



Netnografia da tecnologia jornalística contemporânea: uma proposta de metodologia para estudo das TIC para gestão de mídia

Rodrigo Botelho-Francisco
Arnaldo Cândido Junior
Alex Fernando Orlando

Resumo: Este trabalho apresenta referências que norteiam pesquisa da Rede JorTec junto ao CNPq e as localizam entre outras iniciativas que já vêm sendo empreendidas por este grupo em torno de processos de captação, produção, transmissão e distribuição de conteúdos jornalísticos em plataformas convergentes. Busca-se, neste sentido, avançar na identificação e caracterização de softwares utilizados neste contexto a partir não só da perspectiva de utilização dos sistemas, como também de sua concepção. Nesta proposta surge uma intersecção entre as áreas da Comunicação e Computação, algo que é defendido na perspectiva não só de compreensão do domínio das aplicações como também da gênese dos próprios sistemas, o que requer adentrar em seu próprio universo técnico, portado de linguagens e tecnologias próprias das máquinas, mas imprescindíveis de serem dominadas e compreendidas tendo em vista uma Cultura da Interface.

Palavras-chave: Netnografia; Jornalismo; Tecnologias de Informação e Comunicação; Gestão de Mídia; Sistemas de Gerenciamento de Conteúdo.

1. Introdução

Devido ao advento de tecnologias da informação e comunicação (TIC), a produção midiática se torna cada vez mais digital, difundida via rede, interativa, colaborativa, hipertextual e multimídia. Essa mudança vêm desafiando práticas profissionais como a jornalística. O processo de produção midiática, por sua vez, ganha também novas ferramentas de trabalho, principalmente baseadas em softwares que têm sido constantemente desenvolvidos, apropriados e aprimorados.

Nesse contexto, esta pesquisa propõe investigar os principais softwares que estão sendo utilizados e desenvolvidos nas redações de empresas de comunicação brasileiras, principalmente numa perspectiva de convergência midiática e transmídia. Neste primeiro momento, o objetivo é, a partir de uma metodologia de

cunho netnográfico, identificar os Sistemas de Gerenciamento de Conteúdos (CMS - da sigla em Inglês, *Content Management Systems*), microblogs e outros softwares de gestão da produção, bem como a infraestrutura de banco de dados, proprietários ou livres, utilizados, desenvolvidos e aprimorados pelos profissionais da Comunicação e Computação em seu dia-a-dia.

O estudo está inserido no projeto "Pesquisa aplicada em captação, produção, transmissão e distribuição de conteúdos jornalísticos em plataformas convergentes", financiado pelo CNPq e desenvolvido pela Rede de Pesquisa Aplicada em Jornalismo e Tecnologias Digitais da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), na qual pesquisadores já vêm se dedicando há tempos ao cenário de convergência tecnológica do Jornalismo.

Nesse sentido, esta pesquisa parte de experiências já bem sucedidas da Rede com temáticas especificamente voltadas para os softwares em ambientes do Jornalismo, algo que pode ser verificado em Schwingel (2009), que identifica a produção de conteúdos na Internet como um ambiente complexo composto por sistemas e subsistemas integrados, o que compreende, em seu trabalho, os CMSs. No estudo, a autora faz um mapeamento destes softwares a partir de pesquisa aplicada na comunidade acadêmica ciberjornalística brasileira, espanhola e estadunidense. A partir da Web, foram identificados 127 CMS generalistas, disponíveis com fácil utilização e acesso, desenvolvidos com tecnologia *open source* ou como softwares proprietários. Deste universo, a pesquisadora fez um recorte, identificando aqueles de uso em empresas jornalísticas. O resultado foi:

- **Plone** – Época, Estado de Minas, Jornal do Brasil
- **Vignette** – Globo.com, Terra, A Tribuna Digital (de Santos)
- **Drupal** – New York Observer
- **Wordpress** – CNN, Le Monde
- **Sherpa** – Publico.es, Canal Sur
- **NewEase** – Starttribune.com
- **Clickability** – Wall Street Journal, NBC, CNN, USA Today, Editor&Publisher, Star Tribune, Dwell, Times Leader, Time, New York
- **F5 Publish** software – Portal UAI, Estado de Minas, TV Alterosa, Jornal Aqui
- **Milenium** – utilizado em mais de 300 publicações na Espanha, Portugal, França, Suíça, Áustria, Polônia, Colômbia, México, Equador, Chile, Uruguai, Venezuela, Estados Unidos e El Salvador
- **Notitia** – Plano Editorial, Casseta e Planeta, Jornal do Commercio (Recife)
- **Hermes CMS** – Jornal do Commercio (Recife)
- **Vinas** – Grupo RBS, Tribuna de Minas, Correio Braziliense
- **CMS RedDot** – O Estado de São Paulo

Em trabalho anterior, Schwingel (2007), também dialogando no campo técnico dos softwares, situou os sistemas de publicação de conteúdo no processo de

produção do ciberjornalismo e analisou as noções de ferramenta, sistema e ambiente para compreender os elementos que compõem um sistema de publicação e são por ele compostos.

Também dentre os estudos da Rede JorTec voltados para as tecnologias presentes nas redações, Franciscato, Torres e dos Santos (2009) citam o software *News Script*, “que executa a contagem do tempo de duração de todos os elementos (textuais, imagens etc) para o planejamento dos programas jornalísticos e seu encaixe na grade de programação”. O sistema é apresentado como um dos elementos resultantes da observação das rotinas de dois meios de comunicação locais (FRANCISCATO, TORRES e DOS SANTOS, 2009). No trabalho, analisam os modos como a tecnologia é gerada, apreendida, transmitida e reformulada em contextos espaciais concretos, o que, segundo eles, significa olhar para condições de desenvolvimento regional ou nacional que dão suporte para geração tecnológica. Concluem que os processos de troca e aquisição da tecnologia são diversos e possuem relação com as regiões geográficas; e que ganham diferentes usos conforme lógicas distintas, desde o desenvolvimento e apropriação por interesses econômicos até o uso social dependente de rotinas criativas de trabalho. Além disso, apontam que a inovação nas empresas jornalísticas depende da sua estratégia no contexto socioeconômico regional e que as inovações tecnológicas são pouco úteis sem um espírito de mudança e melhoria.

Em outra reflexão da Rede, há uma preocupação com os sistemas de recomendação utilizados na Web. Segundo Lima Junior (2010), estes softwares estão alterando a percepção de relevância do usuário e, por consequência, atingindo estruturas fundamentais dos Jornalismo como o agendamento (*agenda setting*). Com isso, o autor alerta para formação de um novo ecossistema midiático, com as máquinas fornecendo novas possibilidades de consumo de conteúdo jornalístico e alterando a relação estabelecida, pelo modelo *broadcasting*, entre a audiência e as suas preferências informacionais.

Neste cenário de uso e inovação tecnológica, Lima Junior (2009) alerta para a necessidade de os jornalistas adquirirem habilidades como uma maior aproximação com as lógicas inseridas nas novas tecnologias, o que envolve operar com facilidade sistemas que permitem a inserção, compartilhamento, avaliação, recomendação e distribuição de conteúdo. Como exemplo, cita ainda terminologias usadas para designar novas funções e cargos nas redações, defendendo assim um argumento pautado na necessidade destes profissionais entenderem mais profundamente o

ambiente tecnológico. Exemplo disso é o movimento do *hacking journalism*, que, como lembra Lima Junior (2011), surge num contexto de máquinas computacionais conectadas a redes telemáticas e banco de dados, algo que compõe a estrutura da Era do *Big Data*, conceito que pressupõe a produção e o armazenamento de dados em quantidade espantosa, disponíveis para serem cruzados e relacionados.

Outros trabalhos da rede também navegam por este cenário técnico das relações entre Comunicação e Computação para pensar a produção jornalística. Dentre os temas abordados estão questões sobre Web semântica (RIBAS, 2006); sistemas de Suporte à Decisão (SSD) (LIMA JUNIOR, 2008); e Jornalismo e inovação (FRANCISCATO, 2008). Todos colaboram para uma visão de pesquisa aplicada entre áreas que mesmo tidas como distintas - a Comunicação e a Computação -, atualmente possuem intersecções de interesses e práticas próprios da primazia das TIC na sociedade contemporânea. Estimulam, também, a interação de pesquisadores e desenvolvedores destas áreas, o domínio de conceitos entre ambas e, por consequência, a trans e a multidisciplinaridade, algo que a Ciência contemporânea tem perseguido na resposta para solução de suas questões.

