

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

GEOVANNA ÁDYA CORDEIRO DANTAS

**INFORMAÇÕES ECONÔMICAS DIVULGADAS NA MÍDIA DIGITAL:
UM ESTUDO DE RECEPÇÃO**

João Pessoa

2015

GEOVANNA ÁDYA CORDEIRO DANTAS

**INFORMAÇÕES ECONÔMICAS DIVULGADAS NA MÍDIA DIGITAL:
UM ESTUDO DE RECEPÇÃO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI) da Universidade Federal da Paraíba como pré-requisito para obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação.

Área de Concentração: Informação, Conhecimento e Sociedade

Linha de Pesquisa: Ética, Gestão e Políticas de informação

Orientadora: Prof^a Dr^a Simone Bastos Paiva

João Pessoa

2015

D192i Dantas, Geovanna Ádyá Cordeiro.
Informações econômicas divulgadas na mídia digital: um estudo de recepção / Geovanna Ádyá Cordeiro Dantas.- João Pessoa, 2015.
84f. : il.
Orientadora: Simone Bastos Paiva
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCSA
1. Ciência da informação. 2. Informação econômica.
3. Recepção e uso - informação. 4. Portais de informação.
5. Ambiente digital.

GEOVANNA ÁDYA CORDEIRO DANTAS

**INFORMAÇÕES ECONÔMICAS DIVULGADAS NA MÍDIA DIGITAL:
UM ESTUDO DE RECEPÇÃO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI) da Universidade Federal da Paraíba como pré-requisito para obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação.

Aprovada em: _____ / _____ / _____

BANCA EXAMINADORA

Profª Drª Simone Bastos Paiva
Orientadora – PPGCI/UFPB

Prof. Dr. Júlio Afonso Sá de Pinho Neto
Membro Interno – PPGCI/UFPB

Profª Drª Maria Gorete de Figueiredo
Membro Externo – MPOGA/UFPB

Profª Drª Maria das Graças Targino
Membro Interno Suplente – PPGCI/UFPB

Prof. Dr. Wenner Glaucio Lopes Lucena
Membro Externo Suplente – PPGCC/UFPB

Não nos é dado escolher o tempo em que vivemos só podemos escolher o que fazer com o tempo que nos foi dado.

J. R. R. Tolkien

AGRADECIMENTOS

Ao meu primeiro pai, **Deus**, que esteve sempre presente em minha vida me dando amor incondicional, força para suportar tudo e perseverança para seguir em frente.

Ao meu avô, **Cordeiro**, por ser o maior exemplo de dignidade e amor que eu poderia receber em vida abdicando sempre de si em prol de sua família, por nunca ter desistido frente a tantas dificuldades, pelas vezes que me cobriu e beijou antes de dormir, pelas noites acordado comigo em minhas doenças, por mostrar que os estudos são prioridade em nossa vida, pelas horas acordado enquanto eu estudava e acima de tudo por me provar que o amor, realmente vence barreiras inclusive à morte.

A minha avó, **Dercinha**, pelo amor, pelo exemplo, pela força, pela coragem, por sempre cuidar de mim, por sempre querer me poupar de qualquer sofrimento que a vida podia trazer, por me fazer sempre aprender e por, também, mostrar que o amor vence tudo, até a morte.

A minha **família**. Meus pais, **Goretti** e **Aluízio**, meu segundo pai, **Mari** e minha tia **Mônica** por serem uma fortaleza e suporte para minha vida e para qualquer vitória que alcance, pela confiança, sabedoria e amor que me devotam.

A minha irmã, **Geórgia** (Nonick), por ser meu porto seguro, minha orientação, minha força, meu exemplo, por se preocupar sempre comigo e contribuir ao máximo com minhas realizações e com tudo em minha vida, por ser meu orgulho, meu tesouro, meu amor, minha outra metade.

Ao meu companheiro, **Humberto**, por ter sempre uma palavra amiga, um sorriso no rosto, um afago nas mãos e por me acalmar e apoiar em todos os momentos.

A minha irmã maranhense, **Fernanda**, pelo incentivo e contribuições na minha vida e neste trabalho. Aos meus tios maternos e paternos, meus “primões”, meus amigos e as amizades presenteadas neste mestrado, em especial, **Jailma**, **Narjara**, **Raíssa** e **Córdula**, por dividirem comigo todos os momentos de caixa alta e luta, sempre me apoiando e incentivando.

À Profª **Simone**, pela atenção, orientações e correções nesse trabalho e por sua compreensão quanto à luta por esta vitória em um ano de muitas tribulações.

Aos **professores** do Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação e a toda equipe pelos ensinamentos, incentivos, reclamações e por sempre nos direcionarem para o desenvolvimento pessoal e profissional.

A todos que, de forma direta ou indireta, contribuíram para realização deste trabalho.

RESUMO

DANTAS, Geovanna ÁDYA Cordeiro. **Informações econômicas divulgadas na mídia digital: um estudo de recepção.** Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação), Universidade Federal da Paraíba, 2015.

O presente trabalho tem por objetivo analisar a recepção da informação econômica, divulgada em dois portais jornalísticos nacionais - o G1 e o Exame, na perspectiva do leitor. Para tal, apresenta os fundamentos teóricos e conceitos referentes à informação e ao conhecimento econômico, como recursos capazes de orientar os indivíduos na tomada de decisões mais conscientes, contribuindo para o desenvolvimento individual e social. Além disso, busca-se entender o papel da atual conjuntura midiática e os possíveis entraves aos processos de geração, acesso e entendimento desse tipo de informação. No percurso metodológico, utilizou-se levantamento bibliográfico; análise de exemplos que estimularam a compreensão; aplicação de um questionário eletrônico junto aos usuários dos portais G1 e Exame e análise de dados. Na análise dos achados foram utilizados procedimentos quantitativos, em conformidade com a natureza das questões fechadas e mistas, que compõem o instrumento de pesquisa. A partir dos indicadores obtidos, foi possível traçar um perfil do leitor da informação econômica digital, aprofundando-se no entendimento de seu comportamento em relação às mídias digitais e à informação econômica disseminada por meio destas mídias dentro do contexto de sua recepção e uso pelo leitor. Observou-se, então, que a recepção da informação econômica na mídia digital, de forma geral, apresenta um quadro preocupante. Apesar de ter consciência da relevância da Economia para o desenvolvimento pessoal e social, o receptor percebe a informação econômica representada por uma linguagem específica e complexa, cujo sentido ele não está preparado para perceber. Dessa forma, a informação não se apresenta atraente inibindo sua busca nos portais e dificultando o convívio e a compreensão do tema e, consequentemente, seu uso adequado e eficiente.

Palavras-chave: Informação Econômica. Recepção e Uso da Informação. Portais de Informação. Ambiente Digital.

ABSTRACT

DANTAS, Geovanna ÁDYA Cordeiro. **Economic information released in digital media:** a study of receptivity Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação), Universidade Federal da Paraíba, 2015.

This study aims to analyze the receptivity of economic information released in two national journalistic portals - G1 and the Exame, in the reader's perspective. To this end, presents the theoretical foundations and concepts related to economic information and knowledge, as resources able to guide individuals in making informed decisions, contributing to individual and social development. In addition, it seeks to understand the role of the current media situation and the possible barriers to the processes of generation, access and understanding of this type of information. In this sense, is identified in the digital environment, characteristics that favor breaking down barriers, as well as appropriation of such information. In the methodological approach was made a literature gathering; analysis of examples that stimulated the observation and understanding of the phenomena; was applied an electronic questionnaire with users of G1 and Exam portals and the data analysis. In the analysis of data were used quantitative and qualitative procedures in accordance with the closed and open-ended nature of the questions of the research instrument. Through the information gathered, it was possible to draw a digital economic information reader profile, deepening on the understanding of their behavior in relation to digital media and economic information disseminated through these within the context of its receipt and use by the reader. It was noticed, then, that the receptivity of economic information in the digital media, in general, paints a worrying picture. Despite being aware of the relevance of economics for personal and social development, the receiver perceives the economic information as a specific and complex area of language, which he is not prepared to receive. Thus, the information is presented unattractive inhibiting its search of portals and hindering the interaction and understanding of the subject and, consequently, its appropriate and efficient use.

Key-words: Economic Information. Reception and Use of Information. Information Portals. Digital Environment.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 -	Diagrama do contínuo do entendimento.....	26
Gráfico 1 -	Local de acesso aos portais.....	59
Gráfico 2 -	Temas mais procurados nos portais.....	60
Quadro 1 -	Afinidade do usuário com a Economia.....	62
Gráfico 3 -	Frequência de visita ao caderno de Economia dos portais.....	63
Quadro 2 -	Uso da informação econômica.....	64

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	OBJETIVOS	14
2.1	Objetivo geral.....	14
2.2	Objetivos específicos.....	14
3	CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO	15
3.1	A ciência da informação na contemporaneidade: interdisciplinaridade, tecnologia e responsabilidade social.....	20
4	DADO, INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO.....	24
4.1	Informação econômica: consciência para o desenvolvimento social.....	28
5	COMPORTAMENTO INFORMATACIONAL: BASE PARA UMA RECEPÇÃO EFICAZ.....	31
6	MÍDIA: PONTES E BARREIRAS AO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO.....	35
7	AMBIENTE DIGITAL: NOVAS POSSIBILIDADES PARA A APROPRIAÇÃO INFORMATACIONAL.....	38
7.1	Portal de notícias: facetas do jornalismo contemporâneo para disseminação da informação.....	42
8	TRILHA METODOLÓGICA	48
8.1	Tipo de pesquisa.....	49
8.2	<i>Corpus e sujeitos.....</i>	49
8.2.1	Justificativa para escolha dos Portais G1 e Exame.....	50
8.2.2	Construindo a amostra.....	52
8.3	Coleta de dados.....	53
8.4	Procedimento de análise de dados.....	55
9	COMPORTAMENTO INFORMATACIONAL DO RECEPTOR DA INFORMAÇÃO ECONÔMICO NO AMBIENTE DIGITAL.....	57
9.1	Perfil dos pesquisados.....	57
9.2	Comportamento digital dos pesquisados.....	58
9.3	A informação econômica no olhar dos pesquisados.....	61
10	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	68
REFERÊNCIAS	73	
APÊNDICE	78	
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO.....	79	
ANEXOS.....	82	
ANEXO A - PÁGINA INICIAL DOS PORTAIS.....	83	
ANEXO B - QUESTIONÁRIO ONLINE PARA COLETA DE DADOS	84	

1 INTRODUÇÃO

Em um cenário globalizado cuja característica eminente é a monetarização, mercantilização e otimização de recursos intangíveis, nos quais se enquadram a informação e o conhecimento, se faz notória a condição do homem como agente econômico, ou seja, indivíduo capaz de decidir e influenciar economicamente a sociedade. Sendo assim, percebe-se que, atrelada à ação desses agentes, a Economia vem continuamente aumentando sua aplicação em diversos campos de estudos, revelando seu entendimento como de fundamental importância para o desenvolvimento de vários aspectos da sociedade.

Além disso, emerge um novo conceito de Economia baseada no conhecimento, de modo que a informação colabora de forma direta com o crescimento e desenvolvimento do país e da sociedade (VITRO, 1993). Nesse contexto, a informação representa um papel fundamental como insumo para atividades de comunicação que têm inerentes à sua apropriação a possibilidade de expansão da capacidade intelectual e do saber do indivíduo, favorecendo ações e decisões mais conscientes deste como ser social.

Apesar de um dos axiomas da Economia considerar a racionalidade dos agentes econômicos, a informação econômica pode, mediante de possíveis alterações marginais¹, orientar os indivíduos a tomarem decisões racionais. Estas abrangem desde a decisão de compra da “dona de casa” até as escolhas dos investimentos nacionais e da aplicação do dinheiro público.

Cientes de que o acesso à informação, por si só, não garante ao indivíduo a geração de conhecimento, ressalta-se a importância de sua transmissão, recepção e apropriação, materializadas, atualmente, majoritariamente, através da mídia, considerada importante canal de socialização contemporâneo. É através da

¹ Assumindo o sentido apresentado pelo economista Gregory Mankiw em seus “Dez princípios de Economia”, expostos na obra Introdução à Economia, de 2001, onde a análise marginal é um dos princípios que controla a tomada de decisão, refere-se à existência de ajustes incrementais a um plano de ação inicial. Segundo o autor, os indivíduos racionais pensam na margem agindo conforme benefícios adicionais, ou seja, uma alteração marginal revela se o aumento de uma unidade em uma variável confere ou não melhores condições que as iniciais. Nesse caso, mais conhecimento econômico pode favorecer melhores condições para tomada de decisão que no cenário onde este não existe.

disponibilização de espaços para acesso e reflexão, apoiados na veracidade e imparcialidade informacional, que os meios de comunicação, mediando a informação econômica, contribuem para o surgimento de pontos norteadores para esse conhecimento e, em consequência, para mudanças sociais.

A pesquisa em questão surge no contexto da interdisciplinaridade, diante da motivação acadêmica desta mestranda perante Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e atuação profissional, nas áreas de conhecimento de Economia e Comunicação Social. A formação e experiência como economista levou à percepção da existência de barreiras quanto ao interesse popular no debate econômico e político e, consequentemente, social, ocasionando determinada negligência referente a temas importantes para o exercício da cidadania e influência na sociedade. Na condição de profissional da área de comunicação social, esta pesquisadora vislumbrou questionamentos sobre o que contribui para esse quadro, o que levou, prioritariamente, a supor a forma de comunicar esse tipo de informação como possível causa da apatia da sociedade com relação à informação econômica.

O anseio por compreender esse hiato na aplicação da informação econômica na prática cotidiana ultrapassa o estudo do funcionamento e da administração de recursos pela sociedade, visão de Economia de Mankiw (2001), transcendendo uma proposta centrada nos estudos dessa ciência que se preocupa com a produção de dados que originam a informação econômica, todavia, não avançando na preocupação com sua propagação ou com a devida apropriação do significado produzido.

Na mesma instância, a possibilidade de um estudo voltado a entender as barreiras, o uso e, consequentemente, a relevância da informação ultrapassa o estudo das causas, funcionamento e consequências da relação existente entre os meios de comunicação e a sociedade, cerne da Comunicação Social, almejando uma pesquisa que se aprofunde no estudo da informação a partir de sua natureza e de seu percurso de apropriação, uso e formação de conhecimento.

Observa-se, assim, que o tema em questão transpassa pontos específicos da Ciência Econômica e do processo de comunicação social da informação, delineando um quadro imbricado de dificuldades que se vinculam pelo discurso, pelo meio e pela recepção da informação pelo usuário.

É no âmago da Ciência da Informação, conceituada por Borko (1968) como interdisciplinar e preocupada com o estudo das propriedades, comportamento, fluxos, usos e técnicas de processamento da informação visando sua armazenagem, recuperação e disseminação, que se torna possível vislumbrar condições de análise para a questão proposta.

Parte-se do pressuposto de que o distanciamento de parte considerável da sociedade no que concerne aos informes econômicos pode estar associado a fatores como, por exemplo, a disposição do discurso, demasiado técnico e próprio dos profissionais da área de Economia; as condições cominadas pelo próprio receptor, provenientes de seus hábitos cotidianos; ou ainda as limitações próprias dos meios de comunicação, como a mídia de massa, ainda a mais presente na sociedade, cujos usuários assumem frequentemente postura passiva, seja no sentido de *feedback* ou de acesso à informação original.

No intuito de aprofundar-se nas condicionantes desse contexto e na compreensão dos resultados, adotaram-se como objetos da pesquisa, mediante as potencialidades inclusivas e interativas das mídias digitais, os portais eletrônicos G1 e Exame. A escolha desses portais foi baseada em critérios básicos que de forma integrada buscaram favorecer as condições de pesquisa através de uma melhor disponibilização de dados. *A priori*, foram escolhidos apenas dois portais (G1 e Exame), ambos de veículos consolidados anteriormente na mídia impressa, tendo por pretensão um maior público pré-existente e estabelecer um limite de respondentes. Além disso, foram considerados critérios voltados ao tipo, popularidade, alcance, acesso, disponibilização e apresentação da informação econômica no próprio *site* como será justificado posteriormente na metodologia do presente estudo.

A problemática enfatiza a importância do aprofundamento no entendimento do que é informação econômica, desvinculando-a do significado de Economia, das implicações sociais de seu (não) uso e das pontes e barreiras à sua comunicação onde se torna relevante a proposta midiática de acesso à mesma. Também, faz-se necessário uma discussão acerca da relação entre a informação econômica e o conhecimento econômico de forma a estimular o debate sobre a sua relevância para o desenvolvimento social e a cidadania; e a busca por identificar os entraves que a atual conjuntura social e de mídia tradicional impõem à produção e ao acesso do conhecimento econômico. Tem-se como premissa que a inserção do sujeito como

parte ativa da sociedade está diretamente relacionada à forma como este interpreta as informações e consolida seu conhecimento e sua ideologia acerca da realidade.

Vale ressaltar que ao se realizar levantamento junto ao banco de teses e dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) observou-se a carência de estudos nas áreas de comunicação e de Economia que tracem o panorama de como o sujeito recebe a informação econômica e de como a interpreta.

Compreende-se que um estudo dessa natureza, tendo como foco a informação econômica, é relevante para a linha de pesquisa “Ética, Gestão e Políticas de informação”, pois objetiva analisar a interpretação dada à mesma, bem como as barreiras à sua comunicação e consequentes impactos na inclusão social e responsabilidade social provenientes de sua apropriação. Outro fator é a carência de estudos de recepção da informação econômica, na área da Ciência da Informação no Brasil, tornando o tema enriquecedor ao panorama dos estudos de recepção.

Buscando avançar no nível científico necessário para responder as lacunas apresentadas, é preciso aprofundar nos aspectos de recepção do leitor. Sendo assim, toma forma o problema central desta pesquisa, com o seguinte recorte empírico: Como os leitores dos portais nacionais G1 e Exame recebem as informações econômicas disseminadas por meio destes?

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Analisar a recepção da informação econômica, divulgada em dois portais jornalísticos nacionais - o G1 e o Exame, no que se refere à compreensão e ao uso dessa informação, na perspectiva do leitor.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Traçar o perfil do leitor da informação econômica digital;
- b) Caracterizar o comportamento informacional do leitor em relação às mídias digitais (portais);
- c) Verificar o comportamento informacional do leitor em relação ao uso da informação econômica digital;
- d) Identificar as possíveis barreiras entre a disponibilização da informação e sua recepção;
- e) Identificar o uso (ou não) da informação econômica pelo leitor.

3 CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

Compreender a Ciência da Informação (CI) hoje significa imergir na história e na filosofia através de conexões interdisciplinares e áreas do conhecimento buscando seguir a linha precípua que delimita a atuação dessa ciência e seu objeto de estudo, a informação. Ao observar os registros históricos, é possível perceber que grandes mudanças ocorridas ao longo da história da humanidade estão consistentemente vinculadas à necessidade inerente ao homem de transmitir, receber, armazenar e utilizar informações. Essa condição humana demonstra que os princípios da CI remontam um longo período que guarda efetiva congruência com a evolução da sociedade. Sendo assim, é relevante mencionar a inexistência de um ponto específico do nascimento dessa ciência, mas a importância de acontecimentos em diversas áreas que resultaram na formação da CI.

Desde as mais antigas formas de constituição e organização social, o homem se ocupa da produção e do intercâmbio de informações e de conteúdo simbólico, utilizando-se de instrumentos e meios de comunicação que concomitantemente representam e resultam do contexto social vigente. Nessa perspectiva, Freire e Freire (2010) afirmam que a informação, no sentido geral de comunicação, esteve atrelada à humanidade desde seus primórdios através da técnica e da linguagem, ou seja, na maneira que os homens faziam determinados objetos e na forma pela qual transmitiam o conhecimento sobre essa técnica. Ambas criadas em uma determinada cultura com particularidades econômicas e sociais e destinadas a evoluir conforme o contexto em que se encontravam.

