

## Interatividade como ferramenta para o jornalismo on-line

William Penna Crispim

### Resumo

Diante das diversas mudanças ocorridas nos meios de comunicação e a convergência de mídias (televisão, rádio, impresso e Internet) surge uma nova forma de comunicar-se. O jornalismo on-line foi, primeiramente, importado do jornal impresso. Há dez anos, o mesmo texto que podia ser lido em grandes jornais estava disponível nas edições virtuais, mas não se levava em consideração o público e como o acesso à Internet funcionava. Este artigo discute a interatividade como ferramenta para o jornalismo on-line e as novas possibilidades de interação entre o jornalismo, a Internet e o usuário final, através da proposta de um site personalizável para cada ciberleitor.

**Palavras-chave:** Internet, jornalismo on-line, interatividade.

### Abstract

*Due to the various changes and the convergences of media (television, radio, newspaper and internet) a new way to communicate is born. The online journalism was firstly imported from the newspaper. Ten years ago, the same text that could be read in the big journals was available in virtual editions, but without considering the public and how the Internet access worked. This article discusses a tool to online journalism and the new possibilities of interaction between journalism, Internet and the final user, by suggesting a website with personal content for each cyber reader.*

**Key words:** Internet, journalism on-line, interactivity.

## 1. Introdução

Ao abordar o tema interatividade como ferramenta para o jornalismo, "carregamos" uma variedade de outros assuntos correlacionados, que são característicos de uma sociedade complexa e envolta em um contexto cultural contemporâneo. Não há como estudar o jornalismo on-line sem antes explicar o que é parte dele, a Internet, a cibercultura, o ciberespaço e, claro, a interatividade.

O jornalismo on-line segue evoluindo em relação ao jornal impresso, e já se converteu em um meio diferente daquele do qual se originou, assim como o livro on-line já é diferente do livro impresso e o mesmo do manuscrito. Em 1995, a Internet foi disponibilizada para acesso comercial e doméstico no Brasil. A partir disto, começaram a surgir versões on-line dos jornais tradicionais como o Jornal do Brasil, a Folha de São Paulo e o Estado de São Paulo.

Sabemos também que a linguagem da Internet é um processo comunicativo amplo e complexo e o número de pessoas que têm algum tipo de acesso à rede no Brasil é de cerca de 32 milhões<sup>1</sup>. Sabemos também que a comunicação destas pessoas através da rede se estabelece entre nós, deixando de se tratar de uma mera transmissão mecânica da mensagem. Não é, também, uma comunicação unívoca, mas sim, multi-direcional.

Utilizando os conceitos de McLuhan (2001) podemos entender que esta comunicação do internauta não é passiva, pois faz referência à natureza de seu relacionamento comunicacional principalmente através do *feedback* gerado pelo leitor ao emissor da mensagem. Ele se integra a outros sujeitos interativos em busca de uma identidade midiática<sup>2</sup>. A rede influencia e impõe aos demais meios um novo ordenamento social e da comunicação, como uma linguagem

<sup>1</sup> Pesquisa realizada pelo Ibope/ NetRatings 2005. Caderno especial 2, Folha de São Paulo, 25/05/2005.

<sup>2</sup> O uso das mídias gera mecanismos de identidade, a esta identificação do homem com diferentes mídias e recursos tecnológicos dá-se o nome de identidade midiática, que atrela-se diretamente às escolhas de estilos de vida dentro de uma diversidade de opções, permeado pelas interações sociais cotidianas.

específica da comunicação global.

A Internet, por sua vez, está eivada de novas tecnologias. Falar em tecnologias não significa falar em algo dissociado da vida social. Ao contrário, ela nasce da capacidade de criação do homem.

A tecnologia não é um agente dissociado da sociedade e da cultura. Ela é um feixe de análise do sistema social e tecnológico, que depende dos demais efeitos das atividades humanas. Lévy (1999), afirma em seus trabalhos que não existem interações indissolúveis nas atividades humanas. Para ele “pessoas vivas e pensantes; entidades materiais naturais e artificiais; idéias e representações” não podem ser separadas ou dissolvidas.

De acordo com Thompson (1998), durante a maior parte da história humana, a grande maioria das interações sociais aconteceu face a face. Para estes indivíduos o que mais importava era o relacionamento através da aproximação e do intercâmbio de formas simbólicas ou ocupavam-se de outros tipos de ação dentro de um ambiente físico compartilhado.

