dados de pesquisa, 2016.

Em relação à categoria faixa etária, verificamos que a maioria seis (43%) se encontram no intervalo de 26 a 35 anos, cinco (36%) entre 36 a 45 anos, dois (14%) têm mais de 45 anos e um (7%) se encontram na faixa de 18 a 25. Verificamos que o maior percentual encontrado está relacionado à faixa etária de 26 a 35 anos. Supõe-se que esse número esteja relacionado à época em que a maioria dos jovens encerram seu ciclo acadêmico e adentram no mercado profissional. Esses resultados corroboram os dados da pesquisa realizada por Nascimento e

Sommer (2006) com jornalistas do estado de Santa Catarina, onde constatou que 45% dos entrevistados têm entre 23 e 27 anos e 40% têm entre 28 e 32 anos.

Gráfico 2 - Faixa Etária



Fonte: Dados de pesquisa, 2016.

Quanto ao nível de escolaridade, constatamos que 93% possuem apenas graduação, 7% especialização e nenhum buscou realizar mestrado e doutorado (Tabela 1). Isto revela que esses profissionais manifestam pouca preocupação com a qualificação. A busca pela educação continuada não parece ser uma preocupação desses profissionais. Nicholas (1997), afirma que, uma vez que os jornais abordam muitos assuntos, é fundamental que os jornalistas se especializem em determinadas áreas, pois cada tipo de jornalismo tem suas exigências e necessidades de informação peculiares às suas atividades específicas.

Tabela 1 - Nível de Escolaridade

Nível de Escolaridade	Quantidade	(%)
Graduação	13	93%
Especialização	1	7%
Mestrado	-	-
Doutorado	-	-
Total	14	100%

Fonte: Dados de pesquisa, 2016.

Na expectativa de conhecer as atividades exercidas na redação, questionamos sobre a “área de atuação”. Observamos, que os campos de atuação desses profissionais são amplos, o que implica na importância de procurar se especializar na área que exerça suas atividades, afinal, para elaborar matérias jornalísticas para as editorias de política e economia, por exemplo,

exige-se proximidade com a temática trabalhada. Os resultados mostram que 43% não trabalham em editorias específicas, enquanto 15% se dedicam a política, 14% são editores, e aqueles que trabalham em redação, mercado, produção textual e segurança pública, atingem o percentual de 7% cada (Tabela 2). De acordo com Luca (2008), no final do século XIX, o jornalismo começou a incorporar diversos assuntos, então surgiram as editoriais como esportes, lazer, vida social, cultura, crítica literária etc. Dessa maneira, os jornalistas devem procurar se especializar de acordo com essas editorias, considerando as afinidades com temas que costumam cobrir ou que abordam com maior facilidade (DARNTON, 1995).

Tabela 2 - Área de Atuação

Área de atuação	Quantidade	(%)
Jornalismo Geral	6	43%
Política	2	15%
Editoria	2	14%
Redação	1	7%
Comunicação com o mercado	1	7%
Produção textual	1	7%
Segurança pública	1	7%
Total	14	100%

Fonte: Dados de pesquisa, 2016.

No que diz respeito ao “jornal em que trabalha”, percebemos que a maioria cinco (36%) trabalha no Jornal Correio da Paraíba, quatro (29%) no G1 da Paraíba, três (21%) A União e dois (14%) no Jornal da Paraíba (Gráfico 3).

Segundo o Instituto Verificador de Circulação (IVC), o Correio da Paraíba é o periódico de maior circulação no Estado, configurando-se, portanto, como a principal fonte de informação para milhares de cidadãos paraibanos. O Correio conta, atualmente, com seis colunistas e cinco editorias (cidades, política, economia, esportes e cultura). Supõe-se que o maior percentual de jornalistas que lá trabalham esteja relacionado com a sua penetração no Estado, o que demanda maior número de cadernos, de editorias e, conseqüentemente, maior número de jornalistas para atender às expectativas de seus assinantes.

O jornal Correio da Paraíba pertence ao Sistema Correio de Comunicação, composto ainda pela TV Correio, RCTV, Portal Correio, Jornal Já, Revista Premium e algumas emissoras de rádio espalhadas por todo o estado. Fundado em 05 de agosto de 1953 por Teotônio Neto, com auxílio de Afonso Pereira. No início sua periodicidade era semanal, mas devido ao grande

sucesso tornou-se diária, sua principal característica era a cobertura de assuntos políticos. No final dos anos 70, Teotônio repassou o comando do Correio para os jovens empresários Roberto Cavalcanti e seu primo Paulo Brandão, que foi assassinado em 1984 após o expediente em represália às denúncias que o Correio vinha fazendo contra o governo da época (AVELAR, 2015).