A informação, produção simbólica humana, *a priori* compreendida pela comunicação gestual, pela pintura (gravuras rupestres) e pelo uso da palavra falada, posteriormente passou à escrita. Os registros da informação, ou seja, o início de uma condição de organização e memória pode ser identificado por inúmeras procedências, a exemplo da Biblioteca de Alexandria, dos acervos dos mosteiros, das academias. No entanto, com o tempo essa informação foi cada vez mais realizada através de mecanismos e dispositivos mediadores que iniciaram verdadeiras e constantes modificações na sociedade. Foi em virtude de uma série de inovações técnicas associadas à invenção da impressão gráfica, criada no Ocidente por Gutenberg por volta de 1450, e à codificação elétrica da informação,

que as formas simbólicas passaram a ser produzidas, reproduzidas e distribuídas numa escala sem precedentes (THOMPSON, 2008).

O autor menciona ainda que em consequência dessa produção em maior escala e alcance, foram operadas inúmeras e profundas modificações nos mais diversos âmbitos da vida humana como: a situação do movimento intelectual e a revolução das classes, o desaparecimento dos copistas e o aparecimento de novas profissões, a difusão da Bíblia dando origem a novas interpretações que consequentemente levaram ao protestantismo, a queda no preço de livros e o aumento do número de leitores, entre tantas outras mudanças.

Para a ciência as mudanças foram bastante significativas com a mercantilização da informação e com a maior divulgação das ideias através dos periódicos, jornais e livros que impulsionaram a disseminação da informação científica para todos. Esse momento histórico foi fundamental para o desenvolvimento das forças produtivas da sociedade capitalista tendo em vista que a maior produção de conhecimento fomentou a necessidade por mais conhecimentos que serviriam de base para a I Revolução Industrial, bem como para a II Revolução Industrial dada a constante evolução da ciência em diversas esferas, a exemplo da química e do sistema capitalista (FREIRE; FREIRE, 2010).

A partir da maior circulação e disseminação da informação com a existência de periódicos científicos publicados e da criação das associações científicas formalizou-se o processo de comunicação científica que dá início à formação da sociedade tal qual esta se apresenta na atualidade (FREIRE, 2006).

Com a evolução e a intensificação da produção científica surgem no início do século XX as primeiras contribuições para a universalização do conhecimento com base na sistematização dos registros de informação. Na busca por disponibilizar para a sociedade o conhecimento registrado, e favorecer o esclarecimento e a formação da opinião pública, a mudança social e a paz mundial, Paul Otlet e La Fontaine iniciam, com base na documentação e na organização do registro e da recuperação da memória humana, o que viria a ser a base para a emergência de uma nova ciência (FREIRE, 2006).

Em 1895, Otlet e La Fontaine fundaram o Instituto Internacional de Bibliografia, mais tarde intitulado Instituto Internacional de Documentação. Pouco depois, originaram a aplicação do “método documentário” com a criação do Repertório Bibliográfico Universal (RBU), catálogo de fichas que pretendia reunir a

totalidade da bibliografia da produção intelectual humana, e da Classificação Decimal Universal (CDU) que apresentava níveis hierárquicos entre as áreas do conhecimento. Segundo Freire (2006), a análise documental realizada por esses autores para a criação de instrumentos de tratamento da informação centralizou-se de forma pioneira no conteúdo desses documentos estabelecendo um novo paradigma.

A contribuição desses autores compreende uma condição, de certa forma, tecnicista baseada na utilização de códigos e métodos de catalogação da informação. No entanto, seus estudos dão início à noção de informação como conhecimento registrado enfatizando a importância do conteúdo dos documentos e não apenas dos documentos em si, ou seja, entra em foco a informação como tal e não apenas sua documentação. Dessa forma, entende-se que a visão de Otlet e La Fontaine assumia um aspecto social na CI, tendo por objetivo a democratização e disponibilização da informação à população de forma a gerar uma real mudança na sociedade.

Apesar da expansão da produção científica identificada no início do século XX, foi com o advento da Segunda Guerra Mundial, reunindo esforços dos melhores cientistas de vários países, que a ciência em seus diversos âmbitos de conhecimento teve um avanço significativo para a humanidade. Viabilizaram-se novos métodos de comunicação entre indivíduos, favorecendo o registro de ideias que possibilitaram ao homem manipular e extrair conhecimento dando a este a capacidade de perdurar ao longo de eras e não apenas a uma existência limitada.

De acordo com Bush (1945), esse período provocou uma explosão sem precedentes na quantidade de conhecimento disponível que passou a evoluir rapidamente, dificultando a memorização, o registro e, consequentemente, o conhecimento geral de áreas específicas, reforçando a necessidade de especialização e reduzindo a multidisciplinaridade das pesquisas. Nessa perspectiva, o autor buscou na evolução da mecânica e nos estudos de eletricidade uma solução para as dificuldades de memorização e registro da grande quantidade de informação que passou a ser gerada a partir dos esforços e investimentos científicos.

Considerando que a mente humana não funciona por ordenamento alfabético ou numérico e sim por associação, seguindo a formação de “trilhas” velozes e complexas que tendem a se apagar devido a nossa memória transitória, Bush (1945)

idealiza a possível criação do “Memex”, um dispositivo futuro para uso individual que atualmente se assemelha ao computador. Funcionando com extrema velocidade e flexibilidade (expansão da memória pessoal), esse dispositivo deveria permitir o estabelecimento de índices associativos, cuja ideia básica é fazer com que um item selecione, imediatamente e automaticamente, um outro com o qual foi associado. Essa noção de “trilhas” estabelecidas pela mente humana leva muitos autores a eleger Vannevar Bush como o pai do hipertexto

Segundo Barreto (2007), com seu artigo *As we may think* (1945), Bush indicou uma mudança de paradigma para a área de informação, no que concerne à ciência e tecnologia, envolvendo seus profissionais, seus instrumentos de trabalho e as condições teóricas apresentadas. Muitos autores consideram seus estudos pioneiros e sua contribuição fundamental para o nascimento da CI, sendo seu artigo um marco inicial para a mesma. Saracevic (1996, p.42) menciona que Bush

identificou o problema da explosão informacional - o irreprimível crescimento exponencial da informação e de seus registros, particularmente em ciência e tecnologia. A solução por ele proposta era a de usar as incipientes tecnologias de informação para combater o problema.

Segundo Bush, a partir de então aumentaram os esforços e os investimentos para o controle desse crescimento informacional, *a priori* na ciência e tecnologia em seguida nas demais áreas (SARACEVIC,1996). Nessa perspectiva, a informação passou a ser um importante insumo para atingir e sustentar a produção científica e consequentemente para o desenvolvimento social, originando assim uma indústria da informação. Wersig e Neveling apontam que o desenvolvimento histórico da CI é concomitante ao aumento ou à percepção da relevância dos problemas informacionais para a sociedade, pois,

atualmente, transmitir o conhecimento para aqueles que dele necessitam é uma responsabilidade social, e essa responsabilidade social parece ser o verdadeiro fundamento da CI (WERSIG; NEVELING, 1975 apud SARACEVIC, 1996, p.43).

Entendendo a informação como inserida na concepção de cultura, ou seja, como “ação simbólica humana de interpretar o mundo e de produzir registros materiais dessas ações em qualquer tipo de suporte físico”, e cientes do papel social

da CI, comprehende-se que a consolidação dessa ciência apresenta-se também na integração epistemológica e evolução teórica de três áreas: Arquivologia, Biblioteconomia e Museologia (ARAÚJO, 2011, p.20).

Como anteriormente mencionado, comunicar é um processo inerente à existência do homem, sendo assim, a informação, no sentido do que se quer transmitir, do que se quer fazer entender, sempre foi o cerne da produção simbólica humana. Os registros dessas informações são componentes básicos da memória e do conhecimento da humanidade. Nesse sentido, é possível observar ao longo da história a presença de entidades responsáveis pelo tratamento e guarda desses registros.

A consolidação da ciência moderna e sua maior participação no conhecimento e na sociedade impeliram a constituição das ciências humanas que a *priori* se adequaram ao positivismo das ciências exatas. O método positivista caracteriza as primeiras conformações científicas dessas três áreas, privilegiando os procedimentos técnicos. Nesse momento, de acordo com Araújo (2011, p.22),

opera-se um verdadeiro “efeito metonímico”: aquilo que antes era uma parte do processo (operações técnicas para possibilitar o uso das coleções) se torna o núcleo, o essencial, em alguns casos a quase totalidade do conteúdo dos nascentes campos disciplinares. Arquivologia, Biblioteconomia e Museologia tornaram-se as ciências (positivas) voltadas para o desenvolvimento das técnicas de tratamento dos acervos que custodiam.

Ao longo da vasta produção científica do século XX, o desenvolvimento de reflexões e teorias sobre as três áreas, bem como as mudanças vividas nesse momento histórico, a exemplo das novas tecnologias digitais, da crescente relevância da informação e da interdisciplinaridade científica, indicaram as limitações do paradigma vigente e a necessidade de superação do método. Surge então, o paradigma funcionalista, que vê a sociedade como um organismo vivo e se preocupa com as funções desempenhadas e as disfunções de cada parte deste, buscando superá-las. Em oposição ao funcionalismo a teoria crítica buscou identificar, não as funções, mas as ideologias e relações de poder estabelecidas nessas áreas.

A superação do paradigma custodial positivista favoreceu a visão social dessas disciplinas a partir do entendimento do público não apenas como alvo de

processos, mas como parte fundamental do sistema informacional, ou seja, o usuário como ser ativo na produção de interpretações e conhecimento. Nessa perspectiva, a CI junto ao conceito de informação surgem como “possíveis aglutinadores e potencializadores dos desenvolvimentos futuros destas três áreas” (ARAÚJO, 2011, p.20).

A CI aparece, então, como campo profícuo para os avanços reivindicados pela evolução das várias teorias desenvolvidas e para fazer dialogarem e interagirem dentro dela as três áreas. Além disso, constituindo-se desde o início como ciência, é capaz de proporcionar o efetivo espaço de reflexão e problematização, buscando superar o caráter eminentemente prático, de aplicação de regras, que as disciplinas de arquivo, biblioteca e museu trazem de sua origem (ARAÚJO, 2011, p.37).

Em suma, a CI como campo que lida com os fluxos informacionais e tem por responsabilidade a democratização do conhecimento, se apresenta como um campo fértil para o diálogo produtivo entre a Arquivologia, Biblioteconomia e a Museologia, favorecendo a construção de um conhecimento científico que não se limita às instituições e à técnica, mas avança ao caráter social dessas áreas.

3.1 A CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO NA CONTEMPORANEIDADE: INTERDISCIPLINARIDADE, TECNOLOGIA E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Ao longo dos anos, termos como tecnologia e sociedade se tornaram fundamentais para o entendimento do conceito de informação e de CI. Em seu caráter multidisciplinar, dinâmico e contemporâneo, a informação caracteriza-se como insumo primordial para a produção de conhecimento e este para a formação e transformação social. Nessa perspectiva, a CI se insere em um contexto social onde se preocupa, cada vez mais, não apenas com o registro, o suporte e o método de tratamento da informação, mas com seu conteúdo, potencial do conhecimento registrado e usuários.

Saracevic (1996) aponta três grandes aspectos que podem ser observados na formação da CI: interação com outras áreas (interdisciplinaridade), envolvimento com as Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC) e sua participação ativa

na Sociedade da Informação. As observações do autor se confirmam no entendimento de diversos autores sobre a informação e suas implicações.

Wolton (2003, p. 91), postula que por meio do que chama de “informação-conhecimento”, ligada à ampliação e especialização de conhecimentos no sentido geral, que é possível gerar o crescimento da sociedade. No entanto, esse crescimento só é gerado se as informações forem transmitidas e apropriadas pelo receptor. Barreto (1999, p.1) afirma que

o repositório de informação representa um estoque potencial de conhecimento, e a sua existência é imprescindível para que se realize a transferência de informação. Contudo, por ser estático, o estoque não produz, por si só, qualquer conhecimento. As informações armazenadas em bases de dados, bibliotecas, arquivos ou museus possuem a capacidade potencial de produzir conhecimento, o que só se efetiva a partir de uma ação de comunicação mutuamente consentida entre a fonte (os estoques) e o receptor.

O autor evidencia o caráter interdisciplinar da CI, que estabelece vínculos com ciências como a Comunicação Social e a Ciência da Computação, nesse caso, ambas atreladas à elaboração de formas eficazes de comunicação da informação. Considerando que a CI se constitui centrando seus estudos em um objeto de estudo abstrato e de difícil apreensão, inserido em todo processo de produção intelectual e de conteúdo simbólico do ser humano, bem como, em sua memória e conhecimento, caracteriza-se como interdisciplinar por natureza. Segundo Saracevic (1996), essa área que provém da Documentação/Bibliografia e Recuperação da Informação apresenta maior interface ao longo do tempo com a Biblioteconomia, a Ciência da Computação, a Ciência Cognitiva e a Comunicação, entre outras áreas.

A responsabilidade social da CI em concretizar seu potencial de produzir e transmitir conhecimento está evidenciada nos pensamentos de Barreto (1999) e de Wersig e Neveling (1975), enfatizando, assim, a importância de áreas como uso da informação, barreiras à comunicação da informação e estudo do usuário.

Barreto (1999, p.1) aponta que a relação entre o fluxo informacional e o público a quem o conhecimento se dirige vem se modificando ao longo do tempo dadas as diferentes técnicas empregadas nesta transferência. Sendo assim, a CI estará cada vez mais relacionada às estruturas e aos fluxos de informação. Nesse contexto, as TIC assumem papel fundamental na apresentação de meios para a melhor comunicação da informação e geração de conhecimento.

Para Saracevic (1996), as questões científicas e a prática profissional, voltadas para os problemas de efetiva comunicação do conhecimento e de seus registros entre os homens, sejam no contexto social, institucional ou individual do uso de informação, remetem ao campo da CI. Ressaltando que para tratar essas questões essa ciência mantém particular interesse nas vantagens e progressos das tecnologias informacionais. Sendo assim, percebe-se que cada vez mais os avanços da ciência e da tecnologia condicionam um círculo contínuo de incessante busca por mais informação, geração de novos conhecimentos e aplicações.

Também enfatizando sua abrangência e campo de atuação, Borko (1968, p.5) definiu a CI como

uma ciência interdisciplinar que estuda as propriedades e o comportamento da informação, as forças que dirigem o fluxo e o uso da informação e as técnicas, tanto manuais como mecânicas, de processar a informação visando sua armazenagem, recuperação e disseminação.

Em concordância com a noção de uma área de atuação interdisciplinar, González de Gómez (1990, p.121), afirma que o domínio da CI se inclui em uma “ampla zona transdisciplinar, com dimensões físicas comunicacionais, cognitivas e sociais ou antropológicas”.

Sendo assim, percebe-se que, fundamentada em uma natureza interdisciplinar, a CI contemporânea busca solucionar os problemas informacionais da sociedade mantendo linearidade com as TIC para apresentar, cada vez mais, opções eficazes tanto no tratamento da informação, que se apresenta como transportadora de conhecimento, como nas implicações sociais desta junto ao usuário e consequentemente na sua formação intelectual e desenvolvimento social.

A CI atrela sua atuação, por meio de seu objeto de estudo, a informação, a diversas áreas estabelecendo um vínculo interdisciplinar que pode orientar soluções e estratégias para sua disseminação. Cabe então à pesquisa científica favorecer esta conexão trazendo respostas e soluções para o uso e as barreiras à informação que possam existir. Para tanto, se torna imprescindível entender como funciona o processo de formação do saber do indivíduo.

Nessa perspectiva, este estudo busca, à luz da CI, entender o conceito de informação econômica, bem como os possíveis entraves à apropriação do conhecimento gerado na recepção da mesma. Para tanto, inicia-se o

aprofundamento no tema a partir do discernimento das nuances que distinguem dado, informação e conhecimento, objetivando chegar a uma explanação esclarecedora sobre informação econômica e sua apropriação.

4 DADO, INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO

Informação e conhecimento estabelecem à primeira vista, uma relação profícua e diretamente proporcional, podendo induzir ao entendimento errôneo de que o acesso à informação resulta, como condição intrínseca, na produção de conhecimento. Apesar de conceitualmente correlacionadas, as diferenças entre essas duas grandezas são pontuais e fundamentais para a compreensão de suas implicações.

Corroborando com essa noção, ao citar Peter Ingwersen e a sua distinção e relação entre dado, informação e conhecimento, Linares Columbié (2010) afirma que apesar dos dados serem uma informação em potencial eles apenas se tornarão informação se percebidos pelo receptor e que, por sua vez, essa informação só se tornará conhecimento se ocasionar uma modificação estrutural no grau de conhecimento anterior deste receptor. Esse caráter transformador inerente à informação é identificado também na visão de Capurro (2003) sobre o fenômeno informacional no qual considera três modelos: o físico, onde a informação é entendida como coisa a ser transferida entre pontos; o cognitivo, onde aparece como elemento capaz de alterar a mentalidade dos usuários; e o social, que busca compreender a informação através das comunidades de usuários.

Por sua vez, Buckland (1991) distingue três significados fundamentais dessa grandeza: a informação como processo, relacionada à alteração do conhecimento anterior do receptor; a informação como conhecimento, que vai ao encontro da necessidade de saber do receptor, visando à redução da incerteza; e a informação como “coisa”, objetos, documentos ou dados reconhecidos como informação por sua natureza “informativa”.

O diálogo entre os autores aponta para a compreensão de que uma informação pode assumir forma física, apresentando-se como uma percepção tangível e potencial do conhecimento, e forma informativa, como conhecimento concretizável, e, neste caso, transformador do intelectual anterior do receptor, como afirmam Belkin e Robertson (1979) que ao contemplar o indivíduo e suas estruturas mentais percebem a informação como elemento capaz de mudar estruturas.

A mudança no grau de conhecimento anterior do indivíduo está compelida, na visão de diversos autores, ao significado dado aos registros naturais ou humanos da informação que resulta em uma abstração individual e pessoal atrelada às experiências prévias do homem. Fato que condiciona sua recepção.

Situando os conceitos de dado, informação e conhecimento à tecnologia e ambientes digitais, Shedroff (1994) apresenta o processo denominado contínuo do entendimento. O autor parte da noção de que um dado é o produto da investigação, coleta e criação do homem que pode não representar utilidade para a maioria dos indivíduos sendo inadequado para a comunicação. Para ter valor informativo, o dado deve ser organizado, transformado e apresentado de uma forma que lhe atribua significado.

Nesse ponto, surge o conceito de informação que exige a criação de relações e padrões tornando os dados expressivos para o público. Essas relações interagem com o repertório mental do indivíduo, acionando sua compreensão uma vez adquirida por meio de experiências anteriores. Compreende-se, então, que a aquisição de conhecimento depende de um processo de integração, entre a apresentação e a mente do participante. A informação gera um estímulo de uma experiência enquanto à sabedoria, último nível de compreensão na visão do autor, confere o entendimento da mensagem adquirida através dessas experiências.

O conhecimento então pode ser entendido como um processo, dinâmico e cumulativo construído a partir da absorção e internalização das informações e experiências pelo indivíduo que é compreendida e incorporada de forma distinta por cada um, tendo em vista os conhecimentos pré-existentes, história de vida. (SETZER, 1999).

Nesta perspectiva de acesso, internalização e apropriação, esta pesquisa apoia-se na noção de informação e conhecimento de Barreto (1999) que põe em foco a apropriação da informação por parte do receptor postulando a informação como conhecimento em potencial cuja concretização necessita de uma ação de comunicação eficaz e mutuamente consentida.