Thompson (1998) acrescenta que o desenvolvimento dos meios de comunicação e informação fez surgir uma complexa reestruturação de padrões de interação humana através do espaço e do tempo. Uma interação que sai do ambiente físico e aparece, de tal forma, que os indivíduos passam a interagir uns com os outros ainda que não partilhem do mesmo ambiente espaço-temporal. O uso dos meios de comunicação proporciona, assim, novas maneiras de interação que se estendem no espaço (e também no tempo), e que oferecem um leque de características que as diferenciam das interações face a face.

A interatividade pode ser uma ferramenta muito útil para o jornalismo on-line, principalmente em relação ao desenvolvimento de uma inteligência coletiva apurada, com espaços de debate sobre o que acontece no mundo, e na forma como oferece o direito de inserir o indivíduo no ciberespaço e no novo meio de comunicação. Assim, a interatividade propicia o desenvolvimento do senso crítico dos indivíduos, informando e fazendo que eles participem dos assuntos que fazem parte das alterações da sociedade em que estão inseridos.

Discutirei ao decorrer deste artigo como utilizar a interatividade em uma proposta de formato de um site jornalístico personalizado. A ênfase está colocada na intenção de interação com o ciberleitor através de uma interface que garanta a independência do mesmo para com seu conteúdo. A interatividade e a interface personalizada são aspectos chave para a definição de uma relação dialógica entre usuário e máquina, usuário sistema, usuário e jornalismo ou jornalista e o público alvo leitor.

Em sua implementação (1995), o jornalismo on-line importou os modelos já conhecidos do jornalismo impresso. Na época uma limitação de softwares e bancos de dados oferecia somente a possibilidade de publicação do conteúdo sem dinamismo e interação. Hoje sabemos que não existem barreiras físicas e de softwares que impeçam a presença maior da interatividade no jornalismo para Internet.

Outro fator importante que devemos considerar é a falta de credibilidade que este meio adquiriu em seu início e que até hoje, em alguns casos, ainda possui. Toda nova tecnologia leva um tempo para ser absorvida pelos indivíduos e conquistar o seu espaço entre meios já existentes, como a televisão sofreu em sua implantação (tabela 1), por exemplo. É importante considerar também que a Internet está tornando-se mais acessível agora com os novos métodos de conexão e o barateamento no custo do computador.

**Tabela 1 – Intervalo entre a descoberta de um novo meio de comunicação e sua difusão**

Meio de comunicação	Tempo de aceitação	Datas
Imprensa	400 anos	De 1454 ao século XIX
Telefone	70 anos	De 1876 até o período posterior à segunda Guerra Mundial
Rádio	40 anos	1895 até o período entre as duas guerras mundiais
Televisão	25 anos	De 1925 até o ano de 1950
Internet	7 anos	De 1990 até 1997

Fonte: J.B. Pinho.

O público utilizado como amostra da pesquisa compreendeu tanto pessoas do sexo masculino, como do feminino, de qualquer idade, sem distinção de cor/raça, todos universitários das Faculdades COC. A justificativa para a amostragem desta parcela da sociedade é a de que estes indivíduos pertenceriam à cibergeração, apontada por Kim Jones na conferência magistral ministrada na V Bial Iberoamericana de Comunicação, em 2005, na Cidade do México, que abordou o balanço do primeiro lustro<sup>3</sup> de um novo ciclo de comunicações digitais. De acordo com a vice-presidente do *Global Education and Research* da empresa Sun Microsystems, Inc., aqueles nascidos em meados de 1985 e que têm hoje entre 19 e 20 anos, fariam parte da geração mais conectada, indivíduos responsáveis pela nova era. A era da participação.

Outro fator que levamos em consideração foi o acesso que este tipo de público tem à Internet. Pesquisa do Inep/MEC (Enade 2004) mostra que 94,4% dos alunos de universidades privadas brasileiras concluintes têm acesso à Internet e que 93,4% dos alunos de universidades públicas brasileiras concluintes têm acesso à rede.

Caberia aqui discutir as teorias de Theodor Adorno e Walter Benjamin da Escola de Frankfurt sobre massificação e manipulação. Adorno, contrário a disponibilidade das reproduções, acredita que o grande acesso às obras de arte contribui para manipular e massificar os indivíduos. Aplicado ao acesso à Internet e ao jornalismo on-line poderíamos concluir que estas publicações seriam uma forma de moldar as pessoas ao sistema capitalista, sem possibilidade de liberação. Se seguirmos as teorias de Benjamin estaríamos levando o diferente para os indivíduos, reproduzir, ou disponibilizar um conteúdo personalizável oferece a oportunidade de libertação do indivíduo para o conteúdo, criando novas oportunidade de escolha.

