

A interactividade na esfera do Ciberjornalismo

Inês Albuquerque Amaral¹

¹Instituto Superior Miguel Torga

Resumo

A tecnologia gera o campo cultural (Kerckhove, 1997). Com base nesta premissa, é objecto de estudo a transformação do campo comunicacional que se verifica com os novos media. Neste sentido, propõe-se a análise da alteração dos processos de produção e, conseqüentemente, de recepção de notícias introduzida pela interactividade. Parte-se do pressuposto de que a interacção é um elemento incontornável da própria comunicação mediada por computador, pelo que o novo paradigma da comunicação introduzido pela Cibercultura emerge como noção central na problematização a desenvolver. São elementos de análise: o novo cenário digital do Ciberjornalismo, as características dos novos media, a emergência da interactividade enquanto processo de comunicação, e os *self*media como extensão dos novos media.

Nota introdutória

A alteração do campo sócio-cultural e, conseqüentemente, comunicacional que se verifica com a introdução das novas tecnologias nas esferas pública e privada da sociedade interfere directamente na forma como percebemos o mundo. Os novos media são dispositivos que «operam a recontextualização comunicacional dos nossos dias» (Marcelo, 2004). Actualmente, vivemos o início do paradigma da individualização, com o progressivo processo de informatização da sociedade. Este paradigma traduz-se na possibilidade do receptor ser também emissor, assumindo-se assim como um modelo de personalização. Neste sentido, as novas tecnologias vieram introduzir novas formas de discurso e de leitura. A transição da massificação para a individualização da comunicação permite a materialização da metáfora da “aldeia global”, postulada por Marshall McLuhan.

A transmutação do analógico para o digital implica também que os tradicionais modelos de edição e publicação de informação sofram alterações no suporte electrónico. Os novos media obrigam a uma reconfiguração das práticas jornalísticas na medida em que a interactividade, como característica principal do cenário digital, permite a personalização da informação.

As características dos novos media

As especificidades da comunicação no espaço virtual, que decorrem das características da sociedade contemporânea, implicam novas rotinas jornalísticas e novas linguagens. Canavilhas (2001) considera que com o jornalismo online «a máxima “nós escrevemos, vocês lêem” pertence ao passado». Interessa, por isso, analisar a forma como a tecnologia foi apropriada pelo Ciberjornalismo. Se o processo de recepção se altera com a Internet, a produção do discurso jornalístico tem de se adaptar ao meio interactivo.

Os novos dispositivos tecnológicos acrescentam à prática jornalística um novo “modus operandi”. O ambiente online caracteriza-se pela instantaneidade e o final do “deadline” convencional; a interactividade e a participação activa do utilizador; e a hipertextualidade, abolindo as convencionais noções de tempo e de espaço dos media tradicionais, introduz o conceito de leitura não-linear – produção activa de significados (Puccinin, 2003). A verdadeira dimensão da Internet traduz-se num *medium* interactivo e dinâmico, que combina elementos estáticos e em movimento (capturados do real e/ou sintetizados por computador), sem limites espacio-temporais.

Umberto Eco, nos anos 60, sugeriu a noção de “obra aberta”, que formulava um conjunto de princípios que irrompem e produzem uma textualidade singular. Esta premissa pode ser recuperada com o hipertexto, tendo em conta dos seus princípios: descontinuidade, indeterminação e pluralidade.

João Canavilhas (2001) apresenta quatro factores estruturantes da diferença entre jornalismo tradicional e jornalismo digital: distribuição (o acesso), personalização (o papel activo do utilizador), periodicidade (fim da lógica de “uma edição, um produto”) e informação útil (prática e objectiva). Estes elementos inserem-se na reconfiguração que a Internet faz do espaço mediático. Neste sentido, verificam-se alterações no modo de acesso à informação jornalística e na sua organização estrutural e formal. O Ciberjornalismo mantém os princípios básicos da profissão, mas necessita de se adaptar a três níveis: difusão, organização da informação e redacção/apresentação da informação.