Através da construção de interações atraentes com os outros ou com ferramentas, o conhecimento é comunicado levando os padrões e significados em suas informações a serem aprendidos. Shedroff (1994) menciona ainda que tipos distintos de experiências conferem diferentes tipos de conhecimento: a) Pessoal – que apresenta significado original, experiências, pensamentos, ou ponto de vista de

um indivíduo; b) Local - conhecimento compartilhado por grupos, dadas às experiências compartilhadas; e c) Global - mais geral, limitado, e baseado em processos e acordos sobre a comunicação compartilhada. Assim sendo, uma comunicação eficaz deve levar em conta o nível do conhecimento do público.

Em um último momento do processo contínuo do entendimento desenvolvido por Shedroff (1994), o autor cita ainda uma grandeza para ele pouco discutível frente sua natureza abstrata e não mensurável. A sabedoria seria o nível mais vago e íntimo de compreensão do homem, uma espécie de "meta-conhecimento". Resultado da condução interna do indivíduo, ou seja, de sua contemplação, avaliação, retrospecção e interpretação, ela não pode ser criada assim como dados e informações ou compartilhada, como o conhecimento, classificando-se, dessa forma, como um entendimento pessoal e único.

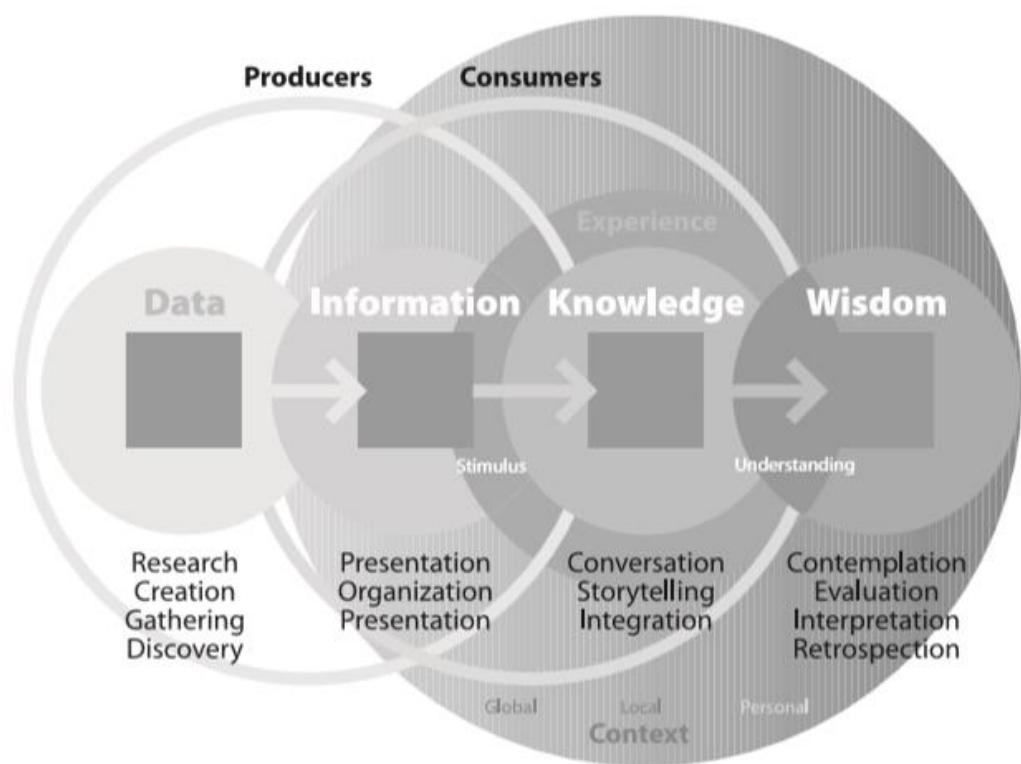


Figura 1 – Diagrama do contínuo do entendimento
Fonte: Shedroff (1994)

Corroborando com a noção de que o conhecimento está diretamente vinculado às experiências e repertório mental do indivíduo, Dretske (1981), ao apresentar uma noção de informação, de certa forma diferente das anteriores, onde

esta aparece como uma entidade real na natureza independente da ação interpretativa do homem, demonstra na métrica matemática que a geração de conhecimento acontece pela soma de um novo registro de informação ao conteúdo mental pré-existente.

O autor distingue a informação propriamente dita dos sinais que a transportam. Sendo assim, a informação consiste no significado comunicado através dos sinais e veículos mantendo foco sobre o conteúdo das mensagens em si, excedendo a ideia de como esse conteúdo se materializa, por exemplo, o céu e o vento podem indicar informações sobre o clima para trabalhadores rurais, o que revela que a informação transmitida por um sinal é o que se pode aprender com ela. Dito isso, Dretske (1981) conceitua a informação como capaz de gerar conhecimento e define este último como a crença produzida pela informação.

Assim, a informação é um fluxo de mensagens, enquanto o conhecimento é criado por esse próprio fluxo de informação, ancorado nas crenças e compromissos de seu detentor. Essa compreensão enfatiza que *o conhecimento está essencialmente relacionado com a ação humana* (NONAKA; TAKEUCHI, 1997).

Observa-se então, que as informações se apresentam como transportadoras de conhecimento, sendo sua apropriação capaz de atuar efetivamente na construção do saber individual e, em consequência, no desenvolvimento do saber social.

Nesse sentido, cabe uma breve discussão sobre a relação entre indivíduo e sociedade, uma vez que, o primeiro não se apresenta dissociado do segundo e sim como seu componente e, da mesma forma, a sociedade pode ser percebida como um organismo em constante transformação onde cada parte de seu todo se encontra em um processo contínuo de adaptação. A relação indissolúvel entre indivíduo e sociedade é contemplada em boa parte da obra de Karl Marx, ao afirmar que

deve-se evitar antes de tudo fixar a "sociedade" como outra abstração frente ao indivíduo. O indivíduo é o ser social. A exteriorização da sua vida — ainda que não pareça na forma imediata de uma exteriorização de vida coletiva, cumprida em união e ao mesmo tempo com outros — é, pois, uma exteriorização e confirmação da vida social. A vida individual e a vida genérica do homem não são distintas, por mais que, necessariamente, o modo de existência da vida individual seja um modo mais particular ou mais geral da vida genérica, ou quanto mais a vida genérica seja uma vida individual mais particular ou geral (MARX, 1974, p.16).

Entende-se, então, que a relação entre indivíduo e sociedade é recíproca, aludindo à famosa citação do poeta John Donne em *Meditation XVII*, “nenhum homem é uma ilha, inteiramente em si mesmo; todo homem é parte de um continente”. O indivíduo é um fragmento social cujo conhecimento molda na completude das partes, a sociedade. Não obstante, a sociedade remete a uma totalidade expressa no particular, no individual, ou seja, todo indivíduo é retrato de sua sociedade, é composto por um repertório de experiências, costumes e cultura assimilados desde seu nascimento.

Sendo assim, conhecimento e formação intelectual e social, formam um imbricado quadro que demonstra a importância da informação e de sua comunicação eficaz. Nesse sentido, Wolton (2003, p. 91) afirma ser possível, através do que ele chama de “informação-conhecimento”, ligada à ampliação e à especialização de conhecimentos no sentido geral, gerar o crescimento da sociedade.

4.1 INFORMAÇÃO ECONÔMICA: CONSCIÊNCIA PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIAL

De acordo com Vitro (1993), junto à atual Era da informação nasce um novo conceito de Economia baseada no conhecimento, na qual a informação contribui diretamente para o crescimento e o desenvolvimento do país e da sociedade, seja pelo fato da produção e distribuição de informação ser uma atividade econômica; seja porque a aplicação do conhecimento melhora a produtividade e a qualidade de outros bens e serviços.

No que concerne ao conceito, Cavati (2005, p. 31) acredita que a realidade econômica

é informada através dos indicadores econômicos que agregados, constituem-se por si só, dependendo do uso que lhes dêem, em informação econômica, normalmente representando a conjuntura total ou parcial desta mesma realidade, sendo o Produto Interno Bruto (PIB) um exemplo clássico de indicador, pois informa sobre a realidade econômica do país, sintetizando o somatório da sua produção, possibilitando inferências sobre políticas, empregos,

capacitação de pagamento da dívida externa, dentre outros, quando associado a outros indicadores

A visão de Cavati (2005) apresenta a informação econômica como, primordialmente, quantitativa e dotada de significados que viabilizam a tomada de decisões em diversas esferas sociais. Na perspectiva da disseminação da informação econômica, é possível compreender que a apresentação seja, inúmeras vezes, materializada e transferida em forma de dados. Retoma-se, nesse ponto, a visão de Shedroff (1994) que explica que a transformação de dados em informações acontece mediante sua organização em uma forma significativa, apresentando-os de forma adequada e comunicando o contexto em torno dele, concepção que enfatiza possíveis entraves na comunicação do tipo de informação em questão.

Apesar dos números e linguagem técnica específica do setor, a informação econômica pode ser entendida como uma leitura da conjuntura econômica como um todo, apontando também seus aspectos sociais, tendo em vista que a ciência econômica além de contemplar “o estudo da forma pela qual a sociedade administra seus recursos escassos” (MANKIW, 2001, p.4), preocupa-se também com a atividade econômica que se dá na relação entre os agentes econômicos, ou seja, entre indivíduos jurídicos, físicos e a sociedade.

A importância da informação econômica na aquisição do conhecimento e na construção do cidadão e da sociedade pode ser bem exemplificada através de uma imagem proposta pela pesquisadora americana Hazel Henderson:

[...] o engarrafamento de trânsito. Podemos deixar a mão invisível resolver o problema, ou seja, deixar que cada um se vire como puder. O resultado será provavelmente um engarrafamento maior segundo as soluções mais óbvias de alternativas de trânsito. Ou podemos fechar ruas e direcionar o trânsito através de um sistema de planejamento autoritário. Ou ainda, podemos deixar que cada um faça as suas opções, mas assegurar que no rádio haja um bom sistema de informação sobre como está o trânsito em cada região. Esta última opção, que Hazel chama de planejamento indicativo, deixa ao cidadão a iniciativa, mas assegura que ele possa fazer a melhor opção de maneira informada, e não às cegas (HAZEL HENDERSON, 2001 apud DOWBOR, 2003, p. 1).

Numa sociedade onde houvesse a ausência da informação econômica os indivíduos tenderiam a buscar a maximização de suas vantagens individuais desconhecendo, muitas vezes, as consequências que isso lhes acarretaria a longo prazo e ao coletivo. No caso onde ocorre o que se apresenta como “sistema de

“planejamento autoritário” é oferecida uma solução ao problema, no entanto, não há a liberdade de uma opção diferente, o que direciona o indivíduo a aceitar o que lhe é imposto. É apenas na presença da comunicação da informação econômica que o indivíduo iria adquirir liberdade intelectual e propriedade para tomar uma decisão, democrática e informada, que lhe permite um comportamento esclarecido, favorecendo o desenvolvimento particular, econômico e social.

A decisão consciente e informada do indivíduo está atrelada ao conhecimento que o mesmo possui sobre determinado tema. Como já discutido, o fundamento para esse conhecimento está na apropriação e, logo, na transmissão da informação. Nesse sentido, Barreto (1999) postula a informação como conhecimento em potencial que depende da ação o receptor para sua concretização. Repositórios da informação correspondem ao que o autor apresentou em seus estudos como estoque de informação, e remete ao anteriormente mencionado como “informação coisa”, dado, informação física e neste incluímos os meios de comunicação. Evidencia-se, então, que o crescimento social só é gerado se as informações forem transmitidas e apropriadas pelo receptor, o que afirma a comunicação e a transmissão da informação como pontos importantes na apropriação informacional pelo indivíduo.

Com base no supracitado, percebe-se a necessidade de aprofundar-se nos aspectos favoráveis e entraves que a comunicação traz para a disseminação da informação e apropriação do conhecimento.

5 COMPORTAMENTO INFORMACIONAL: BASE PARA UMA RECEPÇÃO EFICAZ

Compreende-se que a geração de conhecimento subentende a existência de um fluxo informacional cuja base se fixa na necessidade de informação do indivíduo, permeando sua busca, uso e transferência em diferentes contextos, designando, assim, o conceito de comportamento informacional. Aprofundar-se no entendimento deste implica considerar a situação em questão, a complexidade das tarefas vinculadas ao processo, a cultura dos indivíduos envolvidos, bem como, os demais itens que possam expandir a estrutura teórica do campo a ser trabalhado pela informação (GASQUE; COSTA, 2010).

Segundo Wilson (2000), identificam-se estudos referentes ao comportamento de busca da informação que antecedem ao próprio advento da CI como área específica de estudo no final da década de 40. Impulsionados pela explosão informacional do pós-guerra, esses estudos eram patrocinados por entidades que precisavam de respostas rápidas a esse novo contexto informacional com foco na necessidade de planejar e organizar o armazenamento, transmissão e aumento da produção da informação (LE COADIC, 2004),

A priori as pesquisas relacionadas à análise do receptor da informação consideravam majoritariamente o termo estudo do usuário e mantinha o foco, muitas vezes, no sistema utilizado valorizando pesquisas quantitativas que investigassem, por exemplo, o número de visitas a uma página virtual ou biblioteca. A partir da década de 90 intensificou-se o uso da terminologia comportamento informacional e as pesquisas passaram a ser, cada vez mais, centradas no indivíduo, ou seja, pesquisas cuja metodologia considerasse o estudo das demandas e do emprego da informação para atender às necessidades do indivíduo, transformando-o em usuário da informação (MIRANDA, 2003).

Em seus estudos, Wilson (2000) menciona essa evolução do termo estudo do usuário relatando que o mesmo passou, visto as implicações subjetivas da mente sobre as ações humanas, a se denominar estudo de necessidade e uso, e, em sequencia, comportamento informacional, adotando nesse momento para o autor, subcategorias definidas como: a) Comportamento informacional que abrange a todo comportamento humano relacionado ao processo de busca, uso e transferência da

informação incluindo fontes, canais, etc.; b) Comportamento de busca da informação que remete à busca intencional de informações resultante da necessidade da mesma para um determinado fim; c) Comportamento de pesquisa da informação correspondente ao menor nível do comportamento, analisando o indivíduo como usuário de diversos sistemas de informação e sua atividade como tal; e d) Comportamento de uso da informação, referindo-se às ações físicas e mentais atreladas à incorporação da recém-adquirida informação ao repertório de conhecimentos do usuário.

O aumento expressivo de estudos sobre o comportamento informacional enfatizou, cada vez mais, a busca e o uso da informação como presentes no cotidiano, parte da atividade social e humana em um processo dinâmico e não linear proveniente de condições mutáveis frente aos variados contextos de seu desenvolvimento para o usuário.

Nesse sentido, percebe-se que analisar a recepção da informação significa aprofundar-se na interpretação do consumo e uso da informação pelo público, buscando considerar as condições e ações humanas no papel de receptor como sujeitos sociais que têm uma história e vivem em uma formação social particular constituída por uma história cultural complexa que é concomitantemente social e textual (GOMES, 2004).

A informação comunicada aparece na sociedade como propulsor de desenvolvimento e apesar do fluxo informacional ser inerente ao cotidiano humano Martinez-Silveira e Oddone (2007) afirmam que, a falta ou o desejo por informação não caracterizam uma necessidade da mesma, corroborando com Marchionini (1995) e Choo (2003) no sentido de que a busca por informação é um processo intencional do homem para modificar seu estado atual de conhecimento, ou seja, o indivíduo deve ter um objetivo, e a informação efetivamente deve colaborar para atendê-lo.

Sendo assim, é possível compreender que a busca individual por informação acontece de acordo com a infraestrutura de informações pessoais, ou seja, dos recursos para reunir, usar e comunicar a informação que um indivíduo possui mediante sua coleção de habilidades, experiências e domínios de conhecimento.

A alteração nesse repertório do saber do receptor caracteriza parte do processo que Choo (2003) denominou como uso da informação. Neste, o indivíduo

seleciona e processa informações que alteram sua capacidade de agir ou reagir à luz desses novos conhecimentos.

Numerosos autores referem-se ao uso da informação como um conceito que contempla aspectos mentais e físicos, a exemplo de Wilson (2000) que entende o comportamento de uso como o ato mental e físico envolvido em agregar informação à base de conhecimentos pré-existentes para o indivíduo, e Nicholas, Huntington e Watinson (2003) que veem o uso como o acesso útil à informação, sendo, justamente o agir, a característica que o define.

Nessa perspectiva, tendo em vista o comportamento informacional, Barros e Bernardes (2009) mencionam que a dinâmica do uso da informação consiste em transformar o usuário da informação em agente ativo, levando em conta a qualidade e acessibilidade das fontes e as necessidades do mesmo. Nesse ponto, é possível perceber, sendo a necessidade de informação o ponto de partida do processo de busca e esse moldado no próprio indivíduo e sua visão de mundo, que o comportamento informacional remete a um complexo processo que envolve desde a fonte e disponibilização da informação ao ambiente e contexto do receptor. Bem como se comprehende que existe um largo passo entre ser receptor e ser usuário de uma informação.

Sendo assim, instâncias primordiais no comportamento informacional, a busca e o uso da informação possuem particularidades que destacam a relevância do estudo do usuário para auxiliar uma recepção eficaz da informação e a geração de conhecimento que conforme visto anteriormente e ressaltado por Wilson (2000), concernem grandezas distintas, informação e conhecimento. O autor comprehende ainda que a informação pode ser registrada e transmitida a outrem, no entanto, a reação deste processo na mente de cada indivíduo é subjetiva e de difícil observação. Buscar identificar tais ocorrências é o cerne da área da CI que se concentra no estudo do usuário, leia-se também comportamento informacional.

Ciente quanto à complexidade do comportamento humano e sua influência nas condições de formação do conhecimento para o indivíduo, esta pesquisa busca aprofundar-se no entendimento da recepção da informação econômica por meio da contribuição do próprio receptor vislumbrando cooperar para sua otimização e eficácia.

Parte importante do comportamento informacional do indivíduo, a transmissão e/ou transferência de informação acentuam a relevância do estudo dos meios de disseminação da mesma dando procedência à sessão seguinte desta pesquisa.

6 MÍDIA: PONTES E BARREIRAS AO CONHECIMENTO ECONÔMICO

Para os antigos gregos, tecnologia era “qualquer mecanismo, processo ou técnica lógica desenvolvida pelo homem e destinada a produzir um efeito reproduutor” (VITRO, 1993, p. 21). Esse autor relaciona então, o crescimento econômico com o grau de desenvolvimento dos mecanismos socioeconômicos, cujo “caráter é característica importante e distintiva de identificação daquelas sociedades capazes de resolver suas várias e crescentes necessidades” e que estimulam a capacidade das pessoas dessa sociedade na criação, ampliação e aplicação de conhecimentos, nesse caso a mídia que tem o papel de informar e comunicar a sociedade (VITRO, 1993, p. 21).

Althusser (2007) atribui aos Aparelhos Ideológicos do Estado (AIE), ou seja, à imprensa, à escola e à igreja, a responsabilidade pela reprodução da ideologia da classe dominante para a sociedade de forma geral e, dessa forma, a condição capitalista contemporânea pode representar o progresso financeiro em detrimento do econômico e da formação de conhecimento, corroborando a noção de que o motor da máquina social é o capital.

Nessa perspectiva, tendo como foco o papel desses “mecanismos socioeconômicos”, busca-se compreender as condições de acesso e disseminação da informação que facilitam a apropriação do receptor no processo de comunicação midiático, ou seja, que pontes e que barreiras a atual conjuntura social constrói através da mídia para o acesso à informação. Os espaços gerados pela mídia para o verdadeiro entendimento da informação, as “ferramentas” provenientes desta, capazes de potencializar a formação de conhecimento, e a relação mídia–receptor são preocupações primordiais quando se vislumbra o uso da informação, aqui especificamente a informação econômica. Assim, percebe-se a possibilidade de um consequente desenvolvimento social a partir das modificações estruturais nas mentes dos indivíduos, incidentes diretas das mudanças comportamentais e atitudinais da sociedade.