## 2. Ambientes cibernéticos

### 2.1 O ciberespaço

O ciberespaço nada mais é que "o novo espaço dos meios de comunicação que surge da interconexão mundial dos

---

<sup>3</sup> Período de cinco anos.

computadores.” (Lévy, 1999, p. 17). São as várias máquinas conectadas a uma rede, onde é possível a troca de informações entre os usuários.

Ele [o ciberespaço] permite a combinação de vários modos de comunicação. Encontramos, em graus de complexidade crescente: o correio eletrônico, as conferências eletrônicas, o hiperdocumento compartilhado, os sistemas avançados de aprendizagem ou de trabalho cooperativo e, enfim, os mundos virtuais multiusuários (Lévy, 1999, p. 20).

Lévy (1999) atribui ao termo ciberespaço não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo de informações que ela contempla, assim como os seres humanos que “navegam” e alimentam este sistema.

Vilches (2003) completa o raciocínio de Lévy, afirmando ser o ciberespaço o espaço de pensamento e de experiências humanas, formado pela coabitação de antigos meios (rádio, televisão) e novas formas de hiper-realidade.

Sabemos também que o digital encontra-se no início de sua trajetória e que a Internet no Brasil completou dez anos recentemente. A interconexão continua em ritmo acelerado e muito se discute sobre os próximos padrões da comunicação, mas dificilmente se chegará a um determinante, pois a mudança é constante e ilimitada.

O que estaria acontecendo hoje, no que se refere à mudança e à interconexão, seria uma diluição do indivíduo clássico, isolado na tribo. Para Lemos<sup>4</sup>, o esgotamento da perspectiva individualista favorece um ‘tribalismo’ contemporâneo que descreve a vontade de estar junto, de compartilhar emoções. Nasce e multiplicam-se, então, as “comunidades emocionais” no ciberespaço. São estas as comunidades virtuais, formadas por um grupo de pessoas que se correspondem mutuamente através de computadores interconectados. Daí a importância da nova mídia, a Internet, funcionando como um dos vetores de comunhão, englobando a televisão, o rádio e o jornal impresso.

---

<sup>4</sup> Lemos, André. Em: *Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais.*

Essa transformação estaria ligada às idéias de Vilches (2003) sobre migração digital. A evolução do modo humano de aproximar-se da máquina permite uma experiência de gestor. O internauta acessa a rede para buscar, por si próprio tudo de que necessita, assim desprende-se da massa indiferenciada para entrar em contato com outros usuários e outras formas de consumo ativo.

Michael L. Dertouzos (2000) vai mais longe. Para ele, a primeira geração alfabetizada em computação já está ingressando no mercado da mídia. São os homens e as mulheres familiarizados com teclados, discos de dados, monitores de vídeo e a Internet. As habilidades antes aprendidas em escritórios e escolas estão sendo aplicadas nas casa, transformando os indivíduos em aldeões urbanos: meio cosmopolita sofisticado, viajando pelo mundo virtual, e meio caipira, passando mais tempo em casa cuidando da família. Isso porque o mundo virtual ajuda a fazer tudo em apenas um click.

Continuaremos a sair de casa para encontros, porém com menos frequência. Graças a essas mudanças [teletrabalho, trabalho em grupo, ensino a distância], a proximidade eletrônica criará uma nova e peculiar divisão: as pessoas do século XXI levarão uma vida meio esquizofrênica, caracterizada pelo cosmopolitismo virtual e rotina interiorana, paroquial.

Este novo tipo de pessoa interagirá virtualmente, e de maneira sofisticada, com colegas de serviço, clientes e fornecedores de Nova Iorque, Tóquio, Frankfurt e outros centros urbanos. Todavia, como estarão trabalhando em casa, interagirão fisicamente sempre com as mesmas pessoas, em suas famílias, na mercearia, escola, prefeituras e centros de recreação, para satisfazerem suas necessidades simples e essenciais. Eis o aldeão urbano - centauros modernos, sem dúvida! (Dertouzos, 2000, pp. 347-348).

Desse modo, a interatividade permite aos usuários utilizarem as mídias para organizarem seu espaço e seu tempo, e não o inverso, como acontecia com os meios tradicionais baseados na manipulação das imagens e dos sons, a partir de um centro emissor como a televisão, com a grade de programação e o rádio com horário para transmissão de programas (Vilches, 2003).

## 2.2. A cibercultura

A cibercultura é o conjunto das técnicas, de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (Lévy, 1999).