Surgiu em pleno o aniversário da cidade de João Pessoa, sendo distribuído pela primeira vez na madrugada do dia 5 de agosto na Festa das Neves. Teotônio e Afonso tinham a ambição de fazer o melhor jornal no estado da Paraíba, prometendo levar informação aos lugares mais afastados e isolados do território paraibano. Para tirar o projeto do papel, Teotônio convenceu o escritor Ascendino Leite a participar, sendo este o idealizador do nome que é até hoje tão conhecidos dos leitores (AVELAR, 2015).

Figura 1 – Primeira capa do Correio da Paraíba¹



O G1 da Paraíba obteve 29% dos respondentes, lançado em agosto de 2011, após o desmembramento do extinto portal Paraíba 1, pertence a Rede Paraíba de comunicação. É vinculado ao portal de notícias G1, criado em 2006 e mantido pela Globo.com e sob orientação da Central Globo de jornalismo. O G1 PB Atua como uma editoria local do G1 nacional, que

¹ Disponível em: < <http://tede.biblioteca.ufpb.br/bitstream/tede/7981/2/arquivototal.pdf>>. Acesso em: 23 ago. 2016.

se expandiu e instalou redações regionais do G1 nas afiliadas da Rede Globo de todo o país (CAMELO, 2014).

O site do G1 PB disponibiliza em vídeo matérias exibidas nas emissoras da TV Cabo Branco e a TV Paraíba, ambas também faz parte da Rede Paraíba de Comunicação, além de manter todas as matérias publicadas desde a criação do site. Apesar deste arquivo não possuir um sistema de pesquisa por data, o usuário pode fazer uma busca na caixa de pesquisa que existe no cabeçalho do site. Este banco de dados está interligado aos dados do G1 nacional e das páginas regionais do G1 de outros estados (CAMELO, 2014).

O portal divide os conteúdos de acordo com as seguintes editorias: Carro, Ciência e Saúde, concursos e empregos, economia, educação, esporte, mundo, música, natureza, planeta bizarro, política, Pop & Arte, tecnologias e games. Além de dispor do serviço “VC no G1” em que o usuário pode interagir, enviando fotos, textos e vídeos, que será analisado pela equipe do portal, e caso seja considerada relevante, a matéria é postada, onde os vídeos ficará publicado durante seis meses e as fotos e texto podem ficar disponíveis na rede por tempo indeterminado.

Figura 2 - Portal do G1 Paraíba²



O jornal A União foi fundado em 2 de fevereiro de 1893, pelo presidente do Estado Álvaro Machado, tornando-se um órgão oficial do governo da Paraíba. Constituiu-se o jornal mais antigo do Estado da Paraíba e o terceiro mais antigo em circulação no Brasil. Seu surgimento ocorreu após o golpe de Estado do Marechal Floriano Peixoto, indicado para

² Disponível em: < <http://g1.globo.com/pb/paraiba/>>. Acesso em: 23 ago. de 2016

assumir o poder na paraíba e instaurar a República, percebeu a necessidade da criação de uma imprensa oficial que viesse a corroborar com sua governança, utilizando um meio de comunicação oficial para condicionar o povo a absorver suas palavras como verdades inquestionáveis e com isso fragilizar qualquer discurso contrário (FRAGOSO, 2011).

Há 123 anos cumpre a missão de informar as notícias locais, nacionais e internacionais. Atualmente é publicado em ambas as versões, analógica e digital. A Figura 1, apresenta um fac-símile do primeiro número de A União, publicado no dia 2 de fevereiro de 1893.

Figura 3 - Fac-símile do primeiro número do jornal A União³



Com o menor percentual (14%) identificamos o Jornal da Paraíba. Este periódico teve sua versão analógica encerrada no dia 10 de abril de 2016, permanecendo apenas a versão *online*, surgindo novos cadernos e mudanças no *layout* do jornal, separando o conteúdo por áreas. Supomos que o percentual encontrado é uma das decorrências de seu encerramento, cuja consequência foi a redução no quadro de jornalistas.

Conta atualmente com as seguintes editoriais: Política, Vida urbana, Esportes e Cultura. Nessa nova etapa, mais *blogs* foram agregados ao jornal, além do espaço para as colunas. Pensando nos dispositivos móveis, em novembro de 2015, lançou um aplicativo para *smartphones* e *tablets*, disponível nas versões *Ios* e *Android*.

O Jornal da Paraíba pertence à Rede Paraíba de Comunicação, considerada um dos maiores grupos de comunicação do estado, responsável também pela TV Cabo Branco e a TV Paraíba, afiliada estadual da TV Globo, pelo G1 Paraíba, Globo Esporte Paraíba e as rádios Cabo Branco FM e CBN João Pessoa.