Com base na premissa de que apenas o acesso à informação não gera conhecimento, enfatiza-se a importância da existência, centrando-se na mídia como grande socializador contemporâneo, de espaços para reflexão, interação e análise da veracidade e imparcialidade informacional, que favorecem um ambiente que

estimula o interesse pela informação, o seu entendimento, a formação de conhecimento e mudanças. Nessa perspectiva, observar o cenário atual da mídia nos remete a pontos socialmente enraizados que podem representar entraves para a construção de um ambiente informacional adequado no sentido de incentivar a busca e a geração de conhecimento.

A tecnologia, por exemplo, evolui continuamente seguindo a orientação do capital e revela efeitos “espetaculares e preocupantes”, conforme alerta Dupas (2002). A “corrida” gerada pela informação, por sua vez guiada pelo capital, representa em si a perda do homem em sua liberdade e da formação de seu real conhecimento tendo em vista que reflexão e tempo para a maturação das informações recebidas são condições para tal.

Sendo assim, entende-se que a velocidade das mudanças e o crescimento urbano provenientes da evolução tecnológica e informacional estão profundamente atrelados à perda das raízes sociais que resulta no surgimento de uma sociedade de consumo, fruto dos constantes lançamentos; da mercantilização do homem, de sua imagem, de sua vontade; e da má formação de seu conhecimento.

Integrando aspectos da cultura e da Economia, Dupas (2002) identifica no cotidiano das sociedades contemporâneas uma acumulação de espetáculos, ressaltando uma sociedade fria, alienada, apoiada nas aparências e direcionada pelo “pensar de outrem”, visão que corrobora com a de Baudrillard (1992) e de Bourdieu (1997) no sentido de uma sociedade condicionada a buscar o superficial.

Em consonância com a revolução tecnológica e a ordem capitalista, observa-se um “dilúvio” de informações que a mídia apresenta, atendendo às características pós-modernas de instantaneidade, frivolidade, superficialidade, consumismo, segmentação, que fomentam a tendência para a disseminação de uma informação que suprime os debates e as reflexões e aumenta espaços para a oferta promocional e comercial e para a publicidade, que atendem aos grandes conglomerados empresariais e autoridades da mídia.

Moldam-se, então, novos formatos para a comunicação da informação à população. Obedecendo à orientação financeira, a maioria dos espaços midiáticos, que disseminam a informação econômica, cede, cada dia mais, lugar para a divulgação de “fatos-ônibus”, ou seja, fatos que “não devem chocar ninguém, que não envolvem disputa, que não dividem, que formam consenso, que interessam a todo mundo, mas de um modo tal que não tocam em nada de importante”

(BOURDIEU, 1997, p. 23), seguindo uma comunicação orientada para agradar e gerar audiência.

Desse modo, as barreiras à informação econômica qualificada acabam limitando o pensamento crítico coletivo. Hall (1996 apud GOMES, 2004) anuncia um conjunto de estruturas mentais, tais como conceitos, linguagens e sistemas de representação, empregados na definição e no deciframento da operacionalidade da sociedade, como concepção de ideologia. Segundo ele, a ideologia se refere a toda forma organizada de pensamento,

ou seja, tanto os conhecimentos práticos quanto os teóricos que habilitam as pessoas a decifrar a sociedade, e dentro de cujas categorias e discursos nós sobrevivemos e experimentamos nosso posicionamento objetivo nas relações sociais (HALL, 1996, p. 26-7 apud GOMES, 2004, p. 145).

A partir dessa citação, comprehende-se o conhecimento econômico como parte dessa ideologia que habilita os indivíduos a desempenharem o seu papel como “atores da sociedade civil” (HABERMAS, 1992 apud AVRITZER; COSTA, 2004). Dessa forma, torna-se possível contribuir para a solução de problemas, denunciando situações de anormalidade, impulsionando alterações nos parâmetros constitucionais, pressionando autoridades (parlamentares, judiciário e governantes) em favor de determinadas políticas para o bem comum.

Assim se cumpre a competência que é facultada aos indivíduos pela cidadania, fazendo sua própria história através do conhecimento e do manejo adequado da instrumentação econômica (DEMO, 1996).

No entanto, em meio aos entraves encontrados no contexto midiático atual percebem-se novas possibilidades de ultrapassar essas barreiras. Os avanços tecnológicos guardam efetiva congruência com a evolução da comunicação, ou seja, o surgimento de novas tecnologias tem proporcionado concomitantemente novas maneiras de acessar, disseminar e compreender a informação. Nesse sentido, a tecnologia e o ambiente virtual, leia-se ciberespaço, aparecem como fundamentais na nova conjuntura econômico-social abrindo um leque de possibilidades para a apropriação da informação e a geração do conhecimento sobre Economia, negadas pela mídia tradicional.

7 AMBIENTE DIGITAL: NOVAS POSSIBILIDADES PARA A APROPRIAÇÃO INFORMACIONAL

[...] o desenvolvimento dos meios de comunicação é, em sentido fundamental, uma reelaboração do caráter simbólico da vida social, uma reorganização dos meios pelos quais a informação e o conteúdo simbólico são produzidos e intercambiados no mundo social e uma reestruturação dos meios pelos quais os indivíduos se relacionam entre si. (THOMPSON, 2008, p. 19).

Em um contexto de globalização mundial, caracterizado pela interatividade e interdependência entre países, Economias e sociedades, percebe-se a efetiva congruência entre os avanços tecnológicos e a evolução da comunicação e dos fluxos informacionais fomentadores de uma nova estrutura social.

Destacando-se pela influência e mediação dos processos informacionais e comunicativos contemporâneos, as TIC têm proporcionado novas maneiras de interação entre indivíduos concomitante à formação de uma nova concepção de sociedade na qual “o ciberespaço designa não tanto os novos suportes de informação, mas sim as formas originais de criação, navegação no conhecimento e de relação social que eles permitem” (LÉVY, 1994, p.152). Nesse sentido, observa-se que a máxima do advento do ambiente digital, sustentado pela evolução tecnológica, excede à modernização e automação das máquinas, perfazendo uma reorganização social e humana fundamentada em uma nova percepção de mundo e construção do indivíduo conectado, ou seja, de uma sociedade em rede.

Segundo Castells (2000), a sociedade em rede, termo cunhado pelo autor, remete a uma nova conjuntura social que transcende a realidade física assentando-se em uma realidade virtual viabilizada e impulsionada pelas novas tecnologias. Para Lévy (1994, p. 176) a existência de

um espaço cosmopolita e sem fronteiras de relação e de qualidade de um espaço de metamorfose das relações e de emergência das maneiras de ser, de um espaço onde se reúnem os processos de subjetivação individuais e coletivos.

Trata-se de “um espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores” (LÉVY, 1999, p. 92) que evidencia a natureza digital das informações disponibilizadas tendo em vista as

particularidades das condições impostas pelo meio, fundamentais para a compreensão de suas contribuições para o entendimento da informação a ser comunicada.

Nessa perspectiva, o autor evidencia o caráter modificador do ambiente virtual quando menciona sua noção de “espaço do saber”, conceito potencialmente virtual que confere um “cenário de uma tomada da palavra contínua, mas de uma palavra efetiva, capaz de mudar a realidade” (LÉVY, 1994, p. 210).

Apesar de concordar quanto à noção de um sistema apoiado por uma plataforma digital baseada na informação configurada que origina um novo tipo de comunicação, diversos autores apresentam características específicas e importantes na definição do ciberespaço. Guimarães Júnior (2012) comprehende que mais do que um espaço de comunicação, ele promove um espaço simbólico que incita atividades de caráter societário.

Para Lemos (2002), o ciberespaço se define como um organismo auto-organizante, caracterizando-se como um hipertexto mundial que de forma interativa permite a modificação de sua estrutura telemática por qualquer indivíduo presente na rede. Destacando esse aspecto interativo, Santaella (2004) afirma que, no geral, o ciberespaço confere um sistema de comunicação eletrônica global que viabiliza uma relação simbólica entre homem e máquina mediada pela interatividade que cresce de forma exponencial. “Trata-se, portanto de um espaço informacional, no qual dados são configurados de tal modo que o usuário pode acessar, movimentar e trocar informação com um incontável número de outros usuários” (SANTAELLA, 2004, p. 45).

Interatividade e hipertextualidade estão intrínsecas na concepção de inteligência coletiva conceituada por Lévy (1999, p. 199) referindo-se a “uma inteligência variada, distribuída por todos os lugares, constantemente valorizada, colocada em sinergia em tempo real, que engendra uma mobilização otimizada das competências”. Para Lemos (2001 apud LEMOS, 2001) essa rede de inteligências coletivas, vinculada às tecnologias de informação e de comunicação através de suportes e aparatos técnicos transmissores do conhecer, do informar-se e do saber, também caracterizam o ciberespaço.

A possibilidade de uma “sinergia em tempo real” destaca uma das mais importantes características do ambiente digital. A capacidade de rompimento das barreiras espaço-temporais permitida pelos meios comunicacionais é enfatizada por

Thompson (2008) como iniciada com o advento da imprensa e da mídia eletrônica, tornando possível a publicidade de acontecimentos na ausência de indivíduos co-presentes. Nesse sentido, o ciberespaço, não apenas transpõe a transmissão e recepção simultânea da mensagem e a quebra de fronteiras geográficas, próprias das mídias massivas tradicionais, mas permite uma interação em tempo real através da miscigenação de meios e formas comunicativas em um só espaço, vislumbrando a capacidade de uma onipresença relativa viabilizada pela tecnologia que permeia a virtualidade do processo de comunicação contemporâneo e enfatiza, no entanto, uma transformação no ato de tornar algo público e de inclusão social, crescentemente dependente do acesso aos meios virtuais de produção e transmissão da informação.

Santaella (2004) ressalta que a tecnologia básica abre um leque de probabilidades comunicacionais reunindo diversas formas de comunicação em um sistema integrado que materializa um ambiente onde novas e velhas mídias se engajam em um híbrido favorável ao trânsito do conectado por diversas esferas do conhecimento.

Denota-se, então, a convergência midiática como fundamental no arcabouço das possibilidades informacionais do ciberespaço. A possibilidade de conectar várias mídias de forma complementar e interligada, transpondo o uso das mídias tradicionais, pode aumentar a capacidade cognitiva e de compreensão do indivíduo.

A convergência representa uma mudança de paradigma – um deslocamento de conteúdo midiático específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em relação a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a múltiplos modos de acesso a conteúdos midiáticos e em direção a relações cada vez mais complexas entre a mídia corporativa, de cima para baixo, e da cultura participativa, de baixo para cima (JENKINS, 2008, p. 310).

O ambiente digital vincula em um único espaço características dos meios massivos de comunicação e transmissão de informação e formas comunicacionais diversas que desenvolvem um universo próprio para multitarefa. Sendo assim, esse espaço permite assistir vídeos, ouvir música, trocar informações com poucas ou muitas pessoas, simultaneamente e em tempo real, por um único suporte midiático ao navegar em páginas da internet ou em sistemas e programas virtuais.

Ao reunir o hipertexto, o audiovisual, o contato virtual, entre outras possibilidades, o ciberespaço viabiliza a intensificação da circulação de informações

resultante do cruzamento de diferentes canais e sistemas midiáticos e favorece ao indivíduo tramar por novos conhecimentos. Dessa forma, a inteligência individual se torna célula de uma inteligência coletiva destacando o mais importante aspecto dessa convergência que consiste no seu potencial de influenciar as estruturas mentais dos indivíduos, sua cultura e sua cognição desenvolvendo uma rede onde as competências se mobilizam modificando usos e significâncias sociais.

Observa-se que o fluxo informacional no cenário atual atende uma nova métrica onde o processo de comunicação deixou de ser realizado apenas da forma um para todos, assumindo o formato todos para todos, destacando duas importantes características do ciberespaço: a liberação do polo de emissão e a interatividade.

A possibilidade de acessar e transmitir informação, através da utilização das redes abertas de computadores, da convergência midiática e da evolução das TIC, favorece a criação de um novo espaço para uma difusão de informação de forma mais democrática e eficaz. Reforça-se, então, a noção de inteligência coletiva de Lévy (1999), anteriormente mencionada, mediante a proposta feita ao usuário de participar de forma ativa na construção do saber e do conhecimento coletivo o que ressalta uma possível “conjugação eficaz das inteligências e imaginações humanas” (LÉVY, 1999, p. 199).

Liberar o polo de emissão confere ao ciberespaço características até o momento limitadas nas mídias de alcance massivo, revelando possibilidades democráticas, interativas e sociais desse meio ao fornecer os recursos de grandes coletividades a serviço de indivíduos e minorias. Essa condição, teoricamente, dispensa intermediários, leiam-se os filtros das informações nas mídias tradicionais que por vezes demonstram um viés informativo que favorece grupos, pessoas ou opiniões. Evidentemente, apesar de liberado ao receptor o discurso midiático, toda opinião propõe, de alguma forma, influência do emissor, de sua visão e espaço social.

Lévy (1999) vincula a liberação do discurso a uma “democratização” da informação que ocorre através de sua descentralização. Considera-se então que, atualmente, qualquer indivíduo pode, potencialmente, se tornar fonte de notícia, de informação e de conhecimento ao ser parte emissiva do processo de comunicação midiático através de sua personificação virtual. Essa condição de dar “voz” ao coletivo, à sociedade, ressalta-se aqui a evolução constante para uma sociedade digitalmente incluída, evidencia nos meios de comunicação contemporâneos a

possibilidade de atuar mais adequadamente conforme o dever natural da mídia, estabelecido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), que reza:

Os órgãos da mídia detêm poder considerável para moldar a experiência de diversidade da sociedade. A mídia pode noticiar as preocupações de cada grupo da sociedade e permitir a grupos diversos o acesso a informação e a entretenimento. A mídia pode proporcionar uma plataforma para que todos os grupos da sociedade conquistem visibilidade e possam ser ouvidos (UNESCO, 2010, p. 35).

O ambiente digital viabilizou a formação de uma nova esfera pública, ou seja, de um novo espaço para reunião, questionamento, busca por opiniões e fontes. Essa possibilidade de debate e de discussão produtiva é capaz de gerar o que Fishkin (2002, p. 2) chamou de opinião refinada, ou seja, “fruto de um debate que a exponha a um amplo leque de pontos de vista alternativos, baseados em argumentos sinceros e em informações exatas” resultando na geração de um possível aprendizado coletivo e se tornando palco para a formação de conhecimento e construção de um saber mais consciente.

Apesar de seu positivismo quanto ao ciberespaço, Lévy (1999) admite a ambivalência desse projeto ao ressaltar que sua eficácia pode acelerar a evolução mundial, bem como isolar ou excluir ainda mais aqueles que dela não participarem já que os benefícios desta plataforma pressupõem o acesso e uso adequado.

Todavia, o uso adequado deste novo ambiente vem trazendo, continuamente, novas possibilidades que assumindo seu caráter plural e dinâmico influenciam o cotidiano e favorecem o desenvolvimento social a exemplo dos portais jornalísticos, base deste estudo.

7.1 PORTAL DE NOTÍCIAS: FACETAS DO JORNALISMO CONTEMPORÂNEO PARA DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Os ambientes digitais possuem características específicas que fomentam enorme potencial para otimizar a disseminação da informação representando o papel de facilitador de sua compreensão e, consequentemente, de motivador de seu uso. Nessa perspectiva, apresentam-se, constantemente, mediadas pela irrefreável

tecnologia, novas formas de disponibilizar informações, notícias e saberes na Era da sociedade em rede.

Ao materializar o potencial informativo e comunicacional proveniente do ambiente digital, os portais eletrônicos justificam sua nomenclatura usual de “Porta grande e principal”, como definida pelo Dicionário Aurélio Online, configurando uma porta de entrada para o internauta no mundo virtual.

Em um remonte histórico, Barbosa (2002) afirma que os portais apareceram primeiramente por volta de 1994, a partir do aprimoramento dos *sites* de busca que em função de alcançar maior número e permanência de internautas em sua página passaram a disponibilizar, cada vez mais, informações e diversificar interesses em sua página inicial. Vislumbrando, dessa forma, que esses espaços se tornassem ponto de partida para a ação do conectado e construção de seu roteiro de leitura virtual atraindo crescentemente maior número de usuários.

Nessa perspectiva, a definição da autora para portais descreve-os como “sites que centralizam informações gerais e especializadas, serviços de e-mail, canais de chat e relacionamento, shoppings virtuais, mecanismos de busca, entre outros” (BARBOSA, 2002, p.31) e, assim sendo, reúnem em um só lugar diversas ferramentas midiáticas que favorecem não apenas a navegação e o interesse do internauta como a apropriação da informação pelo mesmo dando continuidade ao processo de formação de conhecimento.

Cientes da estrutura informativa desses ambientes, onde se destacam as características próprias do ciberespaço, ofertando uma nova forma de acesso, de transmissão e de interação com a informação, justifica-se a afirmação de que, cada dia mais, a informação disponibilizada na internet centra-se em portais, especialmente nos que assumem caráter tradicional, a exemplo do jornal e da televisão (FIDALGO, 2001).

Apesar do presente estudo não se ater a um detalhamento minucioso sobre portais, cabe aqui defini-los e tipificá-los sob o propósito de demonstrar seu potencial de contribuição na construção do saber na sociedade contemporânea. Para tanto, apresenta-se a tipologia empregada por Dias (2001) que os seccionam quanto ao contexto, ao propósito e grupo de usuários, e quanto à função.

Ao classificar os portais quanto ao contexto, Dias (2001, p.53) menciona:

- Portais públicos: “portal internet, portal web ou portal de consumidores, provê ao consumidor uma única interface à imensa rede de servidores

que compõem a internet”, buscando atrair o maior número possível de visitantes e formar comunidades virtuais, potenciais consumidoras do disponibilizado pelo *site*;

- Portais corporativos: “têm propósito de expor e fornecer informações específicas de negócio, dentro de determinado contexto, auxiliando os usuários [...] a encontrar as informações de que precisam para fazer frente aos concorrentes”.

Em seus estudos, Eckerson (1999 apud DIAS, 2001, p.54) relatou a existência de três gerações nos portais públicos. A Referencial, onde se priorizava o conteúdo da WWW, ainda quando majoritariamente *sites* de busca; a Personalizada, momento em que o portal oferece ao usuário a possibilidade de personalizar conteúdo com páginas próprias e contas nos *sites*; e por fim, a Interativa com a inclusão de fóruns, listas de discussões, *e-mails*, *chats*, etc.

Ao classificar os portais quanto à função, Dias (2001) cita Gerry Murray relacionando:

- Portais de informações ou de conteúdo: capaz de organizar grandes acervos de conteúdo a partir dos temas ou assuntos nele contido, conectando as pessoas à informação, a exemplo das máquinas de busca e dos portais públicos;
- Portais de negócios: disponibilizam aos usuários corporativos informações necessárias para a tomada de decisão de negócios da instituição, como relatórios, pesquisas, planilhas, correios eletrônicos, etc;
- Portais de suporte à decisão: utilizando ferramentas inteligentes e aplicativos analíticos capturam informações armazenadas em bases de dados internas e externas à organização, gerando relatórios para a tomada de decisões;
- Portais com ênfase em processamentos cooperativos: lidam com informações da cadeia produtiva tradicional, provenientes de aplicativos corporativos ou grupo de indivíduos fora desta cadeia;
- Portais cooperativos ou para processamento cooperativo: utilizam ferramentas cooperativas de trabalho em grupo e documentos para prover acesso a informações geradas por indivíduos ou grupo, a exemplo de textos, boletins, etc.;

- Portais de especialistas: através de cadastros, comunicação em tempo real, educação à distância, entre outros, busca unir pessoas, viabilizando a troca de experiências entre pessoas especializadas em determinadas áreas de conhecimento;
- Portais de suporte à decisão e processamento cooperativo: portais mais abrangentes que aliam suporte à decisão e processamento cooperativo, conectando usuários a informações e a pessoas necessárias para desempenho dos negócios da empresa através da reunião de aplicativos de gerência de conteúdo, suporte à decisão etc.;
- Portais de conhecimento: convergência entre os portais de informações, cooperativos e especialistas, fornecendo o particular a cada um deles e conteúdo personalizado a cada usuário;
- Portais de informações empresariais: utilizam metadados e linguagem XML (*Extensible Markup Language*) para fornecer acesso às informações institucionais a partir de uma interface individualizada disponível na intranet da empresa.