Ela seria a terceira das três grandes etapas da história, segundo Lévy (1999), pois mantém a universalidade ao mesmo tempo em que dissolve a totalidade, ou seja, o momento em que nossa sociedade aproxima-se de formar uma única comunidade mundial, ainda que esta seja desigual e incompatível.

Lemos (2003) por sua vez, compreende a cibercultura como a forma sociocultural que surge da relação entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica que surgiram com a convergência das mídias na década de 1970. A cibercultura é a cultura contemporânea marcada pelas tecnologias digitais.

Vivemos já a cibercultura. Ela não é o futuro que vai chegar mas o nosso presente (home banking, cartões inteligentes, celulares, palms, pages, voto eletrônico, imposto de renda via rede, entre outros). Trata-se assim de escapar, seja de um determinismo técnico, seja de um determinismo social. A cibercultura representa a cultura contemporânea sendo consequência direta da evolução da cultura técnica moderna (Lemos, 2003, p. 12).

A cibercultura também é responsável pela criação de novas formas de se comunicar. Ela é recheada de novas maneiras de se relacionar com o outro e com o mundo. De acordo com Lévy (1999), isto tudo está ligado à idéia de um universo indeterminado e que tende permanecer assim, já que, a cada novo nó da rede de outras redes em expansão constantemente pode tornar-se produtor ou emissor de novas informações, fonte de geração de conteúdo e reorganizar uma parte da conectividade global por sua própria conta.

## 2.3. Inteligência Coletiva

A inteligência coletiva, expressão pública, em uma visão complexa dos capitais social, cultural e intelectual tem como objetivo opor-se à separação das atividades e a opacidade da organização social. O ciberespaço, instrumento de comunicação interativo e comunitário, também se faz instrumento para a inteligência coletiva, levantando



questionamentos sobre os problemas coletivos, a cobrança política, cultural e social.

O jornalismo pode utilizar a Internet para acelerar cada vez mais o ritmo das alterações tecno-sociais. A divulgação e inserção de assuntos ligados ao cotidiano das pessoas colaboram para a inclusão e participação da sociedade na cibercultura.

Porém, o grande número de indivíduos sem acesso ao computador ou à rede, pode constituir em um grande problema social. Devido ao seu aspecto participativo, sociabilizante e emancipador, a tendência, indicada por autores como Dertouzos e Lemos, é a de que aqueles que não estiverem inseridos sejam excluídos radicalmente, pois cada vez mais há a necessidade de ser incluído em um grupo. Os problemas relativos ao acesso das massas e exclusão digital são temas recentes e ainda estão sendo analisados em pesquisas ainda em andamento.

O potencial de elevar o conhecimento coletivo da sociedade através do jornalismo ainda está adormecido. Ao levantar este tipo de abordagem de produção de conhecimento, devemos levar em consideração o ciberleitor e seu relacionamento com o ambiente virtual.

#### **2.4. O Leitor Imersivo**

Lucia Santaella (2004), durante suas pesquisas, conseguiu traçar um perfil de um leitor da era virtual, atribuindo a ele o termo "leitor imersivo". Este receptor ou usuário coloca em ação algumas habilidades de leitura muito distintas daquelas empregadas em outras mídias como o livro, passando a manusear fragmentos e construir uma nova lógica para os textos.

Conectado na tela, por meio de um mouse, os nexos eletrônicos dessas infovias, o leitor vai unindo, sem uma seqüência, fragmentos de informação de naturezas diversas, criando e experimentando na sua interação com o potencial dialógico da hipermídia, um tipo de comunicação multilinear e labiríntica (Santaella, 2004, p. 12).

De acordo com Santaella (2004), este novo estilo de leitor é independente para fazer sozinho a ordem textual, ou mesmo perder-

se na desorganização dos fragmentos. O ciberleitor é um organizador de conteúdo da hipermidia<sup>5</sup>. Ele não é mais um leitor contemplativo, de jornais e revistas, que rigidamente segue as seqüências de um texto, virando páginas ou pesquisando bibliotecas, mas um leitor, que ajuda a construir o texto ao interagir com os hiperlinks.

A mensagem só toma todo o seu significado sob a intervenção do usuário que se torna, de certa forma, o criador podendo recompor a mensagem e reorganizar o conteúdo. Esta forma de intervenção do usuário não significa que ele possa escrever um texto jornalístico, mas participar ao jornalista o que ele gostaria de ver, ou ter visto em alguma matéria. Estamos falando de um canal direto entre o produtor da notícia e seu consumidor.

Em frente a esta nova forma de organização da informação no meio digital, o ciberleitor participa de uma situação de interatividade, quando pode escolher, dentre várias opções de hipertextos, aqueles que ele deseja e que lhe darão continuidade na informação.

No momento em que o leitor possui autonomia para criar os caminhos que constituirão a sua leitura no jornal tem-se aí uma situação diferente da habitual. É certo que ao ler o jornal em papel, o leitor poderá ordenar sua leitura de acordo com seu desejo e/ou suas necessidades. Acontece que o impresso lhe impõe uma forma, uma certa organização linear, uma ordenação dos textos que está na superfície do papel, que 'salta aos olhos'. No online, a organização da informação acontece por 'camadas' ou menus, e o usuário vai localizando o que lhe interessa através dos cliques nos links e sem a possibilidade de 'esbarrar' nas outras informações, senão as selecionadas (Mielnickuk, 2000, p. 8).

Com isso, podemos concluir que a interatividade é um elemento constitutivo do hipertexto. A ação de "navegar" pelo periódico online já é por si só uma atividade interativa, bem como no sistema de *login*, variando a complexidade.

---

<sup>5</sup> Hipermidia. Desenvolvimento do hipertexto, a hipermidia integra texto com imagens, vídeo e som, geralmente vinculados entre si de forma interativa. Uma enciclopédia em CD-ROM seria um exemplo clássico de hipermidia.

### 3. A interatividade

Antes do período moderno na Europa, e em algumas partes do mundo, ainda hoje, a troca de informações e de conteúdos simbólicos acontecia dentro de situações contextuais face a face.

É fato que o jornalismo on-line em sua implantação utilizava a mesma linguagem visual e escrita do jornalismo impresso. Segundo Vilches (2003, p. 23), “a entidade-chave na migração digital - sem a qual não seria possível nem a convergência das mídias nem a atividade nas redes - é a interatividade”.

Este modelo fortemente embasado na forma de disponibilizar o conteúdo obtido pelo jornal impresso, ou pela revista, somente ocasionou um retardo no desenvolvimento do jornalismo para a web. A Internet, meio dinâmico por si só, passou a ser vista como um grande mercado jornalístico recentemente, com o bombardeio de conteúdo e de sites específicos para todo e qualquer tipo de usuário. Novos meios de interação foram descobertos, que ultrapassavam o telefone fixo e o móvel, reduzindo distâncias e principalmente o custo. Estamos na era do mensageiro instantâneo.

A ferramenta da interatividade que possibilita a participação ativa do beneficiário de uma transação de informação não era utilizada. Isso não quer dizer que ela não existia dentro do ciberespaço. Comumente utilizada em blogs e fotoblogs - diários eletrônicos - a interatividade ainda não tinha sido aplicada ao jornalismo em específico.

Estas formas de interação face a face, interações mediadas e quase interação mediadas, que podem ser vistas na comunicação são bem explicadas por Thompson (1998), interações estas que, hoje, segundo ele, estariam deixando de lado a interação face a face para adotar comunicações em que os contextos de espaço e de tempo estejam separados, disponibilizados de forma estendida. A tabela em seguida (tabela 2) explica um pouco mais a relação e as características de cada uma destes tipos de interação definidos por ele.

Tabela 2 – Tipos de interação.

Características interativas	Interação face a face	Interação mediada	Quase-interação mediada
Espaço-tempo	Contexto de co-presença; sistema referencial espaço-temporal comum	Separação dos contextos; disponibilidade estendida no tempo e no espaço	Separação dos contextos; disponibilidade estendida no tempo e no espaço
Possibilidades de deixas simbólicas	Multiplicidade de deixas simbólicas	Limitação das possibilidades de deixas simbólicas	Limitação das possibilidades de deixas simbólicas
Orientação da atividade	Orientada para outros específicos	Orientada para outros específicos	Orientada para um número indefinido de receptores potenciais
Dialógica/monológica	Dialógica	Dialógica	Monológica

Fonte: Thompson, 1998, p. 80.

Os três tipos acima não esgotam as possíveis vertentes de interação. Outras formas de interação podem ser criadas, por exemplo, pelo avanço no desenvolvimento de novas tecnologias da comunicação que permitam um maior grau de receptividade. Deve-se ressaltar que, segundo Thompson (1998), com o ciberespaço, uma nova categoria, esta híbrida, deve ser considerada, unindo a interação mediada com a quase-interação mediada. Nesta categoria estará ajustada a Internet, que exige ao mesmo tempo a interatividade das duas características. Ainda de acordo com Lévy (1999, p. 20) podem-se estabelecer quatro graus de interatividade:

- a possibilidade de apropriação e de personalização da mensagem recebida, seja qual for a natureza dessa mensagem,
- a reciprocidade da comunicação (a saber, um dispositivo comunicacional "um-um" ou "todos-todos"),
- a virtualidade, que enfatiza aqui o cálculo da mensagem em tempo real em função de um modelo e de dados de entrada (universo de possíveis calculáveis),
- a implicação da imagem dos participantes nas mensagens (espaço

de interação por proximidade), a telepresença.

Vale lembrar que este tipo de relacionamento dentro do jornalismo permite ao profissional jornalista um *feedback* do usuário, muitas vezes em tempo real. McLuhan (1964) vê o *feedback* como um diálogo entre o mecanismo e sua ambiência. Isto acarreta um entrelaçamento entre máquinas numa galáxia de máquinas com o propósito de manter o controle sobre um sistema e oferecer informações necessárias para o melhor funcionamento do mesmo. Isto também se aplica ao relacionamento jornalista-público onde o profissional seria o mecanismo de produção da notícia e o público a ambiência encarregada de retornar informações para melhorar a qualidade do que lê. Este tipo de relacionamento também está ligado ao potencial de utilização das inteligências coletivas e colocar em discussão os assuntos pautados pela sociedade. Isto se torna possível através dos *chats*, fóruns e salas de bate-papo ou mesmo os comunicadores instantâneos.

Os sistemas usados na Internet são muitos, exibindo diferentes capacidades tecnológicas e de interação, tanto síncrona (como é o caso dos *chats*), como assíncrona (correio eletrônico e fóruns). Além disso, a proliferação exuberante de sites e portais que estão disponibilizados na rede deu origem à interatividade informática que produz o hipertexto hipermediático no qual camada de dados relacionados entre si permitem gerar uma informatização a partir de escolhas aleatórias (Santaella, 2004, p. 164).

Na proposta de um jornalismo on-line interativo, abordamos a interatividade como no caso de uma comunidade virtual, que ocorre por meio de salas de conversação ou fóruns de comunicação, que são painéis de mensagens, podendo ou não trabalhar com o retorno imediato no que se refere à resposta de perguntas ou comentários direcionados à comunidade ou ao assunto que se está discutindo. De certa forma, o ciberleitoeiro poderia participar não só debatendo as matérias e temas propostos, como também sugerindo temas que possam virar reportagens ou a pauta do dia.

A interatividade é a passagem da mediação para a criação. Os usuários deixam de ser objetos de manipulação, para converterem-se em sujeitos que manipulam (Vilches, 2003, p. 234).

A conexão necessária entre os geradores da comunidade (seus criadores) e os visitantes (os que ajudam a comunidade a continuar funcionando) ocorrem com o uso do *feedback*, que é o apoio prestado aos visitantes por parte dos geradores. Este relacionamento internauta e disponibilizador do conteúdo é feito através da interface desde o primeiro contato com o site, seu *login* e registro. A primeira página do jornal on-line do estudo em questão poderá ser elaborada por cada usuário no primeiro *login* de acesso.

Ao configurar com a preferência por editoria, seja ela esporte, música, economia o ciberleitor já estaria organizando a disposição das notícias na primeira página do jornal on-line. Vilches (2003) descreveu como funciona este tipo de interação interface usuário.

No computador, a interface permite que a máquina se apresente ao usuário de modo que ele possa compreendê-la. Aqui começa a ação interativa. O modo humano de aproximar-se da máquina permite uma experiência de gestão, por meio de uma série de objetos visualizáveis, preparados para interagir. A interface não é um complemento do ato de ver, como o controle remoto; é o centro da interação a verdadeira zona de produção das novas relações sociais que regeram o uso da comunicação digital. Desse modo, a interatividade permite aos usuários usarem as mídias para organizar seu espaço e seu tempo, e não o inverso, como acontecia com os meios tradicionais baseados na manipulação das imagens e dos sons, a partir de um centro emissor (Vilches, 2003, pp. 23-24).

Vale ressaltar que o ciberleitor, neste caso, não estaria selecionando só as matérias que gostaria de ver, mas sim priorizando, de forma que as editorias não selecionadas estivessem disponíveis em segundo plano.