2. Cultura digital, Cultura da Interface e Cultura da Convergência

A vida está tão impactada pelo digital que é possível dizer que há, hoje, uma Cultura Digital, termo que vem sendo utilizado por movimentos que discutem e defendem questões que vão de práticas *hacker* e arte digital até música independente, economia solidária etc. Gere (2002), por exemplo, ressalta uma ideia advinda do pensamento de Deleuze e Parnet (1998) para afirmar que a Cultura Digital produz a tecnologia digital, e não o contrário. Ainda segundo Gere (2010, p. 6), há mudanças que têm assumido uma perspectiva transcendente e cada vez mais difícil de perceber na medida em que se tornam habituais.

Costa (2008) também aborda o impacto das questões do digital no cotidiano a partir de uma perspectiva de uma Cultura Digital que, segundo ele, é caracterizada por três aspectos marcantes: a capacidade de relação dos indivíduos com os inúmeros ambientes de informação que os cercam; o poder das interfaces, entendidas como filtros, para prender a atenção; e a convergência dos mais variados dispositivos numa interligação entre artefatos de naturezas e propostas aparentemente diferentes.

Ao tratar dos desafios para compreensão da revolução trazida pelas máquinas digitais e cunhar a expressão “Cultura da Interface”, Johnson (2001, p. 164) afirma categoricamente que esta cultura não irá muito longe se “seus espaços mais enigmáticos não puderem ser finalmente conquistados, compreendidos”. Com isso, ele nos chama a atenção para o cerne da revolução digital, o que não envolve “adereços ou novos truques de programação”, mas antes está “ligada às nossas expectativas genéricas com relação à própria interface”. Ao falar de interfaces, o autor está se referindo às metáforas utilizadas pelos computadores, o que envolve as referências visuais consubstanciadas nos softwares que fazem a mediação com os seres humanos.

À medida que parte cada vez maior da cultura se traduzir na linguagem digital de zeros e uns, esses filtros assumirão importância cada vez maior, ao mesmo tempo que seus papéis culturais se diversificarão cada vez mais, abrangendo entretenimento, política, jornalismo, educação, e mais. (JOHNSON, 2001, p. 33)

Numa perspectiva de compreender as práticas sociais ou “culturas” advindas a partir da utilização dos computadores e também buscando documentar o momento de transição vivido na contemporaneidade, Jenkins (2008) discute como a digitalização estabeleceu as condições para o que ele denominou Cultura da Convergência, onde convivem, colidem e se cruzam as velhas e as novas mídias, a mídia corporativa e a mídia alternativa. Essa convergência que defende Jenkins (2008, p. 28), no entanto, não ocorre por meio da tecnologia ou dos aparelhos, mas sim nos cérebros das pessoas e nas interações sociais que elas estabelecem entre si. Em todo o seu trabalho fica clara a necessidade, nessa cultura convergente, de um alto nível de participação, de forma que “a convergência também ocorre quando as pessoas assumem o controle das mídias.” (JENKINS, 2008, p. 43).

Essa descrição de culturas do ambiente digital também deve muito ao que Castells (1999) descreve para Sociedade em Rede, ao que Levy aponta sobre as tecnologias da inteligência (1993) e Cibercultura (1999) e ao que Rheingold (1993) apresenta sob o título de comunidades virtuais. Sobre esse tema, em particular, Rheingold traz várias contribuições para a discussão da relação das pessoas com as tecnologias, dentre elas a noção de comunidades virtuais, que é uma das mais expressivas e referenciadas para descrever o ambiente de criação e interação coletivas.