Outro aspecto relevante dos portais remete-se ao seu direcionamento. Nesse sentido, Saad Correa (1999 apud BARBOSA, 2002) descreve em seu trabalho quatro tipos de portais: a) aqueles *a priori* definidos portais básicos (Primary Portals), resultantes dos mecanismos de busca, voltados à audiência de massa com alto tráfego e pouca segmentação, com conteúdo diversificado de informações e serviços, também denominados hoje como horizontais ou Mega portais; b) micro portais (Microportals ou weblogs) totalmente personalizados sendo construídos pelo usuário; c) portais corporativos (Enterprise Information Portals); e d) portais verticais ou Vortais que são mais segmentados, voltados para uma comunidade de interesses em comum.

Os mega portais públicos e de informação ou conteúdo possuem abrangência irrestrita, expondo conteúdo nacional e internacional com temas diversificados, dotado das inúmeras características do ambiente digital. Dessa forma, levando em consideração seu propósito, função e características próprias, percebe-se que esse novo espaço informational constitui uma plataforma adequada para o surgimento de um novo formato de jornalismo digital: o jornalismo de portal, no qual a informação econômica configura parte constituinte.

O contato diário com a Economia deve refletir em mesma instância o contato com a Ciência Econômica, tendo em vista que apenas ciente de sua relevância no cotidiano e do convívio com a mesma é que ocorrerá a busca por este tipo de informação. Para tanto, vislumbram-se possíveis iniciativas no que concerne à maior presença do tema na formação educacional do cidadão, com uso de plataformas mais democráticas que incentivem fóruns, debates e interesse pelo assunto, incentivadas pelo governo e pelos próprios agentes econômicos.

No caso da informação econômica, nosso objeto de estudo, presume-se constantemente um entendimento prévio por parte do leitor, no entanto, apesar da importância do significado desses “dados” para a sociedade, poucos têm repertório para decodificá-los. Percebe-se, então, não se tratar apenas de disponibilizar a informação econômica na mídia, posto que, é preciso que essa mídia seja adequada, oferecendo as ferramentas certas e seja um canal estimulador, potencializador de seu acesso, uso e apropriação, buscando assim derrubar as barreiras possivelmente impostas pela atual conjuntura midiática e construindo pontes para a geração de conhecimento sobre o assunto.

Nesse sentido, as estruturas de representação da informação devem ser capazes de suportar um sistema de organização eficiente para o tipo de informação disponibilizada. Faz-se notória a importância da estruturação (sistema de organização) de portais e *sites* econômicos para facilitar o acesso a esse conteúdo repleto de termos técnicos, números e informações gráficas de difícil disposição e entendimento. Além disso, revela-se fundamental a disposição de ferramentas de interatividade e de fácil acesso e uso proporcionando debates e discussões que elucidem os questionamentos do interessado na informação econômica. De grande relevância, o sistema de navegação permite ao usuário movimentar-se por outros espaços, até mesmo no uso da hipertextualidade, buscando maior compreensão quanto ao que lhe está sendo apontado, tornando o sistema de busca uma forte arma, imprescindível para a compreensão de termos, busca por referências, exemplos.

Nesse contexto, o ambiente digital e as “novas” mídias enfatizam sua importância na construção de um espaço mais propício ao acesso e à recepção da informação econômica. Apesar de a questão aqui abordada exceder a busca por uma solução para o entendimento da informação econômica, penetrando na complexa rede social que demanda essa forma de conhecimento, vislumbra-se o

potencial dessas mídias no auxílio das mudanças nessa condição informacional inadequada.

Com base no supracitado, justifica-se a escolha dos portais de informação como ponto de partida para o entendimento da atual condição da apropriação da informação econômica, tendo em vista as particularidades e os benefícios ao entendimento promovidos pela mídia em questão. Dentre esses, optou-se, como recorte empírico, por dois portais nacionais renomados, quanto à exposição de informações e circulação de visitas, que são: o portal da Rede Globo (G1) e o portal da revista Exame (ANEXO A).

Ambos assumem caráter jornalístico, diversificação temática, ferramentas de interatividade, convergência midiática, hipertextualidade, espaço voltado à informação econômica e página na rede social *Facebook*, ponto de contato com o público para aplicação da pesquisa, conforme detalhado na metodologia a seguir.

8 TRILHA METODOLÓGICA

Com vistas à obtenção dos objetivos definidos nesta pesquisa, estabeleceu-se um caminho metodológico que, segundo Gonsalves (2007), consiste na trilha a ser seguida em busca de resultados para a questão apresentada, explicitando os instrumentos e métodos de investigação que serão utilizados. Nesse sentido, para melhor atender os questionamentos propostos nesta pesquisa, identificou-se necessário um mergulho no processo de recepção e consequente apropriação da informação, mais especificamente, em um estudo de recepção da informação econômica.

Em 1971, na obra *Marxismo e Literatura*, Raymond William propõe um desafio, não concretizado pelo mesmo, para realização de uma complexa sociologia de audiências reais, e de condições reais de recepção e reação, considerando os processos comunicativos como parte de um processo cultural mais amplo não podendo assim ser entendido desconecto das práticas sociais dos indivíduos e, consequentemente, de seus discursos (GOMES, 2004).

Fundamentados em uma noção estabelecida desde os estudos do autor, que pressupunha a cultura como um processo social total através do qual se constroem socialmente e transformam historicamente os significados, Gomes (2004) enfatiza que esses estudos buscam analisar as interpretações que o público dá aos textos midiáticos ou, de forma mais ampla, o consumo e o uso que o público faz da informação e das tecnologias, nesse caso, da informação e comunicação, compreendendo, assim, desde os processos de “decodificação” das mensagens até a ênfase nos “usos dos meios” e abrangem desde a investigação de campo até a “etnografia da audiência”.

Objetivando estabelecer um estudo de recepção adequado, ressalta-se a busca pelo aprofundamento na compreensão conceitual dos métodos e instrumentos capazes de otimizar a obtenção de resultados.

8.1 TIPO DE PESQUISA

Para Gil (2002) e Santos (2002), a pesquisa pode ser qualificada a partir dos objetivos propostos e dos procedimentos técnicos utilizados. Gonsalves (2007) acrescenta mais dois critérios que podem determinar o tipo da pesquisa: fontes de informação e natureza dos dados. É relevante observar que a adoção por um tipo de pesquisa, não significa a exclusão de outro, representando, geralmente, o inverso: os tipos de pesquisa entram em sintonia, se completando durante o percurso científico-metodológico.

A partir do conhecimento da classificação das pesquisas, considera-se que a mais adequada à questão norteadora da presente investigação científica, onde se propõe a realização de um estudo de recepção da informação econômica, é a de natureza exploratória e qualitativa, fundamentadas pela pesquisa de campo. As informações de natureza quantitativa têm função secundária e auxiliar, se portando como suporte à linha principal adotada.

A pesquisa exploratória é a que busca maior aproximação com o problema investigado, proporcionando dados fundamentais que servem de suporte para estudos mais embasados, proporcionando maior intimidade com o tema, envolvendo, basicamente, levantamento bibliográfico; entrevistas e análise de exemplos. Na pesquisa de campo pretende-se buscar a informação diretamente com a população pesquisada. Muitas pesquisas utilizam esse procedimento, sobretudo aquelas que possuem um caráter exploratório ou descritivo. Quanto à natureza dos dados, a pesquisa classifica-se em quantitativa e qualitativa. A pesquisa quantitativa é aquela que pode ser traduzida através de números, onde a classificação e análise das opiniões e informações obtidas são feitas por meio de algum recurso e técnicas estatística. E a qualitativa preocupa-se com a compreensão, a interpretação do fenômeno, considerando o significado que os outros dão às suas práticas. Envolve uma interpretação de fenômenos e significados que não podem ser traduzidos através de números, cuja análise é indutiva e seu processo e significado são os pontos principais nessa abordagem. (GONSALVES, 2007).

8.2 CORPUS E SUJEITOS

Em potencial, os portais eletrônicos (jornalísticos) são capazes de viabilizar maior compreensão e gerar maior conscientização sobre a Economia através da possibilidade do debate, do questionamento, da convergência de meios audiovisuais, etc. No entanto, a existência das possíveis utilizações da mídia digital não corresponde obrigatoriamente ao uso efetivo da mesma.

Dessa forma, embora a mídia digital modifique o formato da informação econômica na mídia e consequentemente sua recepção, não é possível assegurar que a forma de discurso atual atraia mais o receptor ou reduza o distanciamento que considerável parte da sociedade mantém deste tipo de informação, de sua influência e benefícios para o indivíduo e para coletividade.

Tendo em vista as potencialidades intrínsecas às mídias digitais, o presente estudo propõe a análise das interpretações dadas pelo público às informações econômicas divulgadas em portais eletrônicos - objetos da pesquisa.

Delimitou-se então, como *corpus* da pesquisa, os portais eletrônicos G1 e Exame, que disseminam informações econômicas atuais.

8.2.1 Justificativa para escolha dos Portais G1 e Exame

Na expectativa de avançar no entendimento do processo de busca, acesso, uso e transferência da informação econômica, foram cogitados meios e contextos utilizados para sua disseminação. Nesse sentido, tendo em vista o potencial que as mídias digitais trazem para incrementar a formação de conhecimento do homem, adotaram-se como objetos da pesquisa, portais eletrônicos de notícias.

A escolha dos portais G1 e Exame obedeceu, primeiramente, critérios voltados ao tempo de análise e a notoriedade do veículo. Dessa forma, foram escolhidos apenas dois portais de veículos reconhecidos no mercado midiático, tendo por hipótese a existência de um público leitor consolidado e melhores condições de utilizar mais de um veículo mantendo um período eficiente de análise frente os prazos estabelecidos.

Partindo deste ponto, para maior diversificação dos leitores, consideraram-se portais cujo meio de origem variassem no tipo remetendo a um jornal e uma revista

impressos, respectivamente, O Globo (jornal do Grupo Globo que impulsionou, em 2000, a criação do Globo.com do qual o G1 faz parte) e a Exame.

Outro critério de escolha utilizado concerne à popularidade, alcance e acesso do meio escolhido. Nesse sentido, observou-se a posição do Grupo Globo como maior conglomerado de mídia do Brasil e da América Latina. Seu portal e provedor (Globo.com) é o 6º website mais acessado do Brasil e o 112º no mundo, segundo dados da Alexa, ferramenta geradora de indicadores de websites na rede, coletados em 2015.

O portal Globo se baseia em cinco pilares principais: notícias, esportes, entretenimento, tecnologia e vídeos, respectivamente, G1, GloboEsporte.com, TVG, Techtudo e Globo TV. Especializado em notícias, o portal de notícias do Grupo Globo, o G1, disponibiliza em um só endereço, todo conteúdo de jornalismo da Globo, Globo News, rádios Globo e CBN, dos jornais O Globo e Diário de São Paulo e das revistas Época e Globo Rural, entre outras.

Inserido nas redes sociais, o G1 conta com mais de 2,6 milhões de membros em sua página no *Facebook* e dispõe de um bom empenho quanto a Arquitetura da Informação de seu site, mantendo o fácil acesso à informação econômica na página.

A escolha do segundo portal, referente à revista, não apontou o mesmo resultado para todos os critérios aplicados. Buscou-se então, o veículo que atendesse a maioria deles e melhor integrasse todas as solicitações.

Segundo a Pesquisa da Mídia Brasileira de 2014, a revista Exame está entre as 15 mais lidas do Brasil. No entanto, à frente do consumo de sua versão impressa e com a mesma proposta informativa estão as revistas Veja (mais lida do país), Época (revista do Grupo Globo) e IstoÉ. Evitando qualquer viés nos resultados optou-se por excluir a revista Época das opções já que a mesma divulga notícias com mesmo cargo ideológico do G1 por pertencerem ao mesmo grupo midiático.

Ressaltando que a preocupação principal do projeto foi analisar a recepção das informações econômicas pelos sujeitos da pesquisa, cuja amostra será formada a partir do universo formado por internautas que accessem os portais escolhidos, sendo estes contatados através da rede social *Facebook*, dentro do pressuposto *sine qua non* de que para participar do estudo o respondente deve possuir conhecimento prévio dos mesmos e acessar suas informações.

Nesse sentido, considerando a popularidade do veículo e o acesso a informação econômica na própria página, verificou-se que apesar de ser a revista

impressa mais lida e com mais membros em seu perfil no *Facebook*, cerca de 5,8 milhões, a *Veja* não possui uma diagramação que facilite o acesso à informação econômica, bem como, analisando as mensagens divulgadas durante todo um dia, pouca ênfase foi dada a notícias envolvendo Economia e afins na página e redes sociais. No que se trata de revista *IstoÉ*, esta tampouco apresenta boa visibilidade ou condução da informação econômica no site e nas redes sociais. Além disso, frente às demais revistas a *IstoÉ* dispõe de um número consideravelmente resumido de seguidores nas redes sociais, pouco mais de 1,1 milhão em sua página do *Facebook*.

Com um bom contingente de membros em sua página do *Facebook*, mais de 2,9 milhões de internautas, e um site com boa disponibilização do conteúdo sobre Economia, oferecendo acesso através dos temas “negócios, mercado, Economia, seu dinheiro e PME”, tanto na página principal do site quanto no resultado de sua busca através do *Google*, sendo a única a já apresentar nesse processo o acesso a esses temas, a *Exame* favorece a relação do usuário com a Economia e facilita a construção da amostra para a pesquisa.

8.2.2 Construindo a amostra

Tendo por objetivo avaliar os métodos empregados na coleta de dados desta pesquisa e verificar a viabilidade do acesso ao leitor dos portais *G1* e *Exame*, bem como, visando obter uma leitura mais completa do desempenho esperado a partir do questionário (APÊNDICE A), enquanto instrumento para identificar o perfil, a recepção, a funcionalidade e a contribuição destas plataformas na disseminação e apropriação da informação econômica, realizou-se um pré-teste do mesmo.

A priori, o contato com os leitores dos portais seria feito considerando as últimas postagens dos membros nas respectivas páginas no *Facebook*, ou seja, seria realizado um contato, via mensagem direta nesta rede social, com os membros que comentassem as últimas notícias divulgadas nestas páginas. No entanto, com a prática em campo, percebeu-se que, encaminhadas às mensagens, por muitas vezes, estas se encaminhavam para uma caixa de entrada específica referente a pessoas não conhecidas ou não amigas do usuário na rede.

Devido ao baixo índice de respostas às mensagens e aos questionários, prevendo a dificuldade de se atingir maior contingente de leitores, buscou-se adotar uma medida complementar de acesso ao leitor. Sendo assim, através de grupos de alcance nacional, nessa ocasião, especificamente onde a pesquisadora estivesse incluída, apresentou-se uma solicitação para preenchimento do questionário, esclarecendo quais os propósitos da pesquisa e destacando quem poderia responder o formulário, no caso, apenas pessoas que já possuíssem uma experiência, conhecessem e visitassem esses portais. A solicitação foi apresentada mediante os grupos *online* “Teoria, Linguagem e Crítica”, “Publicitários Nordestinos”, “Bolsistas CAPES” e “Mestrado CI/UFPB: Turma 2013”.

Além disso, tratando-se de um questionário *online*, seu *link* foi divulgado pela pesquisadora, bem como solicitado pela mesma que seis amigos membros das páginas do G1 e da Exame no *Facebook* e de estados diferentes (Minas Gerais, Rio de Janeiro, Maranhão, Paraná, Roraima e Piauí) respondessem e divulgassem em suas redes o *link* do questionário com os devidos esclarecimentos na intenção de expandir nacionalmente. Desse modo, a pesquisa obteve considerável avanço no preenchimento do questionário findando com uma amostra de 100 questionários respondidos até 10 de janeiro de 2015.

8.3 COLETA DE DADOS

Para concretização do estudo realizou-se a pesquisa bibliográfica para obter maior familiaridade com o tema. Na coleta de dados procedeu-se uma análise qualitativa dos portais e aplicou-se um questionário semi-estruturado em ambiente digital, favorecendo o contato independente da co-presença e atendendo à disponibilidade de tempo do entrevistado. Sendo assim, a metodologia a ser aplicada obedeceu à seguinte tríplice:

- a) Etapa literária – consistiu na revisão da literatura sobre a compreensão do fenômeno informacional no âmbito da CI e, em particular, da informação econômica e sua disposição em portais eletrônicos, identificando-se estudos, com fins de conhecer mais profundamente o tema e as metodologias empregadas, buscando-se em artigos, publicações em congressos, simpósios etc., monografias, dissertações, teses e livros da área;

- b) Etapa de análise dos portais – análise do conteúdo dos portais no que concerne à página voltada à Economia, buscando identificar padrões, linguagem, e disposição desse tipo de informação no espaço virtual em estudo;
- c) Etapa dos usuários dos portais eletrônicos G1 e Exame – com a aplicação do questionário com perguntas fechadas, abertas, mistas e de múltipla escolha, como instrumento de coleta de dados, será possível obter informações mais específicas dos leitores desses informativos sobre o entendimento e a relevância da informação econômica encontrada nesses portais para o seu cotidiano, identificando-se usos e barreiras dessa informação.

O novo modelo computacional para tratamento e disponibilização digital da informação, denominado computação em nuvem, originalmente *cloud computing*, fundamentou a base adotada para a coleta de dados desta pesquisa. Segundo Peter Mell e Timothy Grance, integrados ao *National Institute of Standards and Technology* (NIST), instituto norte americano responsável pelas normas e padrões relacionados à tecnologia, esse novo fenômeno pode ser definido como

um modelo que permite o acesso, conveniente e sob demanda, a uma rede compartilhada de recursos computacionais configuráveis (por exemplo, redes, servidores, armazenamento, aplicativos e serviços) que podem ser rapidamente fornecidos e liberados com esforço mínimo de gerenciamento ou interação com o provedor de serviços. Este modelo de nuvem promove disponibilidade e é composto de cinco características essenciais (autosserviço sob demanda, amplo acesso à rede, armazenamento de recursos, grande elasticidade e mensuração do serviço) (NIST, 2011, p. 2, tradução nossa).

O questionário deste estudo foi aplicado através do aplicativo *Google docs* (ANEXO B), tecnologia *web* de computação em nuvem, leia-se, de múltipla hospedagem para arquivos e documentos na internet que admite edição simultânea por vários usuários com *back-up* de seus arquivos na rede, disponibilizada gratuitamente pela empresa Google. Em suma, consiste na disponibilização de um *link* que permite a qualquer pessoa, em qualquer ponto de acesso à internet, acessar o formulário. O preenchimento deste documento gera automaticamente planilhas de computação e manipulação de dados que se autorregulam a cada novo formulário respondido.

No que diz respeito à análise dos portais eletrônicos, com vistas a auxiliar na produção e análise do questionário foram analisadas as páginas voltadas à informação econômica de ambos os veículos por um período diário de um mês.

8.4 PROCEDIMENTOS PARA ANÁLISE DOS DADOS

Corroborando com a proposta de se aprofundar no entendimento das barreiras, entraves e usos da informação econômica pelos leitores dos portais eletrônicos, reuniu-se, através de um questionário de perguntas abertas e fechadas, um banco de dados de conteúdo objetivo e subjetivo.