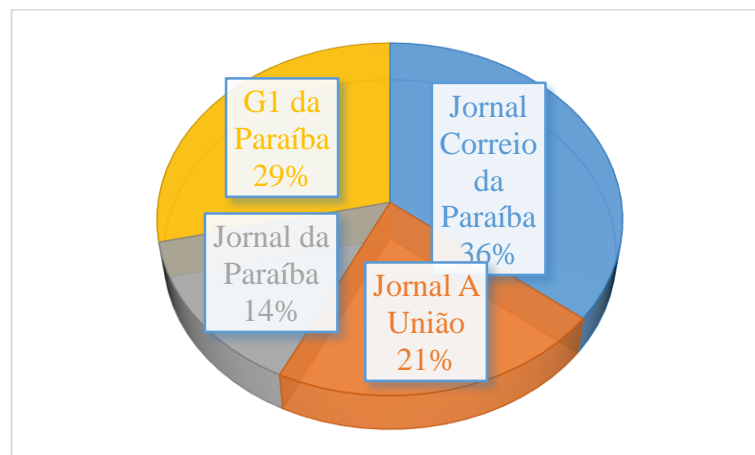
³ Disponível em: <<http://auniao.pb.gov.br/nossa-historia/edicao-no-1-1/02-02-1893.pdf/view>> Acesso em: 12 jun. 2016

Sua primeira edição saiu no dia 5 de setembro de 1971, fundado na cidade de Campina Grande/PB. No seu aniversário de 30 anos em 2001, instalou uma redação na capital paraibana, onde ficava responsável pela maior parte da produção jornalística do veículo. Deixando de ser local para tornar-se um jornal estadual de grande circulação na Paraíba. O Jornal disponibilizou sua versão eletrônica em julho de 1996, sendo atualizado diariamente, com ênfase para matérias que abordam assuntos locais (RIOS, 2003).

Figura 4 – Primeira capa do Jornal da Paraíba⁴



Gráfico 3 - Jornal em que trabalha

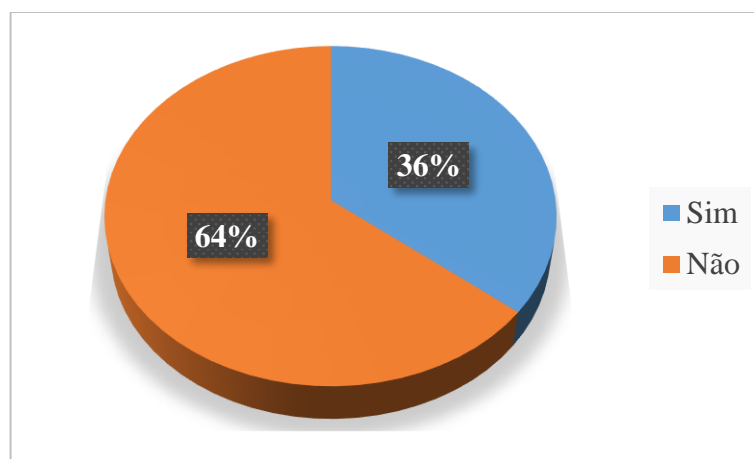


Fonte: Dados de pesquisa, 2016.

⁴ Disponível em: < <http://www.jornaldaparaiba.com.br/intervalo/confira-galeria-de-fotos-dos-anuncios-da-primeira-edicao-do-jornal-da-paraiba/> > Acesso em: 23 ago. 2016.

Indagados se “exercem atividades profissionais em outros locais”, obtivemos como resposta que nove (64%) dos participantes não desempenham outra atividade, sugerindo que esse fato pode estar ligado a carga horária de 40 horas semanais que precisam cumprir. Verificamos, portanto, que se dedicam em tempo integral ao jornal em que trabalham. Enquanto cinco (36%) desempenham atividades em outros locais (Gráfico 4).

Gráfico 4 - Exerce, profissionalmente, atividades em outros locais



Fonte: Dados de pesquisa, 2016.

6.2 NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO

Observamos que, dentre as fontes de informação utilizadas, o menor percentual (21%) recai na utilização da biblioteca, como fonte de pesquisa. Isso, possivelmente, está vinculado ao fato de que, na maioria, os jornalistas procuram cobrir um acontecimento de grande repercussão utilizando-se de informações já divulgadas em meio digital por outros veículos de comunicação. É a recolha de informação já pronta, produzida por outros meios de comunicação, o que é chamado por Ramonet (1999) de mimetismo, significando que todos os meios de comunicação falam de um mesmo assunto coletivamente, sendo esta notícia indispensável, central, capital, e que é preciso dar-lhe ainda mais cobertura.

Esta questão possibilitava responder a mais de uma opção. Dessa forma, as opções destacamos que a maioria (93%) optou pelo uso das seguintes fontes: Oficial, Institucional, Testemunhal, Especializada e Internet para satisfazer suas necessidades de informação. As demais fontes apresentam percentuais significativos, porém menores.

Evidenciamos que a Internet se apresenta como umas das fontes de maior nível de aceitação. Supomos que isso seja consequência da facilidade em obter a informação em tempo

real. Nascimento (2004), afirma que esse meio permite rápido acesso a uma gama de informação. Em relação às fontes Oficial, Institucional, Testemunhal e Especializada o percentual pode estar vinculado à autoridade e credibilidade que apresentam. Presumimos que essas fontes são mais confiáveis, além de suas ações e opiniões serem oficiais. Wolf (2009) reforça essa ideia, ao afirmar que, os jornalistas preferem fazer referência a fontes oficiais ou que ocupam posições institucionais de autoridade que, presumidamente, têm maior credibilidade. Para o autor, elas não podem mentir abertamente e são consideradas mais persuasivas em virtude de suas ações e opiniões serem oficiais (Tabela 3).

Tabela 3 - Fontes de informação utilizadas

Fontes de informação	(%)
Internet	93%
Oficial	93%
Institucional	93%
Testemunhal	93%
Especializada	93%
Referência	64%
Arquivo	64%
Empresarial	50%
Biblioteca	21%
Total	100%

Fonte: Dados de pesquisa, 2016.

Solicitamos aos respondentes que tecessem considerações sobre “Que tipo de material informacional é mais utilizado para a produção de notícia (analógico ou digital). Apresentamos as falas que julgamos mais representativa.

Os resultados indicam que o material informacional mais utilizado se encontra em formato digital. Isso sugere que o esse meio proporciona maior agilidade e acesso às informações, constituindo um meio de comunicação eficaz para contatos interpessoais, por exemplo, através de *e-mail* e aplicativos. Ademais, os órgãos governamentais permitem livre acesso a seus bancos de dados, o que proporciona maior rapidez na apuração de informações.

Supomos, ainda, que a competitividade do mercado, impulsionada pelo ritmo acelerado em que trabalha o jornalista, seja uma das razões da maior procura pela informação digital. Nicholas (1997), argumenta que nem sempre é fácil conseguir a informação que o jornalista necessita, e com referência a ter acesso à informação exclusiva para publicar em primeira mão, eles enfrentam também a concorrência de outros jornais.

A seguir algumas das falas dos atores:

“Digital. Por conta da praticidade e acesso a um volume de informações”. (J1).

“Digital. Não temos como sair muito da redação. Até algumas entrevistas são feitas por telefone ou aplicativos”. (J2).

“Acredito que esteja na proporção de 60% e 40%, entre analógico e digital, respectivamente. A maior produção ainda está no contato direto com a fonte – conversas, busca em documentos dos órgãos (apesar de vários serem informatizados, ainda há a busca física de informações) e entrevistas. Sobre a busca digital, se reflete na base dos releases (comunicado oficial de uma empresa ou instituição enviado à imprensa, é um texto informativo usado pra divulgar produtos, lançamentos, notas oficiais) e conteúdo das redes sociais/digitais”. (J7).

“Digital. Raramente utilizo livro impressos ou outras publicações impressas. Geralmente uso releases e banco de dados públicos, disponíveis na Internet”. (J8).

“Digital. Sites de órgãos públicos e outros jornais online”. (J14).

6.3 PROCESSO DE BUSCA E USO DA INFORMAÇÃO

Objetivando conhecer quais as barreiras/obstáculos informacionais que dificultam o acesso à informação em suas atividades, constatamos que o maior percentual (71%) está relacionado a restrição à informação, o que vai de encontro ao que estabelece o Art. 5º da Constituição Federal que assegura a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional. Moretzsohn (2006) reitera que o jornalista tem o dever de informar à coletividade fatos e acontecimentos da realidade e, por isso, tem direito ao acesso às fontes, através das quais pode apurar as informações de interesse à sociedade.

Verificamos, ainda, que as seguintes barreiras também foram contempladas: barreira dispersão de informação em diferentes canais, apontadas por (50%) dos pesquisados e excesso de informação (36%). Possivelmente isso está relacionado à grande quantidade de informação disponível no meio digital, o que dificulta uma seleção mais acurada.

Nessa perspectiva, Mário e Rios, (2012, p. 3-4) afirmam que com o excesso de informação “[...] há uma sobrecarga, e passamos a absorver pouco, pois as imagens (textos e gráficos) se tornam invisíveis, você passa por elas e não as vê. Esse excesso, ao invés de embasar o conhecimento, acaba causando uma dispersão do conteúdo”.

Tabela 4 - Barreiras informacionais enfrentadas pelos respondentes

Barreiras informacionais	(%)
Restrições à informação	71%
Dispersão de informação em diferentes canais	50%
Excesso de informação	36%
Técnicas	21%
Financeiras	14%
Linguísticas	14%
Outros	14%
Total	100%

Fonte: Dados de pesquisa, 2016.

Com relação aos critérios de seleção utilizados para a produção da notícia, constatamos que a grande maioria utiliza os critérios de credibilidade (100%) e interesse público (100%), sendo estes, portanto, estes os pilares que sustentam a confiabilidade da notícia (Tabela 5). Isto vai ao encontro do que reza o Código de Ética da Federação Nacional dos Jornalistas, que estabelece, em seu Art. 2º que: “A produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público”. O referido Código, em seu Art. 4º acrescenta: “O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, deve pautar seu trabalho na precisa apuração dos acontecimentos e na sua correta divulgação” (CÓDIGO..., 2007).

Tabela 5 - Critérios de seleção para a produção de notícia

Critérios de seleção	(%)
Credibilidade	100%
Interesse Público	100%
Novidade	64%
Disponibilidade	14%
Exclusividade	14%
Adequação	14%
Total	100%

Fonte: Dados de pesquisa, 2016.

6.4 COMPORTAMENTO NO PROCESSO DE BUSCA DA INFORMAÇÃO

Ao perguntarmos se as tecnologias alteram o comportamento no processo de busca da informação, verificamos que todos foram unânimes ao responder que “sim”. A maioria apontou que as redes sociais facilitam a produção das matérias, principalmente pelas facilidades

oferecidas pelo *Facebook*, e *WhatsApp*. No entanto, alguns se reportaram à necessidade de confirmar a veracidade das notícias produzidas nos meios digitais. Essas declarações reiteram as colocações de Silva (2013) ao reportar as facilidades oferecidas pelas TICs, notadamente as redes sociais, os *sites* oficiais etc.

Quanto a esse questionamento, os atores, unanimemente, concordaram com a alteração no comportamento, quando buscam a informação. Estes sujeitos expressaram sua percepção da seguinte forma:

“Sim. Devido ao grande número de produtores de informação disponíveis nos meios digitais/redes sociais, a capacidade de filtragem do jornalista é posto em teste diariamente. Boatos e notícias com apenas uma angulação estão disponíveis na internet. Isso faz com que tenhamos várias informações à disposição, porém, é preciso observar as fontes, avaliar o conteúdo com o conhecimento prévio do tema e, é imprescindível, checar as informações com os envolvidos através de entrevistas e de documentos”. (J7)

“Certamente as novas tecnologias modificaram o processo de apuração e checagem das informações. Muitos personagens de matérias hoje são encontrados e até entrevistados via bate-papo do Facebook, Hangout e WhatsApp. Fazemos contatos com fontes especializadas e com assessorias de imprensa por e-mail. Os bancos de dados públicos e sistemas de informação do governo (como IBGE, DataSUS, Caged, Sagres) facilitam a produção de pauta e a verificação dos dados, dando mais confiabilidade e precisão à informação. Entretanto, ao mesmo tempo em que reconheço esses progressos, considero que os bancos de dados públicos poderiam ser mais disseminados e utilizados por todos os órgãos públicos, considerando os grandes avanços tecnológicos da sociedade moderna. Há vários órgãos, principalmente nos governos estaduais e municipais, extremamente burocráticos no que diz respeito à liberação de informação para a imprensa. Sem contar que muitos contam com informações desatualizadas e incompletas”. (J8)

“Alteram no sentido de agilizar a busca e facilitar o contato com a fonte, principalmente com o crescimento das redes sociais, que faz o contato com o entrevistado mais próximo. Lembrando que é preciso sempre estar atento para buscar sites confiáveis e checar a informação em mais de uma fonte”. (J10)

“Sim, considero. Principalmente a facilidade em encontrar fontes e dialogar com elas por meio das redes sociais, principalmente Twitter e Facebook, e também por meio do WhatsApp. Quando há uma matéria com uma temática específica ou quando um factual se dá com alguma pessoa de notoriedade pública, localizar esta pessoa ou o personagem para a matéria nas redes sociais é mais rápido e o diálogo com essa pessoa também acontece, na maioria das vezes, em tempo real”. (J12)

“Sim, alteram. Hoje, com as novas tecnologias, aumentou a pressão para que produzamos matérias mais rápido, quase em tempo real e a interação com o público aumentou muito. Todos os dias recebemos sugestões de pautas e denúncias pelo Facebook, WhatsApp e Twitter”.
(J14).

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa pautou-se no contexto dos jornais do Jornal da Paraíba, Correio da Paraíba, G1 da Paraíba e Jornal A União, no Estado da Paraíba, com o objetivo de analisar as necessidades informacionais dos jornalistas dos respectivos jornais.

Verificamos através dos resultados obtidos, que os jornalistas são profissionais jovens, a maioria apresentou pouca preocupação com a qualificação. Observamos que os campos de atividade são diversos, ratificando a necessidade desses profissionais buscarem se especializar em na área em que desempenham suas funções.

Constatamos, ainda, que esses jornalistas utilizam diversas fontes de informação para suprir suas necessidades, havendo maior predominância na procura de informações nas seguintes fontes: Internet, Oficial, Institucional, Testemunhal e Especializada, todas atingindo 93%. Em contrapartida, a busca de fontes nas bibliotecas atingiu 21%, o que dá margem a muitas interpretações como: falta de hábito de frequentar biblioteca, a obsolescência dos materiais informacionais, a facilidade e agilidade proporcionada pelas TICs em ter acesso à informação em tempo real no meio digital, o que contribui para uma procura menor no ambiente das bibliotecas. No que concerne às fontes Oficial, Institucional, Testemunhal e Especializada, estas se impõem pela credibilidade e confiabilidade que oferecem.

Quanto as barreiras/obstáculos, a maioria desses profissionais se reportou ao acesso às fontes, justificando que a falta de acesso dificulta a apuração dos acontecimentos. Apontaram, ainda, como barreira/obstáculo, a dispersão de informação em diferentes canais, o que ocasiona excesso de informação e prejudica a obtenção e seleção da informação desejada.

Todos os sujeitos foram unânimes ao afirmar que as tecnologias alteraram o comportamento no processo de busca da informação, porque elas proporcionam: o acesso a diferentes fontes simultaneamente; a comparação de notícias produzidas por vários jornais; o questionamento da forma como foi abordado determinado assunto, servindo até mesmo como pauta no jornal que atua; o acesso aos bancos de dados públicos; a facilidade do diálogo através das redes sociais com as fontes.

Consideramos que com estes resultados conseguimos atingir os objetivos propostos nesta pesquisa na medida que traçamos o perfil dos sujeitos, conhecemos e caracterizamos suas necessidades de informação, identificamos as barreiras/obstáculos, identificamos as fontes de informação mais utilizadas e verificamos as alterações provocadas pelas TICs no comportamento de busca dos sujeitos. Contudo, sugerimos que novos estudos sejam realizados

com os usuários jornalistas, a fim de que sejam exploradas outras vertentes não contempladas nesta pesquisa.

REFERÊNCIAS

- ALBUERQUE, Ednaldo Maciel. **Necessidades e uso da informação**: um estudo com médicos de Unidades de Saúde da Família. 2010. 160f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal da Paraíba: UFPB, 2010.
- ARAÚJO, Eliany Alvarenga de. **A construção da informação**: práticas informacionais no contexto de Organizações Não-Governamentais/ONGs brasileiras. 1998. 221f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Universidade de Brasília, Brasília: UnB, 1998.
- ARAUJO, Carlos Alberto Ávila. Paradigma social nos estudos de usuários da informação: abordagem interacionista. **Informação & Sociedade**, v. 22, n.1, p. 145-159, 2012.
- ARRUDA, S.M. de. **Glossário de Biblioteconomia e ciência afins**. Florianópolis: Cidade Futura, 2002.
- BAHIA, Juarez. **Jornal, História e Técnica**: as técnicas do jornalismo. 4. ed. São Paulo: Ática, 1990.
- _____. **Jornalismo, informação, comunicação**. São Paulo: Ática, 1999.
- AVELAR, Hallita Amorim César Fernandes e. **As “novas” mídias e as rotinas produtivas dos cadernos de economia do jornal da paraíba**. 2015. 155f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade Federal da Paraíba: UFPB, 2015.
- BAPTISTA, Dulce Maria. Informação voltada à formação de opinião: uma revisão de literatura. **Inf.&Soc.:** estudos. João Pessoa, v.11, n.2, p.36-62, 2001.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 3. ed. Lisboa: Edições 70, 2004.
- BARRETO, A. de A. O rumor do conhecimento. **Revista São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 12, n. 4, p. 67-69, 1999.
- BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. São Paulo: Edusp, 1992.
- BERLO, David K. **O processo da comunicação**: introdução à teoria e à prática. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- BOND, Fraser F. **Introdução ao jornalismo**: uma análise do quarto poder em todas as suas formas. 2. ed. Tradução Pinheiro de Lemos. Rio de Janeiro: Agir, 1962.
- BRASIL. **Constituição**: República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.
- CALVA GONZÁLEZ, J. J. **Las necesidades de información**: fundamentos teóricos y métodos. México: UNAM, 2004.
- CAMELO, Diogo de Almeida. **Webjornalismo local reconfigurado**: aproximações e distanciamentos no G1 PB. 2014. 67f. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Universidade Estadual da Paraíba: UEPB, 2014.
- CAPURRO, Rafael. Epistemologia e ciência da informação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 5., 2003, Belo Horizonte. **Anais ...** Belo Horizonte: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação e Biblioteconomia, 2003.

CASTELLS, Manuel. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Por uma Outra Comunicação**. Rio de Janeiro, Record, 2004.

CÓDIGO de Ética dos Jornalistas Brasileiros. 2007. Disponível em: <
http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf>
. Acesso em: 2 jun. 2016.

CORREIA, F. Comunicação, informação e transformação social. **O Militante**, n. 237, 1998.

CUNHA, M. B. Metodologia para estudo dos usuários de informação científica e tecnológica. **Rev. Biblioteconomia**, Brasília, DF. v. 10, n. 2, p. 5-19, jul./ dez. 1982.

DARNTON, R. Jornalismo: toda notícia que couber, a gente publica. In: **O Beijo de Lamourette**. Mídia, Cultura e Revolução. São Paulo: Companhia das Letras. 1995, p.70-97.

DERVIN, B.; NILAN, M. Information needs and uses. In: WILLIAMS, M. E. (Ed). **Annual Review of Information Science and Technology**, v. 21, Chicago, IL: Knowledge Industry Publications, 1986. p. 3-33.

DIEHL, Astor Antonio. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

FERREIRA, S. M. S. P. **Estudos de necessidades de informação: dos paradigmas tradicionais a abordagem sense-making**. [S.l. : s.n.], 1997.

FIGUEIREDO, N. M. **Avaliações de coleções e estudos de usuários**. Brasília: Associação dos Bibliotecários do Distrito Federal, 1979.

_____. **Paradigmas modernos da Ciência da Informação**. São Paulo: Polis, 1999.

FRAGOSO, Verônica de Souza. **Associação Paraibana pelo Progresso Feminino: as contribuições educacionais para a mulher paraibana (1933 a 1939)**. 2011. 150f. Dissertação (Mestrado em educação) – Universidade Federal da Paraíba: UFPB, 2011.

FUENTES I PUJOL, Maria Eulália (Ed.). **Manual de Documentación periodística**. Madrid: Síntesis, 1995. 230 p. Cap. 7, p. 135-145.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GUINCHAT, Claire; MENO, Michel. **Introdução geral às ciências e técnicas da informação e documentação**. Brasília: IBICT, 1994.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

LANCASTER, F. W. O currículo da Ciência da Informação. **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, Brasília, DF. v. 17, n.1, p. 01-05, jan./jun. 1989.

LE COADIC, Y. **A ciência da informação**. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 1996.

_____. **A ciência da informação**. 2. ed. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2004.

LEITE, Jailma Simone Gonçalves. **A informatividade na produção da notícia em unidades jornalísticas do Estado da Paraíba: As condições da construção de sentido da informação**.

2015. 80 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2015.

LÓPEZ GARCÍA, José. A participación cidadá no xornalismo: reclamo ou diálogo? In **Observatorio (OBS*)**, n.º 8, p. 138-147, 2009.

LUCA, Tânia Regina de; MARTINS, Ana Luiza (Org.). **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.

MÁRIO, Samuel; RIOS, Riverson. Era da Informação: o excesso de informação na Internet, o Yahoo! Respostas e os fóruns especializados. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 14., 2012, Recife. **Anais...Recife**, 2012.

MEDINA, Jorge Lellis Bomfim. Gêneros jornalísticos: repensando a questão. **Revista SymposiuM**, Pernambuco, a. 5, nº 1, jan./jun. 2001

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

_____. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 27. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

MIRANDA, R. C. da R. O uso da informação na formulação de ações estratégicas pelas empresas. **Ciência da Informação**, Brasília, DF. v.28, n.3, p.284-290, set./dez. 1999.

MOORE, Nick. A sociedade da informação. In: **INSTITUTO BRASILEIRO DE INFORMAÇÃO EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA**. A informação: tendências para o novo milênio. Brasília, DF. 1999. P. 94-108.

MORETZSOHN, Sylvia. **O mito libertário do jornalismo cidadão: Comunicação e Sociedade – Jornalismo e Internet**, vol. 9-10, p. 63-81, 2006.

MUÑOZ TORRES, J. R. Aproximación al concepto de Información Periodística Especializada. In: ESTEVE RAMÍREZ, F. (Coord.). **Estudios sobre información periodística especializada**. Valencia: Fundación Universitaria San Pablo C.E.U., 1997. p. 25-41.

NASCIMENTO, Maria de Jesus; SILVA, Paula S. Informação: insumo básico para o desenvolvimento do setor de turismo em Santa Catarina. **Perspect. Cienc. Inf.**, Belo Horizonte, v.9, n.1. p. 88-99, 2004.

NASCIMENTO, Maria de Jesus; SOMMER, Caroline. Usuário da informação: estudo aplicado a um grupo de jornalistas. **Inf. & Soc.:Est.**, João Pessoa, v.16, n.2, p.141-155, jul./dez. 2006.

NICHOLAS, David; MARIN, Helen. Assessing information needs: a case study of journalists. **Aslib Proceedings**, London, v. 49, n.2, p. 43-52, Feb. 1997.

OLIVEIRA, Marlene de (Coord.). **Ciência da informação e biblioteconomia: novos conteúdos e espaços de atuação**. Belo Horizonte: UFMG, 2005.

QUESADA PÉREZ, Monsterrat. Necesidades documentales de la profesión de periodista. In: FUENTES I PUJOL, M. Eulàlia. **Manual de documentación periodística**. Madrid: Síntesis, 1995. 230 p. Cap. 2, p.43-52.