Palacios (2002) enumera seis características particulares do jornalismo digital: multimédia/convergência, interactividade, hipertextualidade, personalização, memória e

atualização contínua. Esta enumeração tem por base os elementos que compõem a linguagem da Internet e as potencialidades das ferramentas digitais. Já Marcos (2003) defende que a tecnologia condiciona o conteúdo. O autor considera que com os novos media se passa da pirâmide invertida à pirâmide convergente, que se define pela sua multitextualidade. Não se trata de alterar a forma de fazer jornalismo, mas adaptar a produção de notícias ao discurso digital e à narrativa interactiva que o caracteriza. A pirâmide convergente segue a lógica da pirâmide invertida, mas complementa a informação central com o recurso a elementos multimédia e textuais agregados numa rede de hiperligações. Neste sentido, Marcos (2003) indica cinco elementos que definem o Ciberjornalismo: multimédia, hipertextualidade, instantaneidade, interactividade e universalidade.

A possibilidade de desconstruir a informação em hiperligações permite que o utilizador possa escolher o seu percurso e elaborar uma leitura personalizada. O hipertexto confere um papel de produtor de significação ao leitor. A navegação está previamente programada – é essa a essência da própria máquina hipertextual, e a liberdade do receptor situa-se ao nível do encadeamento de conexões. No entanto, ao leitor é dada a sensação de produção dos textos. Bolter (*in* Mielniczuk, 2000) considera que o hipertexto atribui ao leitor uma autoria que pode ser interpretada como um processo de co-autoria. Daqui decorre que, a interactividade permitida pela narrativa hipertextual incentiva à construção de um discurso de significações, delineado através de uma rede de hiperligações.

O incentivo de fluxos bidireccionais, isto é, a troca de informação entre o utilizador e o jornalista e entre os próprios utilizadores pode também ser desenvolvido com os novos media. A criação de processos de interactividade num meio de comunicação digital articula-se através de ferramentas como o correio electrónico, listas de discussão, fóruns, chats, inquéritos, comentários aos artigos. Estes instrumentos têm um papel importante na construção de uma interacção mútua e personalização, substituindo a tradicional interactividade reactiva, praticamente mecânica e intuitiva.

A emergência da interactividade enquanto processo de comunicação

A interactividade é a principal característica da esfera digital (online e offline) e tem por base a escrita não-linear e não-sequencial – o hipertexto. O termo resume tudo o que de diferente é atribuído às novas tecnologias da informação e da comunicação. A definição exacta de interactividade é «tipo de relação com uma máquina que implica uma reciprocidade das trocas». Brenda Laurel (1990: 34) define a interactividade como «a capacidade que os humanos detêm de participar em acções num contexto de representação».

A interacção humano-computador pode ser vista como um processo de comunicação entre dois sistemas cognitivos, que fazem tratamento de informação simbólica. De um lado está o ser humano, cujas estruturas cognitivas elaboram representações simbólicas da realidade. O outro sistema, o computador, é uma máquina que transforma sinais produzidos pelos programadores para produzir os sinais que os utilizadores interpretam e manipulam nas suas interfaces.

Lemos (1997) apresenta a passagem do modelo “um-todos” para o modelo “todos-todos”. O investigador observa que os media tradicionais impõem passividade ao público e uma pré-escolha das informações que serão transmitidas. Por seu lado, as tecnologias digitais trazem novas formas de circulação de informações, assumindo-se como um modelo descentralizado e universal. No jornalismo online, a interactividade existe no âmbito de uma série de processos. O utilizador estabelece várias relações de interacção no ambiente online: com a máquina; com o produto; com outros utilizadores (Reckziegel, 2001).