Nessa perspectiva, buscando materializar a subjetividade rica em significado proveniente da coleta de dados, considerando este nível de realidade que, segundo Minayo (1996), não pode ser quantificada, adotou-se como procedimento para tratamento dos dados qualitativos, uma análise de conteúdo, levando à elaboração de categorias a partir das análises feitas no processo de tratamento dos dados (FLICK, 2004). As categorias elaboradas no momento da análise dos dados foram, em parte, apresentadas categoricamente e, por outra parte, desenvolvidas em texto e apresentadas nos resultados deste trabalho, sendo cotejada com dados quantitativos, quando considerados relevantes. Além da análise estatística dos dados para a produção de tabelas, quadros e gráficos (BARROS; LEHFELD, 2008).

Segundo Barros e Lehfeld (2008), o estudo qualitativo dos dados pode seguir certos procedimentos fundamentais que favorecem seu tratamento. Esse processo está pautado na: **a) Classificação dos dados**, onde estes são agrupados segundo ordem ou critérios determinados com base nas informações obtidas, na intenção de criar categorias que facilitem a interpretação; **b) Codificação ou categorização**, processo de quantificação dos dados, onde as informações são organizadas de forma a facilitar a descrição dos mesmos, as decisões e possíveis conclusões; **c) Tabulação**, representação gráfica dos dados obtidos através da categorização e **d) Interpretação**, após a categorização foi possível à análise da inter-relação entre os dados e sua explanação viabilizando a geração de novas perspectivas.

Com base na noção de Chizzotti (2000) de que uma pesquisa qualitativa tem como prioridade identificar situações consideradas transformáveis mediante a ação reativa entre suas partes, pesquisador e pesquisado, modificando assim uma

situação insatisfatória, passa-se, após o tratamento dos dados, a uma reflexão direcionada a resolução da proposta de pesquisa.

A análise realizada busca por fim o fornecimento de respostas aos problemas *a priori* apresentados contribuindo para os estudos e melhorias da problemática identificada.

9 COMPORTAMENTO INFORMACIONAL DO RECEPTOR DA INFORMAÇÃO ECONÔMICA NO AMBIENTE DIGITAL

O empenho metodológico desta pesquisa viabilizou o levantamento e a análise de dados capazes de corroborar com o avanço no entendimento da problemática da recepção da informação econômica, sua necessidade, busca, acesso e uso pelo usuário de portais de notícias no ambiente digital.

9.1 PERFIL DOS PESQUISADOS

No que remete ao perfil do leitor, a faixa etária predominante dos membros dos portais G1 e Exame no momento de sua participação na pesquisa está entre 21 e 30 anos, correspondente a 58% do total entrevistado. Enquanto a segunda maior parte deles, 34%, está entre 31 e 40 anos. Dos demais respondentes 6% estão acima dos 40 anos e 2% abaixo dos 20 anos.

A amostra apresentou simetria quase perfeita quanto ao gênero, sendo 47% do sexo feminino e 53% do masculino.

Segundo os resultados, a renda familiar identificada na maior parte da amostra foi acima de sete salários mínimos com 29% dos respondentes. No entanto, a divisão salarial demonstrou-se consideravelmente proporcional para toda amostra, com 25% recebendo entre três e cinco salários e 23%, igualmente, estando entre cinco e sete salários e abaixo de três salários mínimos.

No que concerne ao grau de escolaridade, 87% da amostra possui ensino superior completo, sendo que 44% destes são pós-graduados, resultado que pode justificar os níveis de renda apresentados. Dos demais, 12% possuem ensino médio e 1% fundamental.

No referente à profissão, 15% dos respondentes se denominaram estudantes. O restante da amostra foi, consideravelmente, diversificado: analistas de sistemas (9%), bibliotecários (8%), jornalistas (7%), engenheiros (6%), economistas (5%), professores (5%), servidores públicos (4%), publicitários (4%), administradores (3%), biólogos (2%), técnicos em TI (2%), arquivistas (2%), gerentes de projetos (2%), militares (2%), bancários (2%).

Além destes, responderam com 1% cada: analista administrativo, psicólogo, topógrafo, cabeleireiro, tecnólogo em redes, aeroviário, turismólogo, geoprocessador, recepcionista, assistente comercial, empresário, atendente, contador, auxiliar administrativo, internacionalista, controle de estoque (área logística), executivo, desenvolvedor de softwares, cabeleireiro, diretor de arte, designer *freelancer*, dona de casa, arquiteta e urbanista.

A análise confirma que o perfil do leitor digital corresponde a pessoas, majoritariamente, acima de 21 anos com nível superior e das classes A, B e C, corroborando com a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2014 divulgada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República sobre perfil e hábitos dos consumidores, nesse caso dos leitores.

9.2 COMPORTAMENTO DIGITAL DOS PESQUISADOS

No referente ao comportamento digital dos leitores em questão, dos 100 entrevistados, apenas um afirmou utilizar a internet há menos de 5 anos, enquanto, cerca de 78% já utiliza a plataforma digital há mais de 10 anos e 21% entre 5 e 10 anos. Além disso, a permanência cotidiana no ambiente virtual dos usuários é superior a três horas por dia para 83% da amostra, enquanto para 17%, o uso da internet é de menos de três horas diárias.

Os usuários utilizam-se de diversos pontos como local de acesso aos portais, 98% acessam de suas casas, 74% de seu ambiente de trabalho, 44% da instituição de ensino, 47% de locais públicos e 5% Lan Houses como demonstra o Gráfico 1. O baixo número de usuários que faz uso de Lan Houses para conectar-se à rede pode representar que grande parte dos entrevistados possua computadores [ou recursos de telefonia móvel] próprios, acessando de diversos locais ou faça uso de serviços das universidades, etc.

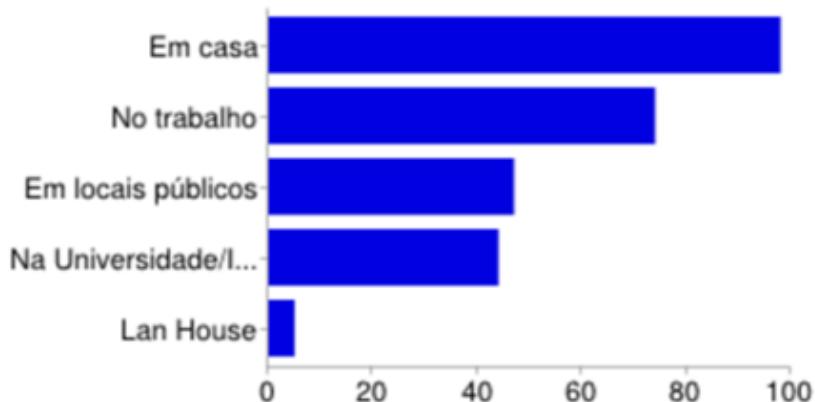


Gráfico 1 - Local de acesso aos portais

Fonte: Dados da pesquisa (2014)

Quesito importante, a fonte usual de informação dos leitores desses portais é, de forma primordial, a internet. Todos os respondentes citaram o ambiente digital como principal fonte de informação. Não obstante, a televisão ainda confere importante meio informativo para mais de 76% dos pesquisados. Jornais e revistas impressos e rádio são utilizados para informarem-se por 42% e 33% dos leitores, respectivamente.

Os dados acima demonstram a forte presença da mídia digital na vida contemporânea. Tendo em vista que os portais analisados são portais jornalísticos, de conteúdo e de informação, a preferência do leitor pelo meio digital em detrimento do meio impresso, cujo uso classificou-se como relativamente baixo (menos de 50%) frente aos demais, caracteriza uma interessante possibilidade quanto às características e vantagens interativas e comunicativas do meio.

Embora o interesse do leitor pela informação digital seja maior que pela tradicional, estando ele conectado à rede por mais de três horas diárias, conforme afirmado por 83%, os dados coletados revelam que a busca por informação nos portais acontece, majoritariamente, mediante a exposição da mesma na rede de forma geral e nas redes sociais, ou seja, 32% da pesquisados limita seu acesso aos portais conforme seu interesse na manchete divulgada e encontrada circulando pela rede. Esse ponto apresenta o hipertexto, a mobilidade, a circulação e o dinamismo do ciberespaço como propulsor da busca por informação e consequentemente pelo possível saber.

Referindo-se à relação do usuário com o portal é possível destacar notoriedade, frequência e preferências temáticas.

Quanto ao primeiro ponto, 74% dos respondentes afirmam que conhecem o portal no ambiente digital, desses 33% pelas redes sociais. Versões impressas, indicações e outras remeteram a 26% das respostas.

No que diz respeito à frequência dos leitores do portal, apesar da maior parte ser devido à visualização das notícias pulverizadas na rede (32%), conforme dito anteriormente, 40% acessam o site mais de três vezes por semana, dos quais 24% ocorrem diariamente, restando 28% com acesso inferior a três vezes por semana.

Os temas que atraem os leitores, aqueles apontados por mais de 20 respondentes, são em primeiro lugar tecnologia, entretenimento, cidades e política, seguidos por Economia que se encontra no mesmo patamar que variedades, onde estão inclusos temas como gastronomia, saúde, ciência, astronomia, automóveis, clima, decoração, turismo, conforme citados pelos próprios participantes, apresentados no Gráfico 2.

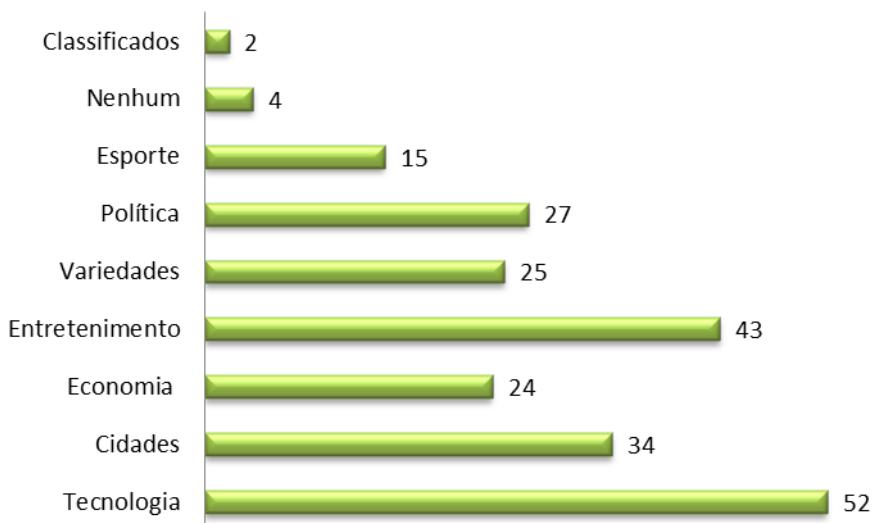


Gráfico 2 - Temas mais procurados nos portais
Fonte: Dados da pesquisa (2014)

No que concerne ao uso do meio digital e sua influência na compreensão da informação, 79% dos usuários destes portais eletrônicos acreditam que o meio digital favorece o acesso e o entendimento da informação econômica, enquanto 17% acreditam que sua participação para este fim é relativa e 4% dizem não ter influência sobre tal.

No entanto, apesar dos usuários acreditarem que o ambiente viabiliza melhores condições para o entendimento da informação econômica, 93% da amostra não se utiliza das potencialidades deste meio para buscar melhorar sua compreensão sobre o tema. Do montante de 100 perguntados, apenas sete disseram interagir com os portais eletrônicos por meio dos hipertextos, seguindo o *link* para matérias relacionadas, através de comentários, compartilhamentos e questionamentos na página ou por e-mails.

Faz-se notória uma indisponibilidade do próprio receptor em buscar a informação econômica justificando a posição do tema Economia entre os considerados menos atrativos pelo leitor à frente apenas dos classificados e esportes, empatando com variedades.

Quando convidados a explanar sua opinião quanto à relação entre o meio digital e a informação econômica, a totalidade dos 17% que mencionaram que o meio digital favorecia em parte o acesso e a compreensão da informação econômica concordou que apesar do meio oferecer melhores condições de acesso e interação, o tema em questão seria o ponto principal para uma possível aversão do leitor, conforme expressam os seguintes depoimentos.

(Em parte) “Porque ao mesmo tempo em que a informação está mais acessível, nem sempre ela é apresentada da melhor forma para aqueles que não pertencem à área de Economia”.

(Em parte) “O problema não é o meio necessariamente, é a preguiça das pessoas de lerem informações mais extensas”.

(Em parte) “O acesso existe, mas precisa ser mais atraente para que o povo desenvolva interesse em ler sobre o tema”.

Além desse aspecto, os usuários consideraram ainda a possibilidade do viés informacional devido às limitações e escolhas do publicado pela mídia e a acessibilidade ao meio que não alcança a todos favorecendo apenas aquele que está inserido nesse atual quadro de comunicação virtual.

9.3 A INFORMAÇÃO ECONÔMICA NO OLHAR DOS PESQUISADOS

Conforme a categorização dos dados coletados, 63% dos entrevistados gostam de Economia, os demais 37% afirmam não gostar do tema, sendo que 23% da amostra considera a linguagem técnica, rebuscada e dizem não auxiliar leigos no assunto direcionando-se apenas às pessoas de conhecimento específico na área. Fica evidente, também, que por verificar a importância desse tipo de informação, os leitores tentam inteirar-se do que consideram básico sobre o assunto no cotidiano e acreditam (55%) que a linguagem dos portais é adequada ao tema. Os fragmentos abaixo exemplificam a análise das informações coletadas que originaram quatro categorias de conteúdo:

Categorização	Recorte da Amostra
Tem interesse. Demonstra consciência da relevância de compreender o funcionamento da Economia para a sociedade demandando a necessidade de se manter atualizado sobre o tema (48%)	<p>(Sim) “Acredito que uma compreensão básica sobre Economia aqui no Brasil tornaria a população mais consciente e “pé no chão” e, consequentemente, prioridades econômicas, políticas e, até mesmo, culturais seriam tratadas com maior veemência”.</p> <p>(Sim) “Numa sociedade capitalista, onde muita coisa gira em torno do capital é necessário um mínimo de conhecimento do assunto”.</p> <p>(Sim) “dominar a Economia é fundamental para se ter uma boa gestão de despesas pessoais e rentabilidade nos negócios, diria que a Economia é extremamente importante se tratando de investimentos, é essencial que domine tal ramo financeiro se pensa em crescer na vida.”</p>
Não tem interesse pelo tema, consequentemente, não busca se atualizar no assunto (14%).	<p>(Não) “Não posso muito conhecimento e interesse sobre o assunto”.</p> <p>(Não) “Porque não”.</p> <p>(Não) “Porque não fui educado, nem estimulado a obter informações inerentes a Economia. Me dedicava mais a outros assuntos. Sei da sua importância porém negligencio”.</p>
Não comprehende o tema e o define como cansativo, complexo e incompreensível (23%).	<p>(Não) “Geralmente a forma abordada sobre o assunto é cansativo”.</p> <p>(Não) “Porque não considero o tema acessível para o conhecimento que eu tenho. São muitas siglas e informações que considero incompreensíveis”.</p> <p>(Não) “Não entendo muito e não tenho paciência. E geralmente os portais são muito técnicos, o que prejudica o entendimento”.</p>
Compreende a importância e utiliza para seu benefício (15%).	<p>(Sim) “Por ser a profissão que escolhi para me dedicar”.</p> <p>(Sim) “Pra entender e utilizar, da melhor forma, os meus rendimentos”,</p> <p>(Sim) “Adoro, planejar meus investimentos”</p>

Quadro 1: Afinidade do usuário com a Economia

Fonte: Dados da pesquisa (2014)

Apesar de estarem cientes da importância da informação econômica no dia a dia e do relato quanto à busca para manterem-se, ao menos, superficialmente, ciente dos principais aspectos vigentes sobre o tema, essa informação é minimamente procurada pelo leitor. Segundo os dados coletados apenas 8% dos entrevistados busca frequentemente o Caderno de Economia desses portais e quase 41% nunca ou raramente o visita (Gráfico 3).

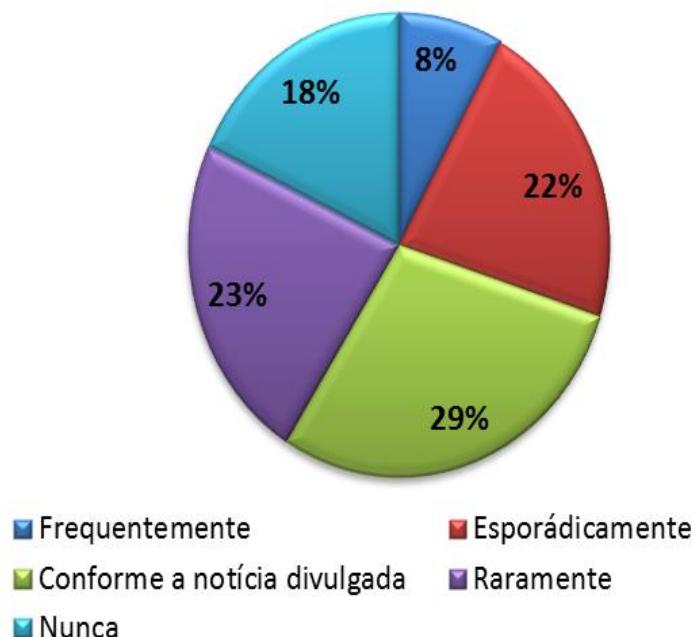


Gráfico 3 – Frequência de visita ao caderno de Economia dos portais
Fonte: Dados da pesquisa (2014)

Mesmo com a baixa frequência na busca pelo tema dentro dos portais, dentre os 100 entrevistados, apenas 35% responderam que não fazem uso da informação econômica divulgada nesses portais. A seguir (Quadro 2) estão registradas, na íntegra, algumas das respostas ao questionamento acerca da utilização (ou não) da informação econômica encontrada nos portais.

Recorte da Amostra
<i>(Não) “Devido à complexidade da linguagem, a utilização de termos técnicos que implicam na inutilização desse tipo de informação no cotidiano”.</i>
<i>(Não) “Basicamente porque não encontro oportunidades práticas para fazer uso das informações. Além disso nem sempre as informações que encontro nos portais são facilmente compreendidas por mim para serem colocadas em prática”.</i>
<i>(Não) “Porque a linguagem utilizada creio ser voltada apenas para aqueles que conhecem a área ou são da área, não facilita a leitura para o público leigo”.</i>
<i>(Não) “Utilizo para saber qual melhor investimento a ser feito de acordo com os índices divulgados e as informações referentes a cada tipo de investimento”.</i>
<i>(Não) “É como se não interferissem no meu cotidiano”.</i>
<i>(Não) “Pois não vejo como utilizar essas informações no meu cenário real.”</i>
<i>(Sim) “Citando um exemplo, quando decidi comprar um apartamento fiz uma intensa pesquisa em portais especializados sobre Economia e financiamentos para habitação, para então poder tomar minha decisão”.</i>
<i>(Sim) “Em transações econômicas buscando verificar qual a forma mais vantajosa de negociar. Além de acompanhar os abusos praticados pelo mercado numa visão holística”.</i>
<i>(Sim) “Economia é um assunto bastante político, consciente de que cada meio de comunicação tem sua própria escolha partidária, prefiro apenas consumir várias fontes. Quanto à Economia propriamente dita não é um assunto que eu realmente tenha familiaridade, leio algumas poucas coisas, tenho apenas uma noção geral”.</i>
<i>(Sim) “Em momentos de organização financeira, administrando o orçamento familiar, na hora de comprar algum produto com cartão de crédito ou escolher algum tipo de empréstimo”.</i>
<i>(Sim) “Quando preciso comprar algo, vejo notícias do referido setor.”</i>
<i>(Sim) “Em conversas, para apresentar dados ou novas situações”.</i>
<i>(Sim) “Se as informações são assimiláveis e, mais do que isso, têm a capacidade de ser práticas, naturalmente faço uso no meu cotidiano. Como por exemplo quando são divulgados cenários econômicos não muito favoráveis para gastos, então eu tento ser mais contido no uso do dinheiro”.</i>

Quadro 2 – Uso da informação econômica
Fonte: Dados da pesquisa (2014)

Em suma, dos 65% respondentes que relataram fazer uso da informação econômica no seu cotidiano, 55% (36) informaram que usam a Economia como forma de se atualizar quanto aos acontecimentos do país e mundo, utilizando-as quando necessário. Apesar de confirmar a busca, o acesso e o uso de informação, essas respostas revelam um padrão evasivo que não determina pontualmente formas de uso dos participantes.

