

Interatividade: uma ferramenta para o jornalismo

Interactividad: una herramienta para el periodismo

Autores: Ana Cristina Calábria

Luis Gustavo do Prado Brunelli

William Penna Crispim

Faculdades COC

55 16 3975-5237

55 16 8112-3343

wcrispim@uol.com.br

Resumen

Los diversos cambios que han ocurrido en los medios de comunicación y la convergencia de las medias han hecho aparecer una nueva forma de comunicarse. El periodismo on-line ha sido, primeramente, importado del diario impreso. Ha diez años, el mismo texto que podría ser leído en los grandes diarios estaba también disponible en las ediciones virtuales, pero no se tomaba en caso el público y la forma de acceso a la Internet. Este artículo discute una nueva herramienta para el periodismo online y las nuevas posibilidades de interacción entre el periodismo, la Internet y el usuario final, através de una propuesta de creación de un sitio personalizado para cada ciberleitor.

Palabras clave: internet, periodismo online, interactividad

1. Introdução

“O virtual não ‘substitui’ o ‘real’, ele multiplica as oportunidades para atualizá-lo”

Pierre Lévy

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

A tecnologia não é um agente autônomo separado da sociedade e da cultura. Ela é um ângulo de análise do sistema social e tecnológico, dependente do restante dos efeitos das

atividades humanas. Existem interações indissolúveis nas atividades humanas (*peças vivas e pensantes; entidades materiais naturais e artificiais; idéias e representações*) (Lévy, 1999:22).

Lévy (1999) discute que não há como romper esta conexão e estudar um caso isoladamente. A tecnologia faz parte do homem assim como o homem faz parte dela. As técnicas não são somente imaginadas, fabricadas e ou reinterpretadas durante seu uso pelos homens. O próprio uso intensivo das ferramentas constitui a humanidade.

Durante este artigo iremos discutir o ciberespaço, a cibercultura e relacionamento entre usuário e a Internet, já que o número de pessoas que têm algum tipo de acesso à rede no Brasil é de cerca de 32 milhões¹.

2. O Ciberespaço

O ciberespaço nada mais é que o novo espaço dos meios de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. São as várias máquinas conectadas a uma rede por cabos, 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, 1999:20).

Lévy (1999) atribui ao termo ciberespaço não apenas a infra-estrutura 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 completa 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 desintegração do indivíduo clássico, isolado na tribo, já que o esgotamento da perspectiva individualista favorece um “tribalismo” contemporâneo que descreve a vontade de estar junto, de compartilhar emoções. Nascem e multiplicam-se, então, as “comunidades emocionais” no ciberespaço. São as comunidades virtuais, constituídas por um grupo de

¹ Pesquisa realizada pelo Ibope/ NetRatings 2005.

pessoas que se correspondem mutuamente por meio de computadores interconectados. Daí a importância da nova *media*, a *Internet*, funcionando como um dos vetores de comunhão, englobando a televisão, o rádio e o jornal impresso.

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 em casa, transformando os indivíduos em aldeões urbanos: meio cosmopolitas sofisticados, viajando pelo mundo virtual, e meio caipiras, passando mais tempo em casa cuidando da família.

Desse modo, a interatividade permite aos usuários utilizarem 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, 2003:24).

2.1 Cibercultura

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

A cibercultura seria a terceira das três grandes etapas da história segundo Lévy (1999), pois ela mantém a universalidade ao mesmo tempo em que dissolve a totalidade, ou seja, o momento em que nossa sociedade tende a formar uma única comunidade mundial, ainda que essa comunidade seja desigual e conflitante.

Já Lemos (2003) a compreende 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 telecomunicações com a informática na década de 1970. No entanto, o prefixo “ciber” dá a entender um novo determinismo tecnológico. 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

contemporâneas sendo consequência direta da evolução da cultura técnica moderna (Lemos, 2003:12).

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.

*Não se trata, mais uma vez, de substituição de formas estabelecidas de relação social (face a face, telefone, correio, espaço público físico), mas do surgimento de novas relações mediadas. Trata-se de uma nova forma de religiosidade social trazida à tona pelas tecnologias digitais. Assim, ver o outro e ser visto, trocar mensagens e entrar em fóruns de discussão é, de alguma forma, buscar o sentimento de re-
ligação. (Lemos, 2003:15-16)*

2.2 Inteligência coletiva e Leitor Imersivo

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.

Não se trata aqui de uma utopia, mas de uma constatação do potencial do ciberespaço e de forçar os poderes públicos a instaurarem práticas neste novo espaço de fluxo. No entanto, tudo não passa ainda de mera potência, já que ainda faltam exemplos concretos que demonstrem a viabilidade desses projetos. As cibercidades devem aproveitar este potencial para criar formas de relação direta entre um espaço e outro (Lemos, 1999:20).

O jornalismo pode utilizar o “ciber” para acelerar cada vez mais o ritmo das alterações tecno-sociais, colaborando para a inclusão e participação da sociedade na cibercultura.

Os coletivos cosmopolitas compostos de indivíduos, instituições e técnicas não são somente meios ou ambientes para o pensamento, mas sim seus verdadeiros sujeitos (Lévy, 2000:19).

Porém, o grande número de indivíduos sem acesso ao computador ou a rede, pode constituir um veneno. Devido ao seu aspecto participativo, socializante e emancipador, a tendência é a de que aqueles que não estiverem inseridos serem excluídos radicalmente, porque cada vez mais há a necessidade de ser incluído no grupo devido à necessidade de compartilhar emoções, de se estar junto, o que se insere no contexto da transformação ilimitada da interconexão, do meio de comunicação.

Durante muito tempo polarizada pela “máquina”, anteriormente fragmentada pelos programas, a informática contemporânea – programas e hardware – está desconstruindo o computador em benefício de um espaço de comunicação navegável e transparente, centrado na informação (Lévy, 1999:43).

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.

Lucia Santaella (2004) constrói um perfil de um leitor da era virtual. Este receptor ou usuário coloca em ação habilidades de leitura muito distintas daquelas empregadas em outras mídias como o livro.

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, 2004:12).

O leitor é independente para estabelecer sozinho a ordem textual, ou mesmo se perder na desorganização dos fragmentos. O ciberleitor é um organizador de conteúdo da hipermídia no ciberespaço. Ele não é mais um leitor contemplativo, que rigidamente segue as seqüências de um texto, virando páginas ou pesquisando bibliotecas, mas um leitor em estado de prontidão, que ajuda a construir o texto ao interagir com os *hyperlinks*.

Essas manipulações se processam por meio de uma tela interativa ou interface que é lugar e meio para o diálogo. Por intermédio de instrumentos materiais (tela, mouse, teclado) e imateriais (linguagem de comando), o receptor transforma-se em usuário e organiza sua navegação como quiser em um campo de possibilidades cujas proporções são suficientemente grandes para dar a impressão de infinidade. Os programas interativos ainda oferecem ao navegador a

possibilidade de mudar de identidade e de papel numa multiplicidade de pontos de vista (Santaella, 2004:163).

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.

Assim, o que deve permanecer, em meio a todas as mudanças que virão, é aquilo que chamo de leitor imersivo. Mesmo que as interfaces mudem, o leitor imersivo continuará existindo, pois navegar significa movimentar-se física e mentalmente em uma miríade de signos, em ambientes informacionais e simulados. Portanto, as mudanças cognitivas emergentes estão anunciando um novo tipo de sensibilidade perceptiva sinestésica e uma dinâmica mental distribuída que essas mudanças já colocaram em curso e que deverão sedimentar-se cada vez mais no futuro (Santaella, 2004:184).

3. A interatividade

Quando pensamos em produzir um novo site, ou um modelo de jornalismo on-line voltado para os jovens, levantamos algumas abordagens relevantes e de certa forma observamos o que já existia disponível para este determinado público. É fato que o jornalismo on-line em sua implantação utilizava a mesma linguagem visual e escrita, melhor traduzida pela palavra *webwriting*, do jornalismo impresso, encontrado em jornais e revistas. “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” (Vilches, 2003:23).

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.

De acordo com Lévy (1999, p.20) pode-se estabelecer 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. 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 sincrônica (como é o caso dos chats), como assíncrônica (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 hipermidiático no qual camada de dados relacionados entre si permitem gerar uma informatização a partir de escolhas aleatórias (Santaella, 2004:164).

Dentro do projeto 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 ciberleitor 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, 2003:234).

A conexão necessária entre os geradores da comunidade (seus criadores) e os visitantes (os que ajudam a comunidade a continuar funcionando) ocorre com o uso de algo chamado *feedback*, que é o apoio prestado aos visitantes por parte dos geradores. Este relacionamento visitante 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. 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. 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, 2003:23-24).

4. Considerações finais

Baseado nos conteúdos discutidos neste artigo, o jornalismo on-line vai evoluir, em relação ao jornal impresso, até converter-se em um meio totalmente diferente daquele no qual se originou, assim como o livro on-line já é diferente do livro impresso e o mesmo do manuscrito.

Podemos ver que a interatividade pode ser uma ferramenta muito útil para o jornalismo on-line, principalmente em relação ao desenvolvimento de uma inteligência coletiva apurada, com os espaços de debate do que acontece no mundo, cedidos pela mídia e na forma como dá o direito de inserir o indivíduo no ciberespaço e novo meio de comunicação. Por que não trazer o internauta para um jornalismo on-line onde possa desenvolver seu senso crítico, se informar e participar dos assuntos que fazem parte das alterações da sociedade em que está inserido?

Este é o modelo de site personalizado proposto para interagir com o ciberleitor através de uma interface personalizada que garante a independência do mesmo para com o seu conteúdo. A interface também pode ser considerada, conforme Vilches (2003), um meio de comunicação e cultura. Esses dois aspectos são chaves para que se defina uma relação dialógica entre usuário e máquina. O Jornalismo e público-alvo leitor.

Bibliografia

Dertouzos, Michael L. O que Será? Como o Novo Mundo da Informação Transformará Nossas Vidas. Editora Companhia das Letras, 2000.

Lemos, André; Cunha, Paulo (orgs). Olhares sobre a Cibercultura. Sulina, Porto Alegre, 2003; pp. 11-23.

Lemos, André (org). Cibercidade. As cidades na cibercultura., Editora e-papers, Rio de Janeiro, 2004, pp. 19-26.

Lemos, André. Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais. [online] Disponível na Internet via WWW. URL: <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/interac.html>. Capturado em 10/04/2005.

Lévy, Pierre. Cibercultura. Editora 34, São Paulo:, 1999.

Lévy, Pierre. As tecnologias da inteligência. O futuro do pensamento na era da informática. Editora 34, São Paulo, 2000.

Marques, Patrícia do Prado. Não é o que parece: a interatividade no ambiente virtual, in conectiva revista de estudo midiáticos. Universidade Vale do Sapucaí, Pouso Alegre, Minas Gerais, Brasil, 2004.

Santaella, Lucia. Navegar no ciberespaço. O perfil cognitivo do leitor imersivo. Editora Paulus, São Paulo, Brasil, 2004.

Vilches, Lorenzo. A migração digital. Editora PUC-Rio, Edições Loyola, São Paulo, Brasil, 2003.

Materiais necessários para apresentação:

- computador com cd-rom
- software Powerpoint (Microsoft) instalado.
- projetor