Genericamente, entende-se que desde que existam hiperligações, o produto constitui um exemplo definitivo de interactividade. No entanto, será tão linear assim? Serão exemplos de interactividade as interfaces que apenas permitem (re)acções limitadas? Se existe consenso no que diz respeito à interactividade dos links, as interfaces que restringem a acção do utilizador dividem opiniões. Numa primeira análise, a interactividade é a inerente ao hipertexto e assume-se como determinante na nova relação que se estabelece nos meios online entre leitor e texto. A simples acção de navegar traduz-se numa actividade interactiva. O hipertexto permite a continuidade da informação, mediante escolhas realizadas na teia de hiperligações que constitui a Internet. Programas de televisão em que os espectadores podem votar em certas

respostas, jogos de computador e de consola que respondem à acção de um “*joystick*” são exemplos da fronteira entre a interactividade e a “reactividade” (Primo e Cassol: s/d). A discussão da interactividade dos exemplos atrás descritos pode passar pelo argumento de diferentes tecnologias. Mas com certeza que são exemplos de interacção muito semelhantes ao que se passa na web: a leitura não-linear deve ser mais do que a escolha de um percurso evidente. No entanto, a interacção mediada por computador pode ser muito mais do que isso. Primo e Cassol (s/d) concluem que os paradigmas mecanicistas e as perspectivas lineares ainda influenciam a forma como a interactividade tem sido vista em ambientes informáticos.

Enquanto dispositivo técnico, a interactividade é um elemento constitutivo do jornalismo online. No entanto, é também uma condicionante das relações que se estabelecem entre os novos media e o público/utilizadores. Neste sentido, a interactividade assume-se como um aspecto formador e, simultaneamente, formante da produção de notícias para a rede:

«A interactividade mais do que uma simples característica, pode ser lida como um dispositivo: algo que marca, condiciona e determina processos que interferem na produção, no produto e na recepção dos sites jornalísticos desenvolvidos para a web» (Mielniczuk, 1999).

Alonso e Martínez (2003) alertam para o facto de, com o novo meio tecnológico e a interactividade, os conceitos de público e de audiência de massas remeterem para uma outra noção: a de utilizador. Os novos media constroem uma nova forma de escrita e, conseqüentemente, de leitura. Assim sendo, o receptor (agora convertido em utilizador) passa a ter um papel pró-activo, que procura informação personalizada de acordo com os seus interesses. Os autores argumentam ainda que, se a selecção depende do receptor e não apenas do emissor, podemos falar de um «gatekeeping misto». Esta alteração, em relação aos media tradicionais, deve-se sobretudo à interactividade enquanto característica própria da rede. Este elemento do cenário digital modifica a relação clássica entre emissor e receptor, já que agora o receptor se converte em utilizador e pode, simultaneamente, ser emissor de mensagens.

Lopes García (2003) defende que o emissor perde a sua identidade histórica no Ciberjornalismo. O autor considera que o público recupera o protagonismo, modificando a noção de “gatekeeper” – aquele que determina, em última instância, o que será notícia e o que não será. Neste sentido, caminha-se para a noção de «sysop» - system operator. Este conceito é apresentado por García como o moderador da interactividade com os utilizadores. No entanto, não nos parece que esta teoria seja incompatível com a função do “gatekeeper” tendo em conta que não se situa na esfera da rotina jornalística. Se parece evidente que a produção de informação para a Internet é substancialmente diferente das rotinas jornalísticas dos media tradicionais, não concordamos com as versões quase apocalípticas de que o jornalista na web será reduzido a um mero produtor de conteúdos e mediador da interacção. Neste sentido, consideramos que a função de “gatekeeper” se mantém, sofrendo as naturais alterações que um meio interactivo implica. Segundo Anabela Gradim (s/d),

«o acesso às fontes agiliza-se, e as trocas com os leitores são exponenciadas, facto que fragiliza o jornalista (os leitores, colectivamente, sabem mais do que ele próprio), pode e está a ser aproveitado para produzir melhor jornalismo e para refinar os processos de verificação dos factos».

Efectivamente, com a velocidade da Internet perde-se o pressuposto de que o leitor não tem acesso à fonte do jornalista. Sendo a rede um espaço de aceleração e de acesso aberto, a função do “gatekeeper” necessita de ser repensada. Como nota Raquel Recuero (2003), esta teoria foi criada no âmbito da comunicação de massas, onde existe um modelo de comunicação “um-todos”. Na Internet, o fluxo de comunicação é predominantemente horizontal e caótico. Logo, é possível que os utilizadores acedam às fontes de informação primárias. Neste sentido, os novos dispositivos (como os weblogs e as *webzines*) e as comunicações mediadas por computador obrigam à redefinição do “gatekeeper”, mas sobretudo ao reconhecimento da existência de informação não profissionalizada na web. A interactividade no jornalismo online não automatiza o processo de comunicação, anulando a figura do jornalista. O que se verifica é, como já referimos antes, a possibilidade do utilizador definir o seu percurso pela informação, podendo definir o seu ritmo e a sua sequência.

Actualmente, numa breve navegação pela rede, verifica-se que ainda existe pouca interactividade nos meios de comunicação online. Muitas vezes é mesmo possível classificar a interacção como reactiva – o utilizador apenas tem a possibilidade de navegação não-linear e de contacto, via email. Gorelik *e al* (2000 *in* Oliveira, 2001) criaram 18 medidas para mensurar o grau de interactividade, aplicando estes parâmetros em 100 jornais digitais. Os critérios foram agrupados em seis dimensões da interactividade (Heeter, 1989 *in* Oliveira, 2001): possibilidades de escolha, esforço dos utilizadores na procura de informações, *feedback* ao utilizador, facilidade de comunicação interpessoal, facilidade de adicionar informação, e monitoramento do uso do sistema. O estudo permitiu concluir que a maioria dos sites noticiosos não explora a capacidade interactiva da Internet.

Os *self media* como extensão dos novos media. O caso dos weblogs

A nova esfera tecnosocial remete para uma virtualização da comunicação. A Internet é um espaço de espaços, onde coabitam o público e o privado, o local e global, o material e o virtual. Em termos geográficos são diluídas as fronteiras mas são também promovidos novos espaços de sociabilidade, novos territórios, novas identidades e práticas sociais (Silva, 1999). O ciberespaço – potenciado pelas comunicações mediadas por computador, criou os “netcitizens”. O cidadão do mundo digital, à deriva na teia da Internet.

A noção de utilizador assume-se no novo universo de sociabilização e de comunicação como ideia central. E se a interactividade marca as relações entre jornalistas e ciberaudiência nos novos media, potencia também a emergência dos *self media* – espaços alternativos de comunicação não profissionalizada na rede. A tecnologia permite que os homens se tornem media individuais – “*self media*”, tornando as suas mensagens acessíveis a um vasto público.

O desenvolvimento do paradigma da individualização e, paradoxalmente, da cibersociedade (ou tribos cibernéticas) introduz os *self media* como uma extensão dos novos media e uma consequência da “Era de Emerec” (o homem receptor e emissor em simultâneo), idealizada por Jean Cloutier nos anos 70. A Internet, enquanto nova esfera da opinião pública (à escala global), permite a democratização da difusão de

comunicação. Logo, as *webzines*, as páginas pessoais, os fóruns, os chat's, as listas de discussão, os weblogs dão existência a um novo fenómeno – a auto-edição.

Os weblogs assumem-se como uma revolução no acesso à difusão na Internet por parte do cidadão comum. A escrita, individual ou colectiva, sob a forma de texto em páginas próprias tornou-se uma prática recorrente na rede desde que surgiram os weblogs. A facilidade de utilização da ferramenta e a rápida expansão dos sistemas de publicação e alojamentos gratuitos permitiram o crescimento deste fenómeno.

«Num curto espaço de tempo, os weblogs (ou blogues) passaram de uma simples aplicação informática, a um importante dispositivo de comunicação» (Canavilhas, 2004).

O conceito de blogue foi utilizado a primeira vez em Dezembro de 1997, por Jon Berger. O Blogger, a principal ferramenta de desenvolvimento destes dispositivos, foi criado em Agosto de 1999 (Canavilhas, 2004). A blogosfera – o universo dos weblogs, tem vindo a crescer desde então à “velocidade da luz”. Os principais atractivos parecem ser o imediatismo, o mediatismo (a repercussão na mediasfera) e a globalização da mensagem. Este fenómeno é, actualmente, o expoente máximo da informação não profissionalizada na rede.