De forma mais específica, 21% (14) dos respondentes citaram os investimentos como uma das principais motivações para a busca por esse tipo de informação e apenas 11% (7) deles mencionaram câmbio para viagens, poupança, Economia doméstica, aluguéis, uso na profissão, entre outros, inclusive um

percentual de 4% da amostra que apesar de dizer que faz uso da informação econômica não soube informar onde aplicou o conhecimento sobre o tema.

Parte majoritária dos entrevistados (79%) acredita (“sim” e “em parte”) que o entendimento dessa informação represente melhores resultados financeiros e compreensão dos problemas sociais vigentes e exercício da cidadania (67%). No que concerne ao enfoque financeiro foram citados:

(Sim) Diante de uma alta em uma taxa antecipar uma compra ou adiar. Exemplos a taxa de IPI, na compra de um carro novo.

(Em parte) Nem todo mundo consegue aplicar as informações, mesmo que comprehenda. Acho que antes de ensinar Economia em si, é preciso mudar a cultura e a maneira de enxergar o dinheiro. Normalmente o pobre continua pobre, pois não sabe administrar bem o pouco que tem. Mas existem aqueles que no pouco conseguem ascender e crescer financeiramente. O ensino da Economia auxilia, mas só ela não adianta.

Os usuários dos portais ressaltam que estar bem informado sobre Economia é fundamental para um bom rendimento financeiro pessoal e social, mas que esse necessita de um conhecimento prévio, de incentivo ao querer conhecer e, não sendo parte da cultura do país, ou seja, não estando vinculado às áreas de conhecimento fundamentais e primários no Brasil, essa contribuição da informação aos aspectos financeiros pode ser limitada pelo discurso, pelo meio e pelo receptor.

Quanto à contribuição da informação econômica para a cidadania, os seguintes depoimentos retratam percepções dos pesquisados:

(Sim) “Sim, claro. A partir das informações obtidas sobre Economia o indivíduo passa a entender como muitos problemas sociais se desencadeiam e em razão desse entendimento ele pode passar a exercer seus deveres de maneira que isso venha a colaborar para um bem maior em prol da sociedade”.

(Em parte) “Poderíamos compreender exatamente onde estão as maiores divergências econômicas e, talvez, ter um foco mais direcionado na cobrança de melhorias junto ao poder público”.

(Não) “Não, porque para o entendimento de questões sociais e exercício da cidadania requer um aprofundamento da educação e não somente a educação regular e sim a educação pra vida”.

Segundo a maior parte dos pesquisados, a cidadania pode sim ser influenciada pelo conhecimento econômico, mas este não é o único ponto a se considerar para resultados sociais. Entender o quadro econômico do país viabiliza

melhor compreensão da posição do indivíduo como ser social, auxiliando a identificação de abusos monetários, impostos abusivos, entre outros. No entanto, essas condições estão atreladas a outras necessidades básicas do cidadão como a educação e a saúde.

Mediante os resultados encontrados até o momento, que apontam que a maioria dos respondentes gosta de Economia e concorda que a recepção e compreensão da informação econômica são capazes de beneficiar o aspecto financeiro individual e coletivo do homem, bem como influenciar em sua formação cidadã, gera-se o questionamento quanto ao baixo número de usuários e a periodicidade de acesso ao espaço reservado para tratar de Economia nos portais pesquisados. Além da falta de interação e busca por melhor compreensão frente às possibilidades promovidas pelo meio digital.

Com intuito de compreender melhor o nível de conhecimento sobre Economia dos leitores, apresentaram-se termos relativamente frequentes no Caderno de Economia destes portais sob as opções de resposta de “sim, comprehendo”, “não comprehendo” e “comprehendo em parte”. A última opção revela, de certa forma, que o leitor já viu e reconhece o termo, mas não possui conhecimento aprofundado sobre ele, lançando a hipótese de um uso inadequado ou não uso da informação já que para isso, em um contexto financeiro, entender a informação econômica divulgada é fundamental.

Termos como inflação, Produto Interno Bruto (PIB), taxa de desemprego, fundo de investimento, PIS/Pasep e índice de poupança são conhecidos por mais de 50% dos leitores pesquisados. Enquanto os termos Produto Nacional Bruto (PNB), balança comercial, benefício fiscal e superávit primário são reconhecidos por cerca de 40% da amostra. Os resultados para esse tópicos relatam alto grau de respostas que remetem a conhecimento parcial sobre o tema. Sendo assim, elevam-se as possibilidades de uso inadequado e negociações desvantajosas.

Outro ponto interessante refere-se a termos que são menos compreendidos pelos respondentes, a exemplo de taxa Selic, IGP-M (Índice Geral de Preços – Mercado), INPC (Índice Nacional de Preços ao Consumidor), CDB (Certificados de Depósitos Bancários) e commodities. Nesse sentido, compreendendo que, muitos desses termos, remetem a índices para realização de investimentos e até benefícios públicos, questiona-se sobre sua importância e uso junto ao leitor.

Os termos menos conhecidos pelos leitores são os índices IGP-M e INPC, ambos muito utilizados em negociações de reajustes de preços, a exemplo de aluguel, de compra de imóveis, acordos salariais, entre outras atividades financeiras que foram relatadas pelos leitores como ações nas quais utilizam a informação econômica. Além destes, outros tópicos que apresentaram falta de compreensão total foram commodities, taxa Selic e CDB. Todos referentes a forma de investimento em ações, produtos ou renda, importantes nas questões de financiamentos e investimentos de renda fixa. A taxa Selic remete aos juros da Economia brasileira que interfere diretamente nos juros bancários cobrados ao consumidor final. Enquanto o CDB refere-se a uma opção de investimentos bancários de médio rendimento. As commodities dizem respeito aos produtos básicos cuja produção é padronizada em todos os países e seu valor é definido pelas condições do mercado, sendo vendido em Bolsa de Valores internacionais, como a soja, o petróleo, o café.

É possível lançar a hipótese de que, se o usuário dos portais utiliza-se de informação econômica para a tomada dessas decisões e uma média de 50% destes revelam não conhecer esses termos, existe a presença de um intermediário na negociação, o que favorece a possibilidade da má condução do negócio para o leitor, ou o mau uso da informação divulgada.

Em suma, os dados provenientes desta pesquisa confirmam uma divergência entre ciência da importância da informação econômica e a busca, entendimento e uso da mesma. Traçou-se um perfil do receptor dessa informação disseminada nos portais G1 e Exame compreendendo seu comportamento digital. Através do aprofundamento no entendimento de sua relação com a Economia, vislumbraram-se possíveis entraves para o distanciamento entre eles como a linguagem técnica e a falta de repertório do leitor que não tornam a informação econômica atraente para os mesmos. A falta de interesse do usuário leva a um hiato continuamente crescente entre a recepção da informação e geração de conhecimento sobre o assunto limitando as condições de seu uso que conforme a análise pode estar sendo feito de forma inadequado frente o desconhecimento econômico dos indivíduos.

Sendo assim, projeta-se que, através desses resultados, dos entraves e condições sinalizadas, possam ser abordadas hipóteses sobre o problema contribuindo para futuros aprimoramentos.

10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na introdução de sua obra “A informação como Utopia”, Serra (1998) retoma os argumentos de Platão ao mencionar o problema da informação. Para ele, a evolução e, de certa forma, popularização da escrita está atrelada ao progresso de uma “mera” informação, ou seja, de uma forma apenas “aparente de sabedoria” cujo perigo consiste em uma possível suplantação da verdadeira educação, fonte verídica de sabedoria, por um nível informativo avançado e vazio.

Essa problemática da informação perfaz um histórico congruente com a evolução de diversas esferas da existência humana representando uma lógica atemporal que pode ser identificada no contexto tecnológico-informacional atual. Com os avanços da tecnologia, assim como foi com a escrita, ampliaram-se as oportunidades de discurso, o fluxo de informações, a liberdade de expressão e o acesso a diversas opiniões e pontos de vista sobre inúmeros temas. No entanto, considera-se que os benefícios dessa evolução técnica e científica pressupõem seu acesso e uso adequado em meio a uma avalanche de informações sob o risco constante de se tornarem vazias para o receptor.

Nesse contexto, o autor abriu espaço para uma importante discussão levantando questionamentos pertinentes ao considerar que mesmo estando cada vez mais informados, temos cada vez menos a dizer, a ouvir: Estão essas informações gerando conhecimento? Qual o papel da educação nesse processo? Porque mais informação não significa mais conhecimento?

Essa reflexão nos põe diante de um paradoxo existente entre a aquisição simultânea de informação e conhecimento. Apesar de, à primeira vista, esse aumento no fluxo informacional e facilidade no acesso a informação ser sinônimo de desenvolvimento individual e coletivo, comprehende-se que nem sempre receber informação significa gerar conhecimento e que esse processo de recepção e apropriação da informação se constitui de diversas etapas influenciadas por inúmeras forças seja no momento de emissão, transferência ou recepção da informação.

A percepção de que informação e conhecimento são grandezas distintas, unida às observações da pesquisadora ao atuar nas áreas de Economia e Comunicação Social foram o ponto de partida para essa pesquisa.

Findada a análise, os resultados obtidos confirmaram a inquietação quanto a uma perceptível displicência e até aversão dos indivíduos com a informação econômica, apesar da noção compartilhada pela maioria da amostra de que a Economia é parte de seu cotidiano, permeando decisões, das mais simples às mais complexas. Percebeu-se, então, uma sensível discrepância entre o pensamento dos pesquisados e suas atitudes quanto à busca, o acesso e a verdadeira compreensão e uso dessa informação.

Enquanto os dados referentes à afinidade revelam que mais de 60% dos pesquisados gostam de Economia, a busca por informações econômicas apresenta resultados opostos. Nos portais pesquisados, o acesso ao espaço reservado para esse tipo de informação é, basicamente, o menos visitado, sendo o grande impulso para a sua procura, não a identificação de uma necessidade e a busca direta para geração de conhecimento a respeito, mas o eventual contato com a mesma através das divulgações nas redes sociais. Menos de 20% visitam frequentemente o caderno de Economia dos portais apesar de concordar com sua relevância e com os possíveis benefícios que esse contato pode trazer.

Fundamentando-se no debate estabelecido neste estudo, entende-se que a busca por informação é um processo intencional do homem que exige a existência de um objetivo cuja informação deve contribuir para atender (MARCHIONINI, 1995; CHOO, 2003). No entanto, essa aproximação esporádica entre o usuário e a Economia, apresentada nos resultados, representa, antes de tudo, uma reação do leitor à notícia em si e não, exatamente, uma busca direcionada de seu conteúdo.

Sendo assim, esse padrão eleva o risco de uma busca incentivada pelo sensacionalismo ou pela ideologia presente nos discursos dos veículos de informação, fato que favorece que se perpetue uma visão dominante sem maior espaço ou condições argumentativas para seu questionamento, cumprindo-se o que Althusser (2007) previu ser o papel dos aparelhos ideológicos do Estado, nesse caso, a mídia.

Com base no supracitado, bem como discutidas as potencialidades interativas e discursivas do meio virtual, justifica-se analisar a recepção da informação econômica em um ambiente capaz de maximizar as condições de busca,

compreensão e uso desta, visão sobre o meio e a informação econômica compartilhada por quase 80% dos pesquisados.

Os benefícios do meio digital para a comunicação da informação econômica, segundo a amostra consistem prioritariamente em: a) Acesso – facilitado, oferecendo melhores condições que o meio impresso ao permitir conexão de várias fontes como *tablets* e celulares, mais dinamismo e baixo custo; b) Alcance – um meio de comunicação de massa capaz de atingir pessoas de diferentes níveis sociais, faixa etária, escolaridade; c) Hipertexto – permite buscar informação de forma rápida para auxiliar a compreensão da informação econômica, disponibilizando outros materiais em mídias diversas (audiovisual, imagens, textos), com níveis de linguagens variados, ou seja, do mais usual ao mais técnico.

Apesar da interatividade e a liberação do discurso do receptor serem identificadas como uma possibilidade de incrementar a compreensão, esse aspecto não foi, especificamente, mencionado pela amostra como um dos benefícios do meio. Uma parcela de 93% dos respondentes não interage com os portais, o que aponta que embora acesso, alcance e hipertexto favoreçam a recepção da informação econômica, a interação e liberação do discurso é uma ferramenta subutilizada pelo usuário dos portais.

Aprofundar-se na relação entre o usuário dos portais eletrônicos e a informação econômica implica em buscar compreensão também sobre os possíveis entraves e motivos para seu afastamento ou falta de afinidade.

Frente às hipóteses apresentadas no início deste trabalho quanto à motivação para a existência dessas barreiras entre a informação econômica e o receptor estar na emissão, no meio ou no receptor, da mesma, a análise revelou uma restrição pessoal do público quanto à forma que a informação econômica é disseminada. Independente daqueles que responderam gostar ou não da mesma, acredita-se ser uma linguagem técnica e específica apesar de adequada para alguns (55%), de difícil compreensão para outros.

Fragmentos da análise apontam ainda que o próprio receptor, no sentido da existência de um repertório mental prévio pode ser uma das motivações para esse afastamento, menciona-se que o público não foi acostumado ou educado a entender de Economia, de aplicar seus conhecimentos, isso foi restrito a um público especializado.

Trata-se de um tema intrínseco ao cotidiano do homem, assim como a linguagem ou a matemática, no entanto, exatamente como eles, esse processo não acontece individualmente e seus resultados podem ser aprimorados se educados.

Brandão (1993, p.47) afirma que “a educação do homem existe por toda parte [...] é o resultado da ação de todo o meio sociocultural sobre os seus participantes. É o exercício de viver e conviver o que educa”, enfatizando a importância do convívio para a aprendizagem. Observada essa condição, percebe-se que diversos países, alguns considerados potências mundiais, ministram em sua grade escolar disciplinas básicas que estabelecem relação com o conhecimento básico de Economia como Economia doméstica, buscando familiarizar o indivíduo com o tema e favorecer um nível de organização influente para a sociedade.

No que concerne ao uso, constatou-se respostas de certa forma, evasivas na definição de como o usuário utiliza em seu cotidiano a informação econômica, apesar de 65% da amostra afirmar o uso, mais de 50% deles relata que utiliza a informação para se manter atualizado, poder saber o que está acontecendo no país e no mundo, poder debater o assunto com outros. No entanto, poucos referem-se a exemplos pontuais de uso.

Para aqueles que apresentaram formas específicas de uso, uma nova preocupação desponta quanto ao real conhecimento e uso adequado da informação. Investimentos, negociações salariais e de aluguéis, por exemplo, são aplicações citadas pelos respondentes. No entanto, destaca-se na análise que termos próprios de uso expressivos dessas operações, índices que reajustam valores nessas negociações, que impõem limites financeiros e de encargos foram os mais citados como desconhecidos pela amostra. É exatamente, esse tipo de visualização da informação sem apreensão de seu significado que gera desvantagens não apenas individuais como também sociais.

No discurso dos usuários foi perceptível compreender a seguinte máxima: apesar de ter consciência da relevância da Economia para o indivíduo e para a sociedade, o receptor percebe a informação econômica como área de linguagem específica e complexa, a qual ele não está preparado para receber. Dessa forma, a informação não se apresenta atraente, inibindo sua busca nos portais e dificultando o convívio e a compreensão do tema e, consequentemente, seu uso adequado e eficiente que tem influência direta com o desenvolvimento de uma sociedade mais consciente de suas opções, decisões e poder de participação.

Como visto, as respostas dos usuários reforçam a necessidade de medidas que desenvolvem a relação entre a informação econômica e seu receptor. Não desprezando a complexidade de uma proposta com natureza primeiramente social e, portanto, de difícil execução, enfatiza-se que uma relação benéfica com um tema em constante transformação não se estabelece no curto prazo, mas sim, deve ser educada como resultado da ação de um todo sociocultural. Nesse sentido, sugestiona-se quanto à aproximação da sociedade e a Economia, estimular esse contato desde a educação de base, com inclusão de disciplinas envolvendo o tema ao longo da formação educacional básica do indivíduo, a exemplo de países com uso bem sucedido dessa temática na grade escolar.

Além do contexto cultural do receptor, percebe-se que a comunicação da informação econômica apresenta, ao considerar as respostas dos pesquisados, uma linguagem complexa, técnica e de difícil compreensão. Tendo em vista que o público tem pouca familiaridade com o tema, cabe ao veículo estabelecer uma conexão profícua entre eles. Para tanto, pode realizar estudos de seus usuários, com vistas a conhecer suas reais necessidades e expectativas informacionais, assim como a conjuntura tecnológica em que se encontra. Buscar aplicar adequadamente os conceitos da Arquitetura de Informação, disponibilizando informações contextualizadas e linguagem que favoreça ao máximo a compreensão do leitor objetivando desenvolver ambientes digitais mais eficientes para seus usuários.

REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, L. **Aparelhos ideológicos do Estado**: notas sobre os aparelhos ideológicos do Estado. 10. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2007.

ARAÚJO, C. A. A. Correntes teóricas para a integração epistemológica da Arquivologia, Biblioteconomia e Museologia na Ciência da Informação. **Revista Ciência da Informação e Documentação**, Ribeirão Preto, v. 2, n. 2, p. 19-41, jul./dez. 2011.

AVRITZER, L.; COSTA, S. Teoria crítica, democracia e esfera pública: concepções e usos na América Latina. **Dados**, Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, v. 47, n. 4, p. 703-728, 2004.

BARBOSA, S. **Jornalismo digital e a informação de proximidade**: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBahia. 2002. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Curso de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Universidade Federal da Bahia, 2002.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARROS, A. T. de; BERNARDES, C. B. Comunicação pública na Câmara dos Deputados: a divulgação de informações legislativas no Brasil. In: PAULINO, F. de O. (Org.) **Lusocomum**: transparência, governança, accountability e comunicação pública. Brasília: Casa das Musas, 2009, p. 177-194.

BARROS, A. J. S.; LEHFELD, N. A. S. **Fundamentos de metodologia científica**. 3 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.

BARRETO A. A. Os destinos da Ciência da Informação: entre o cristal e a chama. **DataGramZero**: Revista de Ciência da Informação, Rio de Janeiro, n. 0, p.1-9, dez. 1999. Disponível em: <http://www.dgz.org.br/dez99/Art_03.htm>. Acesso em: 07 jul. 2013.

BARRETO, A. A. Uma história da ciência da informação. In: TOUTAIN, L. M. B. B. (Org.). **Para entender a ciência da informação**. Salvador: EDUFBA, 2007.

BAUDRILLARD, J. **A transparência do mal**: ensaio sobre fenômenos extremos. Campinas: Papirus, 1992.

BELKIN, N. J.; ROBERTSON, S. E. Information Science and phenomenon of information. **Journal of the American Society for Information Science**, Maryland, v. 24, n. 4, p. 197-204, july / aug. 1979.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BORKO, H. Information Science: what is it? American Documentation, v. 19, n. 1, p. 3-5, jan. 1968.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O que é educação.** São Paulo: Brasiliense, Coleção Primeiros Passos, 28^a ed., 1993.

BUCKLAND, M. K. Information as Thing. **Journal of the American Society for Information Science**, Berkeley, 42; 5, p. 351-360, 1991.

BUSH, V. As we may think. **Atlantic Magazine**, july 1945. Disponível em: <<http://www.ps.uni-sb.de/~duchier/pub/vbush/vbush-all.shtml>>. Acesso em: 02 jul. 2013.