A importância das comunidades virtuais para o entendimento das redes é algo extremamente importante na atualidade. Como ressalta Costa, elas são um

espaço de construção coletiva do conhecimento, recuperando a ideia de Lévy sobre inteligência coletiva e de Rheingold sobre a multiplicação dos graus individuais de seus conhecimentos. As comunidades virtuais constituem-se, assim, como fontes de consulta e um tipo de filtro humano inteligente, algo também destacado por Costa (2008, p. 60) como importante num horizonte de excesso de informação. Nesse lugar, além da expectativa de encontrar respostas e colaborar na construção de ideias, conceitos e sentidos, há um mundo próprio em que predominam um espaço de significação e de pertencimento.

3. Uma proposta netnográfica para os estudos de jornalismo no ambiente digital

Como podemos abstrair de uma reflexão sobre a Cultura Digital e da Cultura da Interface, há demasiados desafios no âmbito da compreensão tanto dos hábitos de interagentes nas diversas comunidades virtuais que se formam na rede, como das lógicas que têm se constituído e orientado sistemas e propostas de uso dos softwares. A partir desta ideia de interface, o que interessa em particular a esta pesquisa são as TIC para gestão da produção midiática, ou seja, os softwares que são utilizados por profissionais de comunicação no processo produtivo de mídias impressas, eletrônicas e digitais. Em particular, interessa a produção noticiosa, seja ela para quaisquer um destes meios.

Para o entendimento destes softwares, parte-se inicialmente de uma visão humana, já que é importante identificar e caracterizar seus utilizadores, uma vez que são eles quem dominam as práticas e lógicas envolvidas. Norteiam esta análise duas compreensões, sendo que a primeira parte do pressuposto que os utilizadores de sistemas formam comunidades em variadas configurações e contextos. Na área da Computação, por exemplo, comunidades de desenvolvedores e comunidade de “usuários” são terminologias comuns para compreender situações onde os softwares são concebidos e utilizados. No entanto, a segunda compreensão deste trabalho requer uma crítica à visão de utilizadores destes softwares a partir da terminologia de “usuários”. Prefere-se o termo “interagente”, prevendo a complexidade das relações estabelecidas entre os jornalistas e os computadores no processo produtivo, escolha que advém de uma filiação teórica a Primo (2007), que trabalha com a ideia de Interação Mediada por Computador, estabelecendo dimensões reativas e mútuas para compreensão da atividade interativa.

Segundo Primo (2007), a construção de uma interação mútua ocorre de forma dinâmica, contínua e contextualizada, com características de interdependência, reciprocidade e contexto, o que revela a impossibilidade de separação de parceiros numa interação; é o contrário a qualquer processo entendido como linear e somativo e ao conceito de *feedback* do modelo transmissionista; e entendido a partir do meio onde ocorrem as interações. Este tipo de interação reflete o contexto interpessoal da comunicação e revela a complexidade das negociações mantidas nestes espaços, visão que contrapõe a um tratamento da interação como um diálogo homem-máquina reduzido a uma mera transmissão de informações ou reação a instruções prévias, algo que Primo irá definir como interação reativa. Esta, por sua vez, é caracterizada como limitada, com intercâmbio vigiado e controlado por predeterminações.

Auxiliam na compreensão da interatividade as concepções de McMillan (2002), que identifica três características em que ela pode ocorrer: entre interagentes, entre interagente e documentos e entre interagentes e sistemas. Segundo a autora, não é novidade dizer que as novas mídias são interativas. Importante, entretanto, é entender o que as torna interativas e que “também é importante perceber que a interatividade significa coisas diferentes para diferentes pessoas em diferentes contextos” (McMILLAN, 2002, p. 205, tradução nossa). Segundo ela, entendimentos como estes poderão ajudar tanto os profissionais a criarem ambientes que facilitem a interação como os pesquisadores no desenvolvimento de teorias e pesquisas sobre novas mídias.

As três tradições e características organizadas por McMillan (2002) ajudam a compreender os cenários de interação reativa e mútua, como apresentados por Primo (2007), uma vez que o quadro estabelecido permite analisar todas as trocas interativas que ocorrem numa interface. No caso deste estudo, que preocupa-se com softwares, o modelo abrange tanto as trocas que ocorrem em resposta ao que é solicitado na interface de um sistema, a partir de um formulário, por exemplo, como também os processos de manuseamento e leitura de documentos e diálogo entre interagentes a partir do próprio sistema.

A compreensão destes sistemas do ponto de vista de sua gênese, em particular, requer ingressar no terreno das Ciências da Computação. Este estudo propõe essa abordagem tendo em vista uma compreensão mais aprofundada desses sistemas, estabelecendo relações de compreensão entre Comunicação e Computação. Assim como defendido em Botelho-Francisco e Orlando (2012, p. 16), “é extremamente importante um trabalho multidisciplinar na proposição,

desenvolvimento e aprimoramento de TIC de forma que o resultado técnico envolva também questões culturais, cognitivas e sociais”.

No terreno da Comunicação, é importante a compreensão do cenário midiático onde estes sistemas operam e são operados, algo que requer ampliar a caracterização da utilização destes sistemas para além da mídia digital, uma vez que eles não perpassam apenas a produção e disseminação de notícias na Internet e em outras mídias digitais, como também o processo produtivo das mídias impressas e eletrônicas. Dada a prevalência das lógicas digitais na indústria midiática contemporânea, é impossível pensar a produção noticiosa sem o intermédio de sistemas digitais, em todas as suas frentes, na captação, produção, transmissão e distribuição de conteúdos por meio de plataformas convergentes.

Por fim, numa tentativa de caracterizar este objeto de estudo que são os softwares voltados para produção midiática, requer-se delimitar os modelos de negócios do mercado comunicacional. Pensar nesses sistemas certamente também requer compreender questões sobre marca, propriedade intelectual e industrial e mercado-alvo.

Tendo em vista esse quadro geral que vem sendo delineado em termos de conceitos e preocupações sobre sistemas e o objetivo geral desta proposta de trabalho, propõe-se, por fim, um Modelo de Análise que, de maneira geral, preveja como os principais conceitos desta pesquisa norteiem análises e tratamentos de dados.

Esta abordagem do desenho de um modelo para a análise do objeto de pesquisa advém de Quivy e Campenhoudt (2008), que o apresenta como a quarta de sete etapas em interação dos procedimentos da investigação em Ciências Sociais. As demais são, nesta ordem, a pergunta de partida, a exploração (leituras e entrevistas exploratórias), a problemática, a observação, a análise das informações e as conclusões. Segundo Quivy e Campenhoudt (2008, p. 149), “o modelo de análise constitui o prolongamento natural da problemática, articulando de forma operacional os referenciais e as pistas que serão finalmente escolhidos para guiar o trabalho de coleta de dados e a análise”. Ainda segundo eles, “a construção de um conceito consiste em designar dimensões que o constituem e em precisar os indicadores graças aos quais essas dimensões poderão ser mensuradas.”

No caso desta pesquisa, o Modelo de Análise parte da seguinte pergunta de pesquisa: Quais são e como podem ser caracterizados - a partir de suas propostas de desenvolvimento e de interação - os sistemas de captação, produção,

SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo
12º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo
Santa Cruz do Sul – UNISC – Novembro de 2014

transmissão e distribuição de conteúdos jornalísticos em plataformas convergentes no Brasil? O caminho proposto para uma resposta a esta questão passa, então, pelo modelo exibido no quadro abaixo:

Conceito	Dimensão	Indicadores	Escala
Interagent e	Profissional	Perfil	Sexo, idade, ano de formação, local de formação
	Interativa	Interatividade com documentos, sistemas e pessoas via redes	Descrição de habilidades técnicas em softwares e linguagens (operação de sistemas, conhecimento de linguagens, manipulação de bancos de dados, visualização de dados)
Software	Desenvolvimento	Licença de distribuição	Proprietária, livre (<i>free software</i>)
		Sistema Operacional	Windows, Linux, Mac OS
		Linguagem	Java, Python, PHP,
		Banco de Dados	Oracle, My SQL, PostgreSQL
		Desenvolvedores	Nomes
		Mantenedores	Nomes
		Financiadores	Nomes
	Uso	Comunidades de desenvolvedores	Fóruns, listas de e-mail, blogs, repositórios de código-fonte, gerenciadores de tarefas/bugs
		Requisitos para instalação	Informações técnicas
		Interface	Web, Desktop, móvel, redes sociais
		Manuais	Sim/Não (manual de instalação, de usuário, de configuração)
		Comunidades de utilizadores	Fóruns, listas de e-mail, blogs, sites
Mídia	Circulação	Impressa	Jornal, revista, folheto, outdoor, mala direta, display
		Eletrônica	TV, rádio, CD, vídeo, cinema
		Digital	Internet, Intranet, CD-ROM, móvel, ubíquo, e-mail, redes sociais, portal de notícias, blog de notícias
	Produção	Profissionais	Equipe
		Processos	Workflow, gerenciamento de conteúdos
		Ferramentas	softwares <i>desktop</i> , sistemas web, e-mail, papel e lapis
		Equipamentos	Nome dos equipamentos
Mercado	Produto	Marca	Registro
		Propriedade Intelectual	Titular de registro, autores
		Desenvolvedores	Nomes

SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo
12º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo
Santa Cruz do Sul – UNISC – Novembro de 2014

		Mantenedores	Nomes
		Financiadores	Nomes
Comercial	Produtor	Nome do produtor, mantenedor de código, revendedor, representante	
	Mercado-alvo/potencial	Caracterização do mercado	
	Suporte	Gratuito, comercial, nome da empresa	

Tabela 1: Modelo de análise proposto para pesquisa

No percurso para a definição de uma metodologia capaz de abarcar o quadro apresentado acima em todas as suas dimensões, parte-se do pressuposto que é preciso uma algo específico e que responda aos desafios de pesquisar um tema como as tecnologias e as relações estabelecidas com ela. Nesse sentido, e dado que a própria atividade de pesquisa ocorre neste ambiente, é possível inferir a configuração de um espaço cultural próprio e onde também possa existir uma grande intersubjetividade na zona de fronteira entre o pesquisador e os pesquisados, algo que nos induz a considerar neste trabalho a opção por métodos e experiência etnográficos. Neles, parte-se dos pressupostos da experiência antropológica, que convida a observar e participar do cotidiano daquilo mesmo que se estuda por meio de uma observação participante e por meio da qual seja possível descrever de forma densa uma narrativa capaz de colaborar na compreensão do objeto de estudo. Como defende Geertz (1989), “os antropólogos não estudam as aldeias, mas nas aldeias”.

Ao considerar o ambiente virtual como uma nova aldeia e *lôcus* de pesquisa e ao compreender as especificidades da Internet para o campo metodológico, depara-se com duas das principais propostas de estudos etnográficos para ambientes virtuais, a Etnografia Virtual e a Netnografia. Ambas apresentam importantes contribuições para descrição de comportamentos de atores e comunidades na Web. Dada sua proximidade, tais propostas poderiam até mesmo ser consideradas como sinônimos ou como diferentes terminologias para a mesma proposição. Autores como Amaral, Natal e Viana (2008), por exemplo, utilizam a Netnografia e Etnografia Virtual como sinônimos.

A proposta de adaptação da Etnografia às condições do meio em que se encontra fez surgir o termo Etnografia Virtual que, como defende Hine (2000, p. 65), é uma metodologia para estudos na Internet. Ela a apregoa como sendo um método adequado para exploração das relações de interação mediada em ambientes que em termos puristas não tratam de uma coisa inteiramente real. Com a publicação de *Virtual Ethnography*, Hine se tornou referência na aplicação de

técnicas para estudo de comunidades virtuais, visto o destacado interesse nesta temática vinculada ao ciberespaço, principalmente a partir de meados dos anos 90. Rocha e Montardo (2011, p. 15) dão exemplos de como a popularidade de programas de comunicação instantânea e redes sociais de comunicação gerou um espaço de investigação importante para uma reflexão quanto ao caráter relevante da tecnologia na sociedade contemporânea:

O debate sobre a cibercultura com a interface da comunicação se estrutura em torno da inserção das tecnologias de informação e de comunicação no mundo contemporâneo, de forma a contemplar questões relativas à comunicação mediada por computador, bem como à sua influência na indústria de comunicação e na sociedade. (ROCHA e MONTARDO, 2011, p. 15)