- RAMONET, Ignácio. **A tirania da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1999.
- RESENDE, Evie Saramella. **Jornalismo e Tecnologia: o uso da internet no processo de produção de notícias**. 2008. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2008.
- RIOS, Patrícia. **A influência da internet na prática profissional dos jornalistas dos cadernos de cultura da paraíba**. Campina Grande: Universidade Estadual da Paraíba, 2003.
- SANT’ANA, Ricardo Cesar Gonçalves. **Unidades de conhecimento: fatores e métricas**. 2002. 164 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, 2002.
- SANZ CASADO, Elías. **Manual de usuários**. Madrid: Pirâmide, 1994.
- SETZER, V. W. Dado, informação, conhecimento e competência. **DataGamaZero**. Rio de Janeiro: [s.n], 1999.
- SCHMITZ, Aldo Antonio. **Fontes de notícias: ações e estratégias das fontes no jornalismo**. Florianópolis: Combook, 2011.
- SILVA, Dacio Renault da. **Jornalismo e história: o jornalista como historiador do presente**. 2011. 180 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2011.
- SILVA, Fernando Firmino da. **Uso de dispositivos portáteis na produção da notícia**. Disponível em: <<http://www.jornalistasdaweib.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idConteudoTipo=2&idConteudo=2241>>. Acesso em: 14 mar. 2016.
- SILVA, Rafael Pereira da. A influência tecnológica sobre a prática jornalística. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 9., 2013, Ouro Preto. **Anais...Ouro Preto**, 2013.
- SOUSA, A. C. M. ; SIMOES, A. C. . Espaço Energia da Usina Cultural Energisa da Paraíba: um fascinante lugar de memória e evolução. IN: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDANTES DE BIBLIOTECONOMIA, DOCUMENTAÇÃO, GESTÃO E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 33., 2010, João Pessoa. **Anais... João Pessoa: UFPB**, 2010.
- VALENTIN, Maria Lígia Pomim. O mercado de informação brasileiro. **Inf. Inf.**, Londrina, v.5, n.1, p.35-42, jan./jun. 2000.
- TANUS, Gabrielle Francinne de S. C. Enlace entre os estudos de usuários e os paradigmas da ciência da informação: de usuário a sujeito pós-modernos. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**. São Paulo, v. 10, n. 2, p. 144-173, jul./dez. 2014.
- TRAQUINA, N. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2009.
- WURMAN, R. S. **Ansiedade de informação: como transformar informação em compreensão**. São Paulo: Cultura, 1991. 380 p.
- ZANCHETA JUNIOR, Juvenal. **Imprensa escrita e telejornal**. São Paulo: Unesp, 2004.

QUESTIONÁRIO

Prezado (a),

O presente questionário pretende coletar dados referentes à elaboração de pesquisa de conclusão do Curso de Graduação em Biblioteconomia da Universidade Federal da Paraíba, a qual tem como objetivo **analisar as necessidades informacionais dos jornalistas do Jornal da Paraíba, Correio da Paraíba, G1 da Paraíba e Jornal A União, no Estado da Paraíba**. As informações contidas neste questionário são de cunho científico, sendo, portanto, assegurado o anonimato do respondente.

Agradecemos a sua participação.

Andréia Gomes de Azevedo – Discente do Curso de Graduação em Biblioteconomia da UFPB
– e-mail: andreia.azevedo@hotmail.com

Profa. Marynice de Medeiros Matos Autran – Orientadora, Docente do departamento de Ciências da Informação da UFPB.

1 PERFIL DO USUÁRIO

1.1 Gênero

Masculino

Feminino

1.2 Faixa Etária:

18 a 25 anos

26 a 35 anos

36 a 45 anos

mais de 45 anos

1.3 Nível de Escolaridade:

Graduação

Especialização

Mestrado

Doutorado

1.4 Qual sua área de atuação no jornal? _____

1.5 Em que jornal você trabalha?

Jornal Correio da Paraíba

Jornal da Paraíba

Jornal A União

G1 da Paraíba

1.6 Você exerce, profissionalmente, atividades em outros locais? Sim Não.

Caso tenha respondido sim, qual (is): _____

2 NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO

2.1 Quais as fontes que você utiliza para a produção de notícia?

Oficial

Empresarial

Institucional

Testemunhal

Especializada

Referência

Biblioteca

Arquivo

Internet

Outra (s), Qual (is)? _____

2.2 Qual o tipo de material informacional que você mais utiliza para escrever sua notícia?

Analógico ou digital? Justifique:

3 PROCESSO DE BUSCA E USO DA INFORMAÇÃO

3.1 Quais das seguintes barreiras você encontra para a produção de notícias?

() Institucionais

() Financeiras

() Técnicas

() Linguísticas

() Excesso de informação

() Dispersão de informação em diferentes canais

() Restrições à informação

() Não encontro barreira alguma

() Outras barreiras. Quais? _____

3.2 Quais os critérios de seleção que você utiliza para produzir a notícia?

() Credibilidade

() Interesse Público

() Ser Novidade

() Disponibilidade

() Exclusividade

() Adequação

() Outro (s), Qual (is)? _____

4 COMPORTAMENTO NO PROCESSO DE BUSCA DA INFORMAÇÃO

4.1 Você considera que as novas tecnologias alteram seu comportamento no processo de busca da informação? Exemplifique:
