

# **A internet e a construção de uma realidade mais democrática: o caso do Portal Facopp <sup>1</sup>**

OLIVEIRA, Édison Trombeta de <sup>2</sup>

## **Resumo**

O Portal Facopp ([www.unoeste.br/facopp](http://www.unoeste.br/facopp)), endereço na web multimidiático da Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente, foi criado como peça prática de um Trabalho de Conclusão de Curso por cerca de seis meses e lançado na noite do dia 9 de maio, após os últimos ajustes. A intenção do novo meio é solucionar uma antiga falha no processo comunicacional da instituição: a falta da difusão coletiva dos produtos. Neste local, cada ícone, cada opção, cor ou *layout* foi pensado de acordo com pesquisas científicas, como postulados de Pinho (2003), Rodrigues (2001), Briggs (2007), Krug (2008), Moherdauí (2002), Tomaél (2008) e Ward (2006), além de questionários aplicados com o público-alvo do Portal, os alunos, funcionários e professores da instituição. Porém, neste quadro, quais são as possibilidades para a construção de um ambiente mais democrático proporcionadas por este novo veículo? Na primeira semana de acesso irrestrito ao Portal, o que pode se observar no uso deste veículo, de acordo com as estatísticas de uso do veículo? Para responder a estas questões, serão usadas teorias dos autores citados, além de dados analíticos proporcionados pelos acessos ao Portal.

## **Palavras-chave**

Internet; Comunicação Institucional; Jornalismo Multimidiático; Facopp; Portal

## **1. INTRODUÇÃO**

A Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente (Facopp) abriu sua primeira turma no ano de 1995, para turmas de Publicidade e Propaganda e de Jornalismo. De lá para cá, o curso passou a ser realizado em outro prédio, foi classificado entre os melhores do Brasil, ganhou novos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT1: Práticas Comunicacionais para o fomento da democracia, do XV Colóquio Internacional da Escola Latino-americana de Comunicação, realizado de 1 a 3 de junho.

<sup>2</sup> Aluno especial do Mestrado em Comunicação Visual da Universidade Estadual de Londrina (UEL/PR). Graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade do Oeste Paulista (UNOESTE/SP).

equipamentos e criou laboratórios e áreas de conhecimento divididas nas disciplinas. Atualmente, são sete estas áreas que têm uma produção intensa de material, como campanhas publicitárias, textos de assessoria de imprensa, programas de rádio e TV, fotografias, artigos científicos e registros de atividades de extensão. Desde o começo das aulas ou mais atualmente, estes materiais existiam mas não tinham um lugar para sua divulgação, o que caracterizava uma falha na ação comunicacional. Segundo Melo (1998), a ciência da Comunicação Social é baseada num processo que permita a transmissão de informações ou conhecimentos por meio de veículos de difusão coletiva. Assim, um grupo de estudantes formado por Aline Fernanda Martins de Souza, Édison Trombeta de Oliveira, Elis Mungo Santos, Gabriela Araújo Correia e Geisiane Cabrera Gazola, sob a orientação da professora especialista Carolina Zocollaro Costa Mancuzo, ao constatar este problema, propôs a criação de um Portal de Comunicação Multimidiático de cunho institucional (SOUZA et al., 2010). O resultado da pesquisa, Trabalho de Conclusão de Curso dos alunos aprovados com nota 10, pode ser observado no endereço [www.unoeste.br/facopp](http://www.unoeste.br/facopp).

Com esta iniciativa, mais do que melhorar a comunicação da instituição, o Portal contribuiu para o desenvolvimento de uma realidade mais democrática dentro dos limites da faculdade. Isso porque, segundo Sousa (2009), as políticas comunicacionais “devem visar não apenas o acesso ao consumo da informação mas, possibilitar a participação da sociedade nas etapas de sua produção, o que é fundamental para a construção da sociedade democrática, com mais pessoas no exercício da cidadania.” Neste âmbito, a implantação do Portal Facopp é como uma tomada de atitude da faculdade no sentido de abrir os canais para a comunicação em três sentidos, e não apenas no binômio simples de emissor-receptor, num único sentido. Sobre a interatividade em três vias, fator citado a pouco, Ward (2006), afirma que, na internet, seu uso é mais do que legítimo. Para ele, o usuário deve interagir com o provedor da informação (que deve fornecer a devida resposta), os usuários devem interagir entre si e o usuário deve se tornar provedor de informações.

Parte considerável das abordagens sobre o tema [cidadania] estão concentradas na análise da relação de indivíduos com instituições sociais, políticas e econômicas no espaço de um território geográfico. No mundo contemporâneo, em que as trocas simbólicas ocorrem de forma cada vez mais desterritorializada, as relações entre cidadania, subjetividade e comunicação estão imbricadas. (FLORIANI; MORIGI, 2006).

E tudo isso foi pensado para estar presente no Portal Facopp. Porém, diante de tudo o que foi explicitado, quais são, de fato, as ferramentas disponíveis no endereço da web para proporcionar esta participação do público-alvo na produção do conteúdo? E estas ferramentas estão, ao menos na primeira semana de uso, sendo efetivamente usadas para a finalidade pelas quais foram pensadas?

Como objetivo geral, esta investigação pretende trazer à tona a importância de ferramentas da web aplicadas com bases em estudos científicos como contribuição para a construção de uma realidade democrática. Isso, aplicado a um público-alvo restrito, mas passível de observação, o de uma faculdade de comunicação que, agora, dispõe de um veículo de comunicação que não é unilateral. E os objetivos específicos podem ser definidos em estudar assuntos correlatos, analisar o Portal e suas possibilidades de interatividade e avaliar os dados de navegação do veículo na internet.

Esta pesquisa justifica-se uma vez que, ao observar este produto da internet, assomam conclusões que podem ser aplicadas a outras iniciativas semelhantes, bem como fomentar a criação de outros veículos que tenham a mesma serventia para a criação de uma realidade mais democrática, em todos os âmbitos da sociedade. Assim, ao ver o Portal Facopp por novos prismas, é possível mostrar tanto à academia quanto ao seu público-alvo as possibilidades ainda não analisadas de um veículo tão abrangente e importante para a faculdade, bem como o pioneirismo desta ação, fato que pode ser estendido para outras vertentes da comunicação.

No que tange a metodologia desta investigação, destaca-se o estudo de caso, um método qualitativo e indutivo. Qualitativo devido ao tipo de dado analisado na pesquisa que, segundo Goldenberg (1997, p. 53), não são passíveis de padronização como os quantitativos, “obrigando o pesquisador a ter flexibilidade e criatividade no momento de coletá-los e analisa-los. Não existindo regras precisas e passos a serem seguidos, o bom resultado da pesquisa depende da sensibilidade, intuição e experiência do pesquisador.” É indutivo porque, de acordo com Lakatos e Marconi (2005), tem definições que partem do particular (Portal Facopp e sua realidade), através da observação estruturada de fenômenos e ações desta realidade e das relações entre as realidades, a fim de se chegar a uma formulação geral. E caracteriza-se como estudo de

caso pois, conforme prega Gil (2002), este é um estudo aprofundado à exaustão de um objeto, de forma que possibilite um conhecimento detalhado deste.

Para complementação da proposta, será usada a pesquisa documental e a bibliográfica. Para Gil (2002), elas são muito parecidas, com a diferença de que, na primeira, os materiais usados no trabalho são científicos, com tratamento analítico de investigação, enquanto que a segunda abrange os demais tipos de documentos, como matérias jornalísticas, imagens e relatórios, por exemplo. Com toda a metodologia adotada, parte-se então para a prática da pesquisa, que envolve uma análise do Portal e suas possibilidades de interação e participação do público na construção da informação com vistas ao produto, bem como exame dos dados de acesso do veículo, fornecidos pela atual equipe mantenedora.

## **2. AS OPÇÕES NA PONTA DO DEDO: TUDO O QUE FOI PENSADO**

Muitas são as possibilidades de interatividade e produção coletiva de materiais na internet. Porém, o fato é que estas devem ser aplicadas, com base científica e em análise do perfil do público-alvo (SOUZA et al., 2010). Com base nisso, o Portal Facopp será analisado, neste momento, com base no que propõe ao usuário de forma geral e o que, destas propostas, pode ser tomado como iniciativa, mesmo que pequena, de construção de uma faculdade mais democrática.

As cores foram baseadas no que diz Pinho (2003, p. 159): “público jovem corresponde melhor às cores vivas, fortes.” Daí o uso do laranja e do azul que, mesmo não sendo uma cor puramente chamativa, foi usado num tom que torna-se harmônico com o laranja. Já as funcionalidades e tipos de conteúdo existentes foram colocados de acordo com a produção da faculdade, o que levou à pesquisa da convergência que, para autores como Jenkins (2009), ocorre na mente dos receptores da informação, ao receber informações de diversos meios e confrontá-los. Porém, a definição usada no trabalho seguia Briggs e Burke (2006, p. 266), que afirmam que a convergência é “[...] a integração de texto, números, imagens, sons e diversos elementos na mídia, que foram examinados em separado nos períodos anteriores da história [...]”. Assim, o Portal é composto de texto, imagem dinâmica e em movimento e som, o que deu ao veículo o *status* de “multimidiático” (SOUZA et al., 2010).

No que tange à composição da página principal e das interiores, o *layout* delas, foi idealizado sob a égide dos ensinamentos de pesquisadores como Pinho (2003) e Memória (2005). Assim foi com a localização da logomarca da instituição no lado superior esquerdo, com a presença do campo de busca e com a disposição dos elementos de acordo com o sentido de leitura ocidental – de cima para baixo e da esquerda para a direita.

UNOESTE PRESIDENTE PRUDENTE - SP Presidente Prudente, 17 de Maio de 2011 Busca Facopp Digite aqui sua pesquisa web

**PORTAL FACOPP** SEMANA DE COMUNICAÇÃO de 9 a 13 maio de 2011 UNOESTE - Campus II

TV FACOPP UFF WEB RADIO FACOPP Ag.FACOPP Assim Assessoria de Imprensa Facopp Fotografia FACOPP GEPEC Grupo de Estudos e Pesquisas em Comunicação NEXU Núcleo de Estudos Universitários

- Facopp
- Noticias
- Trabalhos Acadêmicos
- TCC/PEPP
- Equipe
- Pout Pourri Cultural
- Ex-aluno
- Corpo Docente
- Grade Curricular
- Biblioteca
- Aprender Unoeste
- Contato

**BRANDING E DESIGN**  
**Facopp marca presença no curso do designer Hugo Kovadloff**

**MERCADO DE TRABALHO**  
 Jovens profissionais buscam emprego após formação

**CONGRESSO**  
 Mariangela apresenta estudo sobre semiótica greimasiana

**CAPA DE REVISTA**  
 Oportunidade da produção surgiu durante o estágio

Informações Acadêmicas  
 RA/Matricula:   
 Senha:   
 Entrar

Identidade Científica | Vagas de Estágios | Ex-alunos Onde estão? | Pout-Pourri Cultural

Mais recentes | Mais comentadas

**Palavras mais buscadas**

elis geisiane fotografia  
 gabriela corpo docente  
 édison jornalismo  
 mancuzo digite aqui sua pesquisa

Últimos Tweets

Portal como página inicial

Identidade Científica | Vagas de Estágio | Ex-alunos | Pout Pourri Cultural  
 Faculdade de Comunicação Social "Jornalista Roberto Marinho" de Presidente Prudente

Página inicial do Portal Facopp, capturada em 17 maio 2011.  
 Fonte: [www.unoeste.br/facopp](http://www.unoeste.br/facopp)

Por sua funcionalidade, o Portal já tem a capacidade de ser um portador da democratização da informação, constituindo um processo comunicacional em mão dupla. Isso porque todo – ou praticamente todo – o conteúdo do veículo é feito pelos próprios alunos. O conteúdo da TV Facopp Online, da Web Rádio Facopp, da Assessoria de Imprensa, da Agência Facopp, do Laboratório de Fotografia, do Grupo de Estudos e Pesquisas em Comunicação, do Núcleo de Extensão Universitária e de todas as demais áreas são feitos, efetivamente, pelos estudantes, componentes do público-alvo do Portal. Isso apesar da presença de docentes coordenadores das áreas ou das disciplinas que dão origem aos trabalhos, que funcionariam como editores ou, nas teorias de Wolf (1995), como figuras de *gatekeepers*. Ainda assim, efetivamente, o Portal é espaço para a participação dos receptores também como produtores de conteúdo.

Não cabe aqui entrar em detalhes sobre as teorias e hipóteses contemporâneas da comunicação. Basta que saibamos que, como qualquer outro veículo jornalístico, o Portal Facopp tem pessoas responsáveis pela supervisão de tudo o que pode (ou poderia) ser divulgado, uma função semelhante a do editor. Para Rossi (1994), este é o profissional que funciona como filtro para a finalização do material final a ser divulgado.

Partindo para uma análise campo a campo, serão enumerados os itens que auxiliam no processo que transforma a comunicação do Portal em uma via de mão dupla. Isso porque, segundo Floriani e Morigi (2006), “[...] sociedades diferentes atribuirão direitos e deveres diferentes ao status de cidadão”, sendo, neste caso, não apenas receptores da informação, mas também emissores. Fazer informação é parte da construção da cidadania, da democratização da comunicação.

Todas as páginas de áreas tem o email de seu coordenador, fator que abre o canal de interação entre emissor e receptor, que, conforme prega Pinho (2003, p. 54, grifo do autor), ainda exige o cuidado de que, no ambiente *online*, não se “[...] está falando *para* uma pessoa, mas está conversando *com* ela.”

Na página de notícias, ainda, há que se ressaltar um fator importante para que a realidade democrática de faça presente: existe um campo no qual pode-se aumentar ou reduzir o tamanho da letra, para facilitar a leitura de pessoas com dificuldade visuais, necessidade observada também na pesquisa de campo para a

implantação do projeto (SOUZA et al, 2010). “É tarefa do profissional que lida com conteúdo para a web trabalhar para a democratização da informação e a inclusão das minorias no meio digital. Uma das grandes vantagens da internet é colocar informações e serviços ao alcance de todos, sem exceção” (BRASIL, 2010).

Além disso, há também elementos de interatividade simples, como enquete na área do Laboratório de Fotografia, campo para contato e espaço para comentário nas notícias; bem como outros, mais modernos, como o uso das redes sociais. Estas possibilidades são as mais elementares entre as opções de interatividade, como cita Pinho (2003). Mas é mais latente a contribuição de Rodrigues (2009), que fala sobre a web colaborativa. É interessante ressaltar que o Portal Facopp é um exemplo da premissa deste autor, uma vez que, como já citado, tudo o que é publicado é de autoria dos estudantes, público-alvo do veículo. Porém, aqui vale uma observação: todas estas possibilidades, mesmo que pequenas, são usadas, de fato pelos receptores da informação? É o que será analisado a seguir, com base em dados de navegação da primeira semana do Portal.

### **3. A PRIMEIRA SEMANA: ANÁLISE DOS DADOS DE ACESSO**

Durante os sete primeiros dias de acesso público do Portal Facopp, a enquete da área de fotografia, mesmo que não possa ser considerada como fator de melhora na democratização, foi usada. Usuários avaliaram fotos feitas em trabalhos de salas de aula na “I Exposição Mulheres”.

Os comentários de notícias também estão ativos, sendo que, ao clicar no campo “Mais Comentadas” pode-se verificar quais as notícias cuja interação neste nível foi mais utilizada. Aparecem sempre quatro matérias. No período de avaliação para esta pesquisa, duas notícias tinham dois comentários cada e as outras duas, um comentário cada.

O uso das redes sociais pode ser vista por duas vertentes: a de que boa parte dos acessos do Portal vem das redes sociais nas quais ele está inserido e a de que o Portal proporciona interatividade através destas redes. Sob o primeiro prisma, do total de chegadas no veículo (considerando-se a entrada na página inicial e na página de notícias, foco do projeto, num total de 4898 acessos), cerca de 28,7%, ou 1406 entradas,

advém de redes sociais como *Facebook* (facebook.com) ou *Twitter* (twitter.com). Já na segunda vertente, observa-se que os perfis do Portal nos dois sites de relacionamento citados têm, respectivamente, 291 e 145 seguidores, sendo que, em ambos, observa-se que outras pessoas com perfis nos sites citados entram em contato com o Portal, compartilhando *links*, conteúdos e outras informações que as pessoas envolvidas creem pertinentes.

Por fim, no quesito de maior interesse neste estudo, o de que o Portal funciona basicamente com conteúdo criado pelos alunos, público-alvo do veículo, numa plataforma semelhante à Web Colaborativa (RODRIGUES, 2009), percebe-se que ocorre a participação do receptor na elaboração do conteúdo. Isso pode ser, de fato, anexado ao que diz Sousa (2009) no que tange à permissão da sociedade na produção do conteúdo. São três estagiários do Portal, somados aos de cada área da faculdade, que têm a oportunidade de produzir conteúdo. Diversos são os espaços para a publicação de materiais de alunos que não podem participar desta forma: há o campo para divulgação de trabalhos acadêmicos – aqueles feitos em salas de aula –, bem como para os Trabalhos de Conclusão de Curso e para os Projetos Experimentais em Publicidade e Propaganda. Além disso, a coordenação do Portal está aberta para sugestões de pautas e de matérias, através do campo “Contato” ou do email dos próprios coordenadores do curso.

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante de todo o exposto, vale ressaltar um conceito base adotado nesta investigação. Para Souza (2008) “É necessário e urgente criar possibilidades de participação da sociedade na etapa de produção da comunicação, tornando os atores sociais sujeitos da produção de informação e conhecimento e não apenas meros e passivos receptores.” Assim, o conceito de realidade democrática rodeia a participação das pessoas que antes estavam condicionadas a apenas receber a informação.

Desta forma, retoma-se que, a internet, como veículo que tem a capacidade de proporcionar a participação de todos os usuários, de uma forma ou de outra, é a chave do conceito explicado no parágrafo anterior. E isso fica claro no trabalho de Souza (2010), que deu origem ao objeto de estudo desta pesquisa.



Assim, ao observar o Portal Facopp como um local de publicação de conteúdo de todos os alunos estagiários, além de outros materiais feitos por discentes, pode-se observar a junção dos dois fatores enumerados atrás: a internet sendo usada como fator de promoção da realidade democrática, através da transformação da atitude das pessoas que, antes, eram apenas receptoras da informação e, agora, participam da produção do conteúdo divulgado.

Desta forma, prova-se que a iniciativa cumpre, de fato, a premissa pensada de promoção, salvas as devidas proporções, de uma realidade democrática no ambiente em que se aplica, a Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente. O que se espera, por fim, é que este exemplo possa servir tanto para casos semelhantes quanto para instâncias maiores, cujas possibilidades de participação de receptores pode ser maior, o que torna também maior a construção, neste âmbito, uma grande sociedade democrática, de fato.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação. Departamento de Governo Eletrônico. **Padrões Brasil e-Gov. Cartilha de Redação Web**. Versão 1.0. 2010. Disponível em: <<http://www.governoeletronico.gov.br/biblioteca/arquivos/padroes-brasil-e-gov-cartilha-de-redacao-web>>. Acesso em: 17 maio. 2011.

FLORIANI, Adriano Warken; MORIGI, Valdir Jose. Os circuitos comunicativos e a construção da cidadania no ciberespaço: tramas do sentido em redes de *weblogs*. **Revista Intexto**. Porto Alegre-UFRGS. V. 1, n. 14, jan./jun. 2006. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/4252/4476>>. Acesso em 17 maio 2011.

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

GOLBENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. Rio de Janeiro: Record, 1997.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo, Aleph, 2009.

KRUG, Steve. **Não me faça pensar**. Uma abordagem de bom senso à usabilidade na web. 2. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2008.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

- MELO, José Marques. **Teoria da Comunicação: paradigmas latino-americanos**. Petrópolis-RJ: Vozes, 1998.
- MEMÓRIA, Felipe. **Design para a Internet: Projetando a experiência perfeita**. Rio de Janeiro, Elsevier, 2005.
- MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo Web – Produção e edição de notícia online**. 2. ed. São Paulo: Senac, 2002.
- PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet: Planejamento e produção da informação online**. 3. ed. São Paulo: Summus, 2003.
- RODRIGUES, Bruno. **Webwriting: pensando o texto para a mídia digital**. 2. ed. São Paulo: Berkeley, 2001.
- ROSSI, Clovis. **O que é jornalismo**. 10. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- SOUZA, Aline Fernanda Martins de et al. **Portal Facopp: Uma experiência de Jornalismo Institucional Multimidiático**. 2010. 335 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Habilitação em Jornalismo) – Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente, Universidade do Oeste Paulista, Presidente Prudente.
- SOUSA, Cida de. Políticas de Comunicação e Sociedade Democrática: o papel da comunicação no desenvolvimento social. In: **O público e o privado**. N. 14. Jul./Dez. 2009. Disponível em:  
<[http://www.politicasuece.com/v6/admin/publicacao/politicas\\_de\\_comunicacao\\_e\\_sociedade.pdf](http://www.politicasuece.com/v6/admin/publicacao/politicas_de_comunicacao_e_sociedade.pdf)>. Acesso em: 16 maio 2011.
- TOMAÉL, Maria Inês. **Fontes de informação da Internet**. Londrina-PR: Eduel, 2008.
- WARD, Mike. **Jornalismo Online**. São Paulo: Rocca, 2006.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa, Editorial Presença, 1995.