Dessa proposta de atuação etnográfica a partir do favorecimento do uso de ferramentas tecnológicas para o desenvolvimento de pesquisas, principalmente voltada para o monitoramento de comunidades online, derivou a Netnografia, outro termo que tem sido bastante comum entre pesquisadores de áreas como Comunicação, *Marketing*, Antropologia e Sociologia. A expressão é um neologismo originado da somatória das palavras “net” e “*ethnography*”, em língua inglesa. Segundo Braga (2007), o termo foi proposto por Bishop, Star, Neumann, Ignácio, Sandusky e Schatz, nos EUA, em 1995, a partir da preocupação em descrever o comportamento de consumo de comunidades atuantes na Internet.

Feita esta contextualização da proposta etnográfica para ambientes online, cabe afirmar que neste trabalho adotam-se as propostas metodológicas para etnografia propostas por Kozinets (2002). A proposta da Netnografia foi incorporada por Robert Kozinets, que propôs uma organização metodológica que tem sido fundamental para interpretação e investigação dos hábitos de consumo virtuais, bem como do comportamento cultural de comunidades *online* de uma forma mais ampla. Segundo Kozinets (2002, p. 2, tradução nossa), a Netnografia “é uma nova metodologia de pesquisa qualitativa, que adapta as técnicas de pesquisa etnográfica para os estudos de culturas e comunidades emergentes por meio de comunicação mediada por computador”.

Ao fazer uma filiação metodológica à proposta da Netnografia, esta pesquisa é conduzida por meio das quatro fases descritas por Kozinets para o método: a *entrée* cultural; coleta e análise de dados; ética na pesquisa; e a validação dos resultados obtidos junto à comunidade pesquisada. Segundo o autor, “estes passos podem servir como um guia para os pesquisadores interessados, na aplicação

rigorosa do método para a sua própria pesquisa” (KOZINETS, 2002, p. 4, tradução nossa).

Por fim, sobre estas fases, no entanto, é preciso pontuar, como ressaltam Amaral, Natal e Viana (2008), que elas não ocorrem de forma estática, sendo que “os pesquisadores trabalham indo e vindo por entre elas, apontando vivência de ‘sobreposições e interferências (aqui num sentido positivo) no qual os procedimentos acontecem de forma interligada”.

4. Considerações parciais

Sobre esta pesquisa, é importante pontuar que a Netnografia é operacionalizada a partir da identificação e observação de comunidades de desenvolvedores e de comunidades de jornalistas em que sejam discutidas questões sobre os softwares que utilizam em seu cotidiano. Também numa perspectiva de imersão e já de coleta de dados neste universo, utiliza-se de pesquisa documental e bibliográfica e da aplicação de questionário junto a jornalistas e técnicos de TI, elaborado a partir dos conceitos, dimensões, indicadores e escalas apresentados no Modelo de Análise deste trabalho. Naturalmente, esse processo de intervenção junto a estes atores requer cuidados éticos específicos, que serão conduzidos a partir da formulação e apresentação de Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, para participação na pesquisa, assim como da apresentação e validação destes dados junto aos participantes da pesquisa, o que ocorrerá por meio de mensagens estabelecidas com eles, assim como na disponibilização de informações em *blog* da pesquisa.

Referências

- AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. Cadernos da Escola de Comunicação, Curitiba, n. 6, p. 1-12, 2008.
- BOTELHO-FRANCISCO, R. E.; ORLANDO, A. F.. Entre Comunicação e Computação: relato de uma experiência com desenvolvimento de software para gestão de produção jornalística. In: 10 Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2012, Curitiba, PR. Anais do 10 Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Curitiba, PR: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor, 2012.
- BRAGA, A. Usos e consumos de meios digitais entre participantes de weblogs: uma proposta metodológica. In: Encontro da Compós, Curitiba, 16, 2007. Anais do XVI Encontro da Compós. Brasília: Compós, 2007. Disponível em <http://compos.org.br/data/biblioteca_162.pdf>. Acesso em: 6 Mar. de 2011.
- CASTELLS, M. A sociedade em rede. 2 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- COSTA, R. da. A cultura digital. 3 ed. São Paulo: Publifolha, 2008.
- DELEUZE, G.; PARNET, C. Diálogos. São Paulo: Ed. Escuta, 1998.