CAPURRO, R. Epistemologia e Ciência da Informação. In: V ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, Belo Horizonte, 2003. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte: ENANCIB, 2003. Apresentação oral. Disponível em: <http://www.capurro.de/enancib_p.htm>. Acesso em: 05 jul. 2013.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CAVATI, H. **Informação econômica no Brasil:** uma análise dos boletins de conjuntura econômica. 2005. Dissertação (Mestrado em Ciência da informação) – Curso de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Pontifícia Universidade Católica de Campinas, 2005.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais.** São Paulo: Ed. Cortez, 2000.

CHOO, C. W. **A organização do conhecimento:** como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões; tradução: Eliana Rocha. São Paulo: Editora Senac, 2003.

DEMO, P. **Educar pela pesquisa.** Campinas: Autores Associados, 1996.

DIAS, C. A. Portal corporativo: conceitos e características. **Revista Ciência da Informação**, Brasília, v. 30, n. 1, p. 50-60, jan./abr. 2001.

DOWBOR, L. Informação para a cidadania e o desenvolvimento sustentável. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DO CLAD, 10, 2003, Santiago. **Anais eletrônicos...** Santiago: [s. n.]. Disponível em: <<http://bvc.cgu.gov.br/bitstream/123456789/1634/1/ladis2003.pdf>> Acesso em: 29 set. 2013.

DRETSKE, F. **Knowledge and the flow of information.** Cambridge, Mass; The MIT Press, 1981.

DUPAS, G. **Ética e poder na sociedade da informação.** São Paulo: UNESP, 2002.

FIDALGO, A. **Metáfora e realidade ou cooperação e concorrência na rede.** 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-antonio-rede-metaphor-realidade.pdf>>. Acesso em: 23 fev. 2014.

FISHKIN, J. S. Possibilidades democráticas virtuais. In: EISENBERG, José; CEPIK, Marco. (Org.). **Internet e política**: teoria e prática da democracia eletrônica. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002, p.17-45.

FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

FREIRE, G. H.; FREIRE, I. M. **Introdução à ciência da informação**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2010.

FREIRE, G. H de A. Ciência da Informação: temática, histórias e fundamentos. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 11, n. 1, n. 1, jan./abr. 2006. Disponível em: <www.scielo.br/pdf/pci/v11n1/v11n1a02.pdf>. Acesso em: 05 jul. 2013.

GASQUE, Kelley Cristine Gonçalves Dias; COSTA, Sely. Evolução teórico-metodológica dos estudos de comportamento informacional de usuários. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 39, n. 1, jan./abr., 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v39n1/v39n1a02.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2014

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

GOMES, I. M. M. **Efeito e recepção**. Rio de Janeiro: E-paper, 2004.

GONSALVES, E. P. **Conversas sobre iniciação a pesquisa científica**. 4 ed. Campinas: Alínea, 2007.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, M. N. O objeto de estudo da Ciência da Informação: paradoxos e desafios. **Ciência da Informação**, Rio de Janeiro, v.19, n.2, p.117-122, jul./dez.1990

GUIMARÃES JÚNIOR, M. J. L. **O ciberespaço como cenário para as ciências sociais**. 2012. Disponível em: <http://www.cfh.ufsc.br/~guima/papers/ciber_cenario.html> Acesso em: 20 mar. 2014.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LE COADIC, Yves-François. **A ciência da informação**. 2. ed. Brasília: Briquet de Lemos, 2004.

LEMOS, A. Cibercidades. In: LEMOS, A.; PALACIOS, M. (Org.) **Janelas do ciberespaço**: comunicação e cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2001.

LEMOS, A. **Cultura das redes**: ciberensaios para o século XXI. Salvador: EDUFBA, 2002.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Edições Loyola, 1994.

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

LINARES COLUMBIÉ, R. Epistemología y ciéncia de la información: repensando um diálogo inclusivo. **Acimed**, Havana. v.21, n.2, 2010. Disponível em: <<http://www.acimed.sld.cu/index.php/acimed/article/viewArticle/52/18>>. Acesso em: 26 nov. 2013.

MANKIW, N. G. **Introdução à Economia**: princípios de micro e macroEconomia. 2.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

MARCHIONINI, G. **Information seeking in electronic environment**. Cambridge: Cambridge University, 1995.

MARTINEZ-SILVEIRA, Martha; ODDONE, Nanci. Necessidades e comportamento informacional: conceituação e modelos. **Ciéncia da Informação**, Brasília, v. 36, n. 2, Aug. 2007 . Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010019652007000200012&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 03 nov. 2014.

MARX, K. Manuscritos econômico-filosóficos: e outros textos escolhidos. /trad. José Carlos Bruni. In: **Os pensadores** (coleção). São Paulo: Abril Cultural, 1974.

MELL, P.; GRANCE, T. **Recommendations of the National Institute of Standards and Technology**. 2011. Disponível em: <<http://csrc.nist.gov/publications/nistpubs/800-145/SP800-145.pdf>>. Acesso em: 23 jun. 2014.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis (RJ): Vozes, 1996.

MIRANDA, Antonio. **Ciéncia da Informação**: teoria e metodologia de uma área em expansão. Elmira Simeão (Org.). Brasília: Thesaurus, 2003.

MORAES, R. Análise de conteúdo. **Revista Educação**. Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

NICHOLAS, D.; HUNTINGTON, P.; WATINSON, A. Digital journals, big deal.s and online searching behavior: a pilot study. **Aslib Proceedings: New Information Perspectives**, v.55, n. ½, p. 84-108, 2003.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. **Criação do conhecimento na empresa**: como as empresas japonesas geram a dinâmica de inovação. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

SANTAELLA, L. **Navegar no ciberespaço**: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

SANTOS, I. E. **Textos selecionados de métodos e técnicas de pesquisa científica.** 3 ed. Rio de Janeiro: Impetus, 2002.

SARACEVIC, T. Ciência da informação: origem, evolução e relações. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v.1, n.1, p.41-62, jan./jun. 1996.

SECOM. **Pesquisa Brasileira de Mídia de 2014.** Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>> Acesso em: 10 dez. 2014.

SERRA, Joaquim Paulo. **A informação como utopia.** Covilhã (PT): Labcom Books, 1998.

SETZER, V. W. Dado, informação, conhecimento e competência. **Datagramazero:** Revista de Ciência da Informação, Rio de Janeiro, n. 0. 1999. Disponível em: <http://www.dgz.org.br/dez99/Art_03.htm>. Acesso em: 08 jul. 2013.

SHEDROFF, N. **Information interaction design: a unified field theory of design.** 1994. Disponível em: <http://kisd.de/~tom/ia/downloads/andere_shedroff_uft.pdf>. Acesso em: 20 out. 2014.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

UNESCO. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **Indicadores de desenvolvimento da mídia:** marco para a avaliação do desenvolvimento dos meios de comunicação. Brasília, UNESCO, 2010.

VITRO, R. A. Para uma Economia do desenvolvimento baseada em conhecimento. **R. Bibliotecon.** Belo Horizonte, v. 22, n. 1, p. 9-37, jan./jun., 1993.

WILSON, T. D. Human Information Behavior. **Informing science**, Sweden, v.3, n.2, p.49-55, 2000.

WOLTON, D. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2003.

SITES UTILIZADOS PARA A AMOSTRA:

Portal Exame: <http://exame.abril.com.br/>

Portal G1: <http://g1.globo.com/index.html>

APÊNDICES

APÊNDICE A

QUESTIONÁRIO

O presente questionário objetiva obter informações acerca do perfil do leitor, barreiras e uso da informação econômica disponibilizada por portais eletrônicos nacionais. Os dados coletados serão utilizados em uma Dissertação de Mestrado, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da UFPB, de autoria de Geovanna Ády Cordeiro Dantas, assegurando o anonimato do usuário e o compromisso de evitar qualquer constrangimento para o informante.

Contato: geoadya@gmail.com

ASSINALAR A SUA OPÇÃO:

- [] Diante das informações acima, declaro que fui devidamente esclarecido(a) e dou o meu consentimento para participar da pesquisa e para publicação dos resultados.
 [] Diante das informações acima, declaro que não quero participar da pesquisa.

FAVOR NÃO DEIXAR DE RESPONDER NENHUMA QUESTÃO.

1 PERFIL DO USUÁRIO

1.1 Você é do Gênero:

- [] Masculino [] Feminino

1.2 Você pertence à faixa etária de:

- | | | |
|------------------|------------------|---------------------|
| [] Até 20 anos | [] 21 a 30 anos | [] 31 a 40 anos |
| [] 41 a 50 anos | [] 51 a 60 anos | [] Mais de 60 anos |

1.3 Seu nível de renda familiar atual está:

- | | |
|----------------------------------|----------------------------------|
| [] Entre 1 e 3 salários mínimos | [] Entre 3 e 5 salários mínimos |
| [] Entre 5 e 7 salários mínimos | [] Acima de 7 salários mínimos |

[Obs: Considerando que o salário mínimo é R\$ 788,00]

1.4 Seu grau de instrução é:

- | | |
|---------------------------|----------------------------|
| [] Fundamental (1º grau) | [] Ensino médio (2º grau) |
| [] Superior | [] Pós-graduação |

1.5 Qual a sua profissão?

2 AMBIENTE DIGITAL E MÍDIAS

2.1 Há quanto tempo você utiliza a Internet?

- [] Entre 1 e 5 anos [] Entre 5 e 10 anos [] Mais de 10 anos

2.2 Em que local você utiliza a Internet? (Pode marcar mais de uma opção)

- | | | |
|---|-----------------|------------------------|
| [] Em casa | [] No trabalho | [] Em locais públicos |
| [] Na Universidade/Instituição de Ensino | [] Lan House | |
| [] Outros. Quais? | | |
-

2.3 Em média, quantas horas por dia você utiliza a Internet?

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| [] Menos de 1 hora | [] Entre 1 e 2 horas |
| [] Entre 2 e 3 horas | [] Mais de 3 horas |

2.4 Você utiliza que mídias como meio de informação? (Pode marcar mais de uma opção)

- [] Internet [] Televisão
 [] Jornais e Revistas impressos [] Rádio
 [] Outros. Quais? _____
-

3 PORTAIS ELETRÔNICOS E INFORMAÇÃO ECONÔMICA**3.1 Como conheceu o portal eletrônico G1/Exame?**

- [] Pela versão impressa do Jornal/Revista
 [] Nas redes sociais
 [] Buscando o próprio portal *online*
 [] Indicação de outra pessoa
 [] Outro. Qual? _____
-

3.2 Com que frequência você acessa o portal eletrônico G1/Exame?

- [] Diariamente
 [] 3 a 4 vezes na semana
 [] Menos de 3 vezes na semana
 [] Apenas quando vê uma notícia interessante *online* ou nas redes sociais
 [] Raramente
-

3.3 Você acessa o Caderno de Economia desses portais:

- [] Frequentemente
 [] Esporadicamente
 [] Apenas quando vê uma notícia interessante *online* ou nas redes sociais
 [] Raramente
 [] Nunca
-

3.4 Qual o seu tema preferido nesses portais (cidades, entretenimento, tecnologia, Economia, política, esportes etc.)

3.5 Você interage com o portal?

- [] Não
 [] Sim. Como (deixando comentários, debatendo as notícias, navegando em seu hipertexto etc)?
-
-

3.6 Você gosta de Economia?

- [] Sim
 [] Não. Por quê? _____
-

3.7 O que você pensa da linguagem utilizada por esses portais para transmitir a informação econômica?

- [] De fácil compreensão
 [] Adequada
 [] De difícil compreensão / muito técnica

3.8 Você faz uso das informações econômicas que encontra nos portais?

- [] Não. Por quê? _____
-
-

[] Sim . Como faz uso delas no seu cotidiano?

3.9 Você acredita que a compreensão e o uso da informação econômica no dia a dia pode auxiliar as pessoas na obtenção de melhores resultados financeiros?

[] Sim [] Em parte [] Não

Por quê?

3.10 Você acredita que a compreensão da informação econômica pode auxiliar as pessoas no entendimento dos problemas sociais e no exercício da cidadania?

[] Sim [] Em parte [] Não

Por quê?

3.11 Você acredita que o meio digital favorece o acesso e a compreensão da informação econômica?

[] Sim [] Em parte [] Não

Por quê?

3.12 Você sabe o significado dos seguintes conceitos/termos econômicos?

Item	OPÇÃO		
	Sim	Em parte	Não
1. Inflação			
2. Produto Interno Bruto (PIB)			
3. Produto Nacional Bruto (PNB)			
4. Taxa SELIC			
5. IGPM			
6. Índice de poupança			
7. Superávit primário			
8. Balança comercial			
9. Taxa de desemprego			
10. INPC			
11. Fundo de Investimento			
12. Certificado de Depósito Bancário (CDB)			
13. Benefício Fiscal			
14. Commodities			
15. PIS/PASEP			

MUITO OBRIGADA PELA PARTICIPAÇÃO!

ANEXOS

ANEXO A – PÁGINA INICIAL DOS PORTAIS

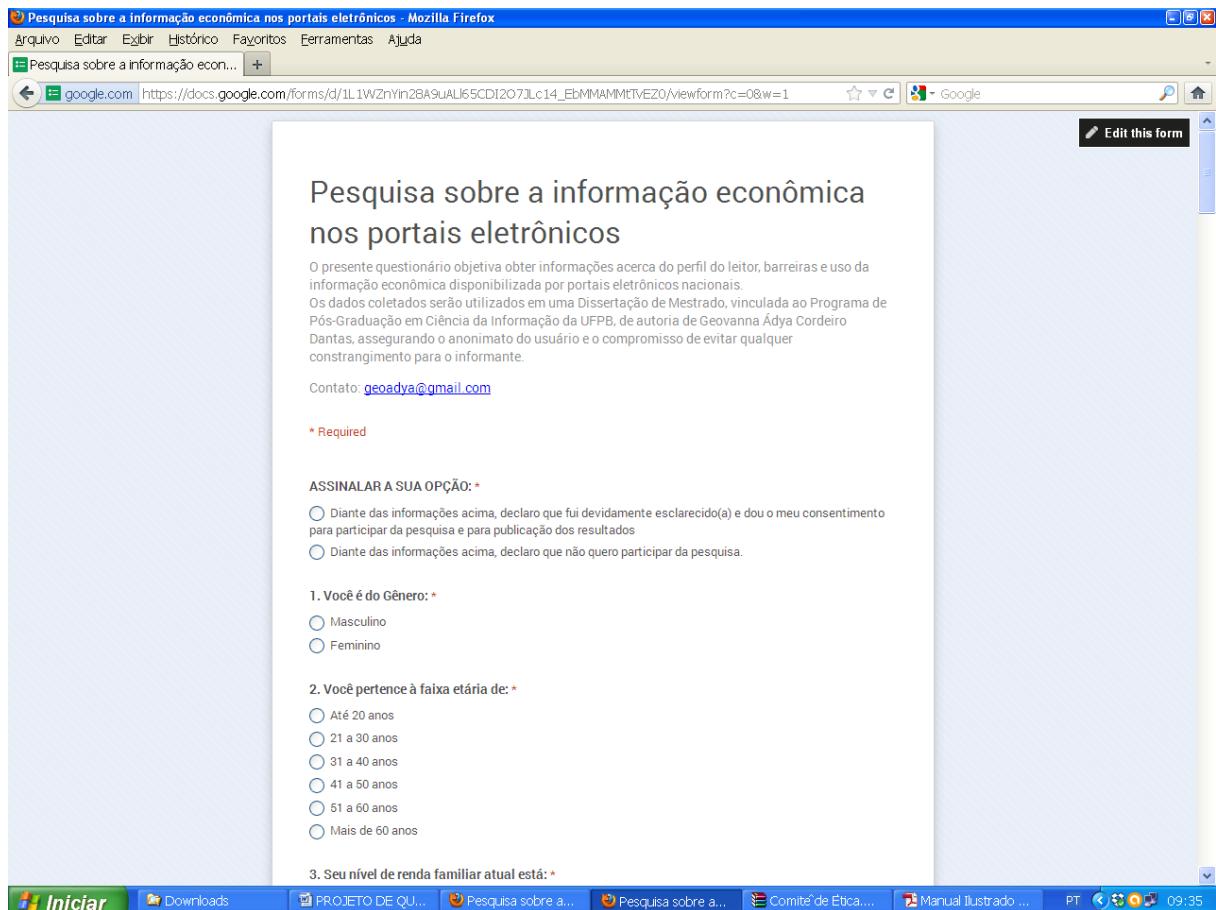
The screenshot shows the G1 (g1.globo.com) homepage. At the top, there's a banner for a Citroën C3 advertisement with the text "NOVO CITROËN C3" and "PARCELAS INICIAIS A PARTIR DE 439,00". Below the banner, a headline reads "Dilma busca substituto para Graça Foster". Other news snippets include "SIGA: Petrobras sobe mais de 10% com rumor sobre saída de Graça" and "PF recebe comprovantes de suposto pagamento de propina para Duque". On the right side, there's a video player for "SPTV" and an advertisement for "Videoculadas". The bottom of the screen shows a taskbar with various icons.

Fonte: <http://g1.globo.com/index.html>

The screenshot shows the EXAME.com (exame.abril.com.br) homepage. At the top, there's a banner for "ASSINE veja E GANHE 25% DE DESCONTO + MOCHILA EXCLUSIVA". Below the banner, a headline reads "Graça deixará comando da Petrobras, diz jornal". Other news snippets include "Bolsa se agita com Petrobras em alta e Graça Foster em baixa". On the right side, there's a sidebar with market data: DÓLAR (R\$ 2,70, -0,50%), EURO (R\$ 3,09, -0,08%), OURO (US\$ 1.260, -1,30%), IBOVESPA (2,24%, 48.720 Pontos), MAIOR ALTA (10,97%, Petrobras PN), MAIOR BAIXA (-9,57%, Estacio ON), and SELIC (12,25% ao ano). The bottom of the screen shows a taskbar with various icons.

Fonte: <http://exame.abril.com.br/>

ANEXO B – QUESTIONÁRIO ON-LINE PARA COLETA DE DADOS

A screenshot of a Mozilla Firefox browser window. The title bar reads "Pesquisa sobre a informação econômica nos portais eletrônicos - Mozilla Firefox". The address bar shows the URL "https://docs.google.com/forms/d/1L1WZnYin2BA9uAUj65CDI207JLc14_EbMMAMMctVEZ0/viewform?c=0&w=1". The main content area displays a Google Form titled "Pesquisa sobre a informação econômica nos portais eletrônicos". The form includes a brief description of its purpose, contact information (geoadya@gmail.com), and several questions with radio button options. At the bottom, there is a taskbar with icons for "Iniciar", "Downloads", "PROJETO DE QU...", "Pesquisa sobre a...", "Pesquisa sobre a...", "Comitê de Ética...", "Manual Ilustrado...", and "PT". The time "09:35" is also visible.

Pesquisa sobre a informação econômica nos portais eletrônicos

O presente questionário objetiva obter informações acerca do perfil do leitor, barreiras e uso da informação econômica disponibilizada por portais eletrônicos nacionais.
Os dados coletados serão utilizados em uma Dissertação de Mestrado, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da UFPB, de autoria de Geovanna Ádyá Cordeiro Dantas, assegurando o anonimato do usuário e o compromisso de evitar qualquer constrangimento para o informante.

Contato: geoadya@gmail.com

* Required

ASSINALAR A SUA OPÇÃO:

Diante das informações acima, declaro que fui devidamente esclarecido(a) e dou o meu consentimento para participar da pesquisa e para publicação dos resultados
 Diante das informações acima, declaro que não quero participar da pesquisa.

1. Você é do Gênero:

Masculino
 Feminino

2. Você pertence à faixa etária de:

Até 20 anos
 21 a 30 anos
 31 a 40 anos
 41 a 50 anos
 51 a 60 anos
 Mais de 60 anos

3. Seu nível de renda familiar atual está: