

LEMOS, Ariane Barbosa. O serviço de monitoramento de notícias no âmbito organizacional sob a perspectiva do usuário. 123f. (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais. 2012.

*Este estudo avalia o serviço de monitoramento de notícias, formalizado no clipping de mídia impressa, com base na análise do comportamento informacional de usuários alocados em organizações, em Minas Gerais. O estudo interdisciplinar tem caráter descritivo e natureza predominantemente qualitativa. Parte-se da proposta de que as notícias integram as fontes de informação do ambiente organizacional. Buscou-se identificar as necessidades informacionais dos usuários e o consecutivo uso das informações consultadas no clipping. A amostra foi constituída por 16 organizações privadas, públicas e não-governamentais, representantes dos três setores da economia, primário, secundário e terciário, com sede em Minas Gerais. Discussões teóricas sobre temas da agenda de pesquisa da Ciência da Informação e da Comunicação Social conduziram a dois perfis distintos de usuários: os profissionais responsáveis pelo contrato do serviço, o usuário contratante ou cliente institucional; e aqueles a quem o conteúdo é direcionado diariamente, ou seja, o usuário final ou cliente individual. Em cada uma das representações, 16 profissionais responderam um roteiro de entrevista semi-estruturado. No total, foram analisados os dados de 32 respondentes. Foram utilizados dois procedimentos metodológicos: um desenvolvido pela autora, a partir dos autores destacados na revisão de literatura; e outro tendo por base o aparato metodológico da abordagem Sense-Making, criada por Brenda Dervin em 1983. Os resultados demonstram que os 32 usuários têm suas necessidades informacionais atendidas, a partir de notícias relacionadas ao contexto organizacional. O conteúdo das notícias refere-se, sobretudo, à imagem da própria organização, à atuação dos concorrentes, ao comportamento dos consumidores e às tendências de mercado. Observa-se que os responsáveis pelo contrato estão alocados em setores relacionados à Comunicação. Os dados indicam que os usuários consultados, sem distinção, entendem o significado de informação para negócios, confirmando que o clipping os auxilia a tomar decisões ou a solucionar problemas. Sugerem a necessidade de se criar instrumentos periódicos de avaliação do serviço com o intuito de ampliar os níveis de uso e confiança por parte dos usuários. O estudo ressalta*

*que o monitoramento de notícias veiculadas em outros suportes de mídia, como os blogs e microblogs, são indicados como tema para pesquisas futuras.*