- FRANCISCATO, C. E. ; TORRES, D. A.; SANTOS, G. C.. Tecnologia e Desenvolvimento na produção jornalística. In: 7 Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2009, São Paulo. Anais ... SBPJor – Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo: SBPJor – ECA/USP, 2009. v. 1. p. 1-16.
- FRANCISCATO, C. E. . Jornalismo e inovação: aproximações conceituais entre academia e setor produtivo. In: VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2008, São Bernardo do Campo. Anais ... SBPJor – Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Brasília: SBPJor / UMESP, 2008. v. 1. p. 1-16.
- GEERTZ, C. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1989.
- GERE, C. Algumas reflexions sobre la cultura digital. Digithum, n. 12, 2010. Disponível em: <<http://digithum.uoc.edu/ojs/index.php/digithum/article/view/n12-gere/n12-gere-esp>>. Acesso em: 4 Jun. 2012.
- _____. Digital Culture. London: Reaktion Books, 2002.
- HINE, C. The virtual ethnography. London: Sage, 2000.
- JENKINS, H. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2008.
- JOHNSON, S. Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- KOZINETS, R. V. The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. Journal of Marketing Research, v. 39, p. 61-72, 2002. Disponível em: <<http://www.nyu.edu/classes/bkg/methods/netnography.pdf>>. Acesso em: 15 Out. 2011.
- LÉVY, P. As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.
- _____. Cibercultura. São Paulo: Ed.34, 1999.
- LIMA JUNIOR, W. T.. Mídia Social Conectada: produção colaborativa de informação de relevância social em ambiente tecnológico digital. In: 7 Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2009, São Paulo. Anais ... SBPJor – Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo: SBPJor – ECA/USP, 2009.
- LIMA JUNIOR, W. T.. Considerações sobre a relevância da informação jornalística nos sistemas computacionais conectados em rede. In: 8.o Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2010, São Luís. Anais... SBPJor - Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2010.
- LIMA JUNIOR, W. T.. Jornalismo Computacional em função da Era do Big Data. In: 9.o Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2011, Rio de Janeiro. Anais... SBPJor - Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2011.
- LIMA JUNIOR, W. T. . O uso dos Sistemas de Suporte à Decisão (SSD) visando à melhora da qualidade do conteúdo jornalístico. In: 6.o Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SPBJor, 2008, São Bernardo do Campo. Anais ... SBPJor – Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2008.
- MCMILLAN, S.. Exploring models of interactivity from multiple research traditions: users, documents and systems. In LIEVROUW, L. A.; LIVINGSTONE, S. (Ed). Handbook of new media: social shaping and consequences of ICTS. Student ed. London: Sage, 2002.
- PRIMO, A. Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- QUIVY, R., CAMPENHOUDT, L. V. Manual de investigação em ciências sociais. 5 ed. Lisboa: Gradiva, 2008.
- RHEINGOLD, H. The Virtual Community: Homesteading on the Eletronic Frontier. Cambridge: MIT Press, 1993. Não paginado. Disponível em <<http://www.rheingold.com/vc/book/>>. Acesso em: 4 Jun. 2012.
- RIBAS, B. M. . O contexto digital e os gêneros jornalísticos considerações sobre a retórica da narrativa na web. In: IV Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor, 2006, Porto Alegre. CD-ROM Anais do IV Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor.
- ROCHA, P. J.; MONTARDO, S. P. Netnografia: incursões metodológicas na cibercultura. E-Compôs, v. 4, 2005. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/55>>. Acesso em: 3 Nov. 2011.

SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo
12º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo
Santa Cruz do Sul – UNISC – Novembro de 2014

.....
.....

SCHWINGEL, C. . A produção de conteúdos no ciberespaço: sistemas de gerenciamento de conteúdos. In: 7o. Encontro da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2009, São Paulo. 7o. Encontro da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2009.

SCHWINGEL, C. . O processo de produção e os elementos constitutivos dos sistemas de publicação de conteúdos do ciberjornalismo. In: V Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor, 2007, Aracaju. Anais do V SBPJor – Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Aracaju – SE, 2007.