#### 4. Resultados da pesquisa

Os pesquisadores aplicaram uma pesquisa qualitativa e quantitativa em 120 alunos de todos os cursos do Instituto de Ensino Superior COC, localizado em Ribeirão Preto, São Paulo - Brasil, e coletaram os seguintes resultados:

- Todos os pesquisados têm acesso à Internet;

- Mais de 50% acessa a rede de suas casas, através de banda larga via linha telefônica;
- Mais de 50% são homens;
- A faixa etária com maior frequência é a de 22 anos;
- Quase 50% dos pesquisados têm renda mensal superior a R\$2001,00;
- Quase 40% dos entrevistados permanecem ligados a Internet para se informar de 30 minutos a 59 minutos;
- Mais de 30% acessam constantemente à Internet em busca de atualização;
- Priorizam a confiança que têm em um meio de comunicação para adotá-los como fonte de informação;
- O tema que mais interessa os entrevistados é o entretenimento, mas seguido de perto por esportes;
- 65% têm interesse em utilizar um site personalizado;
- 65% não participariam de fóruns propostos por este site.

## 5. Considerações finais

A finalidade deste artigo é orientar os resultados de uma pesquisa que fundamentou e verificou a viabilidade de um site jornalístico com conteúdo personalizado. Através da pesquisa seria possível averiguar o que o público-leitor procura em um jornal on-line antes de desenvolver o site e fortalecer o campo da pesquisa para desenvolvimentos de jornais exclusivos do ambiente virtual.

A pesquisa bibliográfica mostra que o meio é mais dinâmico do que aparentava, ficando complicado analisar somente um lado da moeda quando fazemos parte dela. A comunicação acontece em todos os âmbitos de nossas vidas, em todas as pequenas frações de tempo há comunicação, se não estamos no papel de receptor, estamos no papel do emissor ou, quando não interpretamos os dois papéis no teatro de nossas vidas.

Não podemos esquecer dos temas abordados por Lévy, que definiu o mundo virtual e suas relações com os usuários. Aplicados ao conceito deste site de jornalismo on-line nos mostra como existe a

necessidade de acompanharmos as evoluções. A teoria da cibercultura, de manter a universalidade ao mesmo tempo em que dissolve a totalidade nos inspira na proposta de desenvolver o jornalismo personalizável através da interface que reúna pessoas de diversos níveis sociais em um lugar único sem condicioná-los como pessoas idênticas, que pensam de uma mesma forma. Proporcionaríamos ao ciberleitor vários caminhos para os quais damos liberdade de escolha. Segmentar o site e sua apresentação não excluem a possibilidade de consultar matérias não selecionadas no *login* e/ou na página de configuração.

Consideramos aqui todas as notícias importantes e relevantes para o desenvolvimento de uma consciência crítica e que debatam os acontecimentos que permeiam nosso dia-a-dia, por isso a primeira opção de criar um espaço de discussão neste veículo. Queríamos fazer o público participar e desenvolver neles a inteligência coletiva adormecida. Os fóruns teriam como principal função, canalizar as opiniões e discutir novas opções de solução para caos e problemas encontrados por estes indivíduos em seu meio social.

Na prática, podemos observar com os resultados da pesquisa, que esta geração brasileira ainda não está acostumada a expor aquilo que pensa e alega, dentro da pesquisa realizada, ser a falta de tempo a razão principal que os afasta dos fóruns. É curioso notar aqui, que a maioria dos jovens pesquisados são estudantes e se informam em período integral pela Internet, levantando pontos para uma próxima pesquisa que relacione com quais outras atividades o jornalismo divide espaço no tempo destes jovens e qual a importância que estes dão para o conteúdo e o meio.

Estamos na geração da participação e a tendência de criação de sistemas de identificação que personalizem os computadores e os sites na Internet, de certa forma, cria no ambiente virtual uma identidade que pode ser utilizada em vários outros sistemas e sites. Muito parecido com o desenvolvimento que a *Google* vêm implantando em todo o mundo. No Brasil a empresa responsável pelo site de buscas, desenvolveu um sistema que unificou os usuários em um único *login*, mesmo usuário e mesma senha fazem o *login* no *Orkut*, no *Gmail*, no *Google* e no *Google News*, versão em português que foi lançada recentemente. Este site reúne notícias de diversos



meios de comunicação brasileiros e oferece a opção ao usuário de personalizar o seu menú. Desenvolver um processo assim, vai de encontro ao que pudemos observar na resposta de uma das questões feitas durante a coleta dos dados, esse público está interessado em mudar a forma do acesso em jornais on-line. Diferente da proposta do *Google News*, o site proposto em nosso estudo oferecerá um conteúdo próprio, com linguagem diferenciada para o on-line e a opção de interagir com o ciberleitor, através de sugestão de pautas, personalização de capas, fóruns entre outros.

Em entrevista ao jornal *Le Figaro*, Bill Gates, dono da maior empresa de softwares do mundo, disse que as empresas jornalísticas devem investir em linguagem e formatos para Internet. De acordo com previsão de Gates, daqui a cinco anos leitores de jornais impressos vão migrar para o formato on-line. Esta afirmação deve ser interpretada com cautela e devemos comparar com as realidades brasileiras. Apesar dos avanços, o país ainda possui um número de usuários muito baixo, o acesso ao computador não é uma realidade presente em muitos lares brasileiros. Assim como outros meios, como a televisão, por exemplo, a Internet ainda está passando por uma fase de adaptação ao gosto popular. Algumas iniciativas do governo tentam garantir a aquisição do computador por um preço mais acessível a classes desfavorecidas de renda.

Apesar dessa posição nacional, o público que respondeu à nossa pesquisa parece não fazer parte desta realidade. Na amostra, grande parte dos pesquisados tem renda superior a dois mil reais mensais, renda que pode incluir a renda familiar, já que a maioria não exerce atividade remunerada, e todos têm acesso a Internet. Outro fator importante que comprova que estamos lidando com um público diferente da realidade nacional é ao acesso que geralmente é feito de suas casa, 52% têm mais acesso à rede de seus lares.

Outro aspecto apontado interessante que deve ser levado em consideração nesta elaboração é a quantidade de usuários que escolhem um site jornalístico por confiar no veículo. Um novo site para se consolidar tem que superar esta barreira e gerar credibilidade para conquistar a confiança. Logo em seguida, aparecem a facilidade e o conteúdo. O primeiro, comprova nossa teoria de *login* para o ciberleitor que facilita a escolha das notícias

que figurariam em cada homepage definida pelo usuário.

Com base em outro dado da pesquisa, os 65% dos pesquisados que aderem ao estilo de site e embasados nas teorias e fatos acima chego a conclusão de que o desenho deste novo site jornalístico personalizável e que oferece espaço de discussão para o ciberleitor, fortemente ligado a interatividade e utilizando ela como ferramenta é atualmente viável para implementação.

## 6. Referência bibliográfica e webgrafia

*10 anos de JB online*, disponível em:

<<http://jbonline.terra.com.br/destaques/2005/10anos/memoria.html>> acesso em 09/10/05.

*A manchete do JB impresso de hoje já está no 'JB Online', na rede mundial Internet*, disponível em:

<<http://jbonline.terra.com.br/destaques/5anos/memoria.html>> acesso em 09/10/05.

Arnet, M. F. (1997). *Desvendando o TCP/IP*. Editora Campos.

Barros, M. (2005/May 25). *Nascida na universidade, rede brasileira ganha as ruas*. Caderno Especial 2. Informática. Folha de São Paulo.

Dertouzos, M. L. (2000). *O que será? Como o novo mundo da informação transformará nossas vidas*. Companhia das Letras.

Jones, K. (2005/Set). *Our digital journey*. Anais da V Bienal Iberoamericana de Comunicação. Cidade do México, México.

Lemos, A. *Cibercultura. Alguns pontos para compreender a nossa época*, disponível em:

<<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/cibercultura.pdf>>. Acesso em 10/04/2005.

Lemos, A. (org). *Cibercidade. Um modelo de inteligência coletiva*, disponível em:

<<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/modelo.pdf>>. Acesso em 10/04/2005.

Lemos, A. *Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais*, disponível em:

- <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>>. Acesso em 10/04/2005.
- Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34.
- \_\_\_\_\_. (2000). *As tecnologias da inteligência. O futuro do pensamento na era da informática*. São Paulo: Editora 34.
- Matos, O. C. F. (1993). *A escola de Frankfurt: luzes e sombras do Iluminismo*. 6.ed. São Paulo: Moderna.
- McLuhan, M. (2001). *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Editora Cultrix.
- Mielniczuk, L. *Interatividade como dispositivo do jornalismo online*, disponível em:  
<[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2000\\_mielniczuk\\_interatividade\\_dispositivo.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2000_mielniczuk_interatividade_dispositivo.pdf)> acesso em 30/08/2005.
- Santaella, L. (2004). *Navegar no ciberespaço. O perfil cognitivo do leitor imersivo*. São Paulo: Editora Paulus.
- Santos, T. C. (2003). "Sociabilidade tecnológica". In *Complexidade à flor da pele*. São Paulo: Cortez Editora.
- Thompson, J. B. (1998). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes.
- Vilches, L. (2003). *A migração digital*. São Paulo: Editora PUC-Rio, Edições Loyola.

#### Sobre el autor

Jornalista, graduado em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo pela UNICOC, cursando Master in Information Technology pela mesma instituição.

E-mail: [wcrispim@uol.com.br](mailto:wcrispim@uol.com.br)