A rede está inundada de weblogs. E todos os temas têm o seu lugar. Existem blogs sob a forma de diário privado, com textos literários, de intervenção cívica, sobre a actualidade, que analisam os media, de discussão política, relacionados com cultura, como suporte de arquivo de artigos publicados em jornais, para registar instantes fotográficos... Raquel Recuero (2003) propõe cinco categorias, abertas e heterogéneas, para classificar estes dispositivos: diários (remetem para a vida pessoal ou opiniões gerais do autor), publicações (informação apresentada de modo opinativo), literários (contam histórias ficcionadas ou compilam crónicas), clippings (recortes de outras publicações – profissionais ou não) e publicações mistas (misturam *posts* – entradas – pessoais com uma vertente mais informativa).

Recuero (2003) questiona se os weblogs serão novas formas de jornalismo. Não nos parece que se possa considerar este dispositivo uma nova vertente da produção jornalística, na medida em que o elemento dominante dos blogs é a personalização, que

valoriza o autor e se centra, essencialmente, na dimensão opinativa. Neste sentido, o espaço para objectividade, o rigor, a edição e a novidade – características primeiras da actividade jornalística, é reduzido pela opinião.

Conclusões

A redefinição das relações comunicativas entre os jornalistas e a audiência centra-se na premissa de que o leitor passa a ser activo e, logo, a sociedade intervém nos processos de produção da informação. A aceleração da era da Cibercultura produz novos espaços e novas esferas. A multiplicação da velocidade da comunicação traduz-se num espaço onde se inscrevem infinitas tribos de interesses e inúmeros significados partilhados. Neste sentido, o turbilhão caótico que é a rede interfere directamente na produção de informação. A mensagem jornalística, enquanto produto, é afectada pela introdução da interacção directa na comunicação. A interactividade interfere com os processos de produção e de recepção de informação online, mas não é condição determinante que seja a alteração do primeiro a redefinir o segundo. Uma análise do discurso jornalístico na web à luz das características do meio digital e da interacção Humano-computador, permitem a conclusão de que é a própria tecnologia que obriga a uma redefinição dos conceitos de produção e de recepção no ambiente online.

As significações no ciberespaço remetem para construção social partilhada – inteligência colectiva (Lévy, 2001), à semelhança do que acontece com todos os dispositivos de comunicação. No entanto, a velocidade do mundo sem paralelo que o ciberespaço abre implica permanentes redefinições nas estruturas cognitivas. Lévy (2001: 111) apresenta o ciberespaço como o espaço que favorece «as sinergias entre as inteligências individuais». Os *self* media, enquanto extensão dos novos media, demonstram como a emergência do ciberespaço implica uma mutação radical da comunicação. A produção de informação não profissionalizada na rede é delineada com base no conceito de interacção, sendo que o emissor da auto-edição é o utilizador comum da Internet e o potencial receptor dos novos media. Torna-se evidente que a audiência do jornalismo online é parte integrante da edição para a web. Assim sendo, o processo de produção de informação necessita de ser adaptado à noção de utilizador. A relação com o público tem de ser redefinida com base no novo modelo de comunicação

– “todos-todos”, como se de uma extensão da esfera “um-um” se tratasse. Neste sentido, consideramos que a produção e a apresentação da informação difundida na rede deve ter como pressuposto a modificação da recepção. Esta questão é relevante, mas não pode ser determinante na produção da informação. A alteração do paradigma comunicativo introduz a interactividade enquanto elemento do discurso digital. Por isso, a produção jornalística tem de ser adaptada às características do novo cenário tecnológico e da esfera em que está inserida, sem prejuízo dos princípios que pautam o jornalismo.

Bibliografia

- **Barbosa**, Elisabete, *Interactividade: a grande promessa do Jornalismo Online*. [em linha] URL: <http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=barbosa-elisabete-interactividade.html>, 2001 (consultado em Janeiro de 2005) - _____, *Jornalistas e público: novas funções no ambiente online*. [em linha] URL: <<http://www.labcom.ubi.pt/agoranet/02/barbosa-elisabete-jornalistas-publico.pdf>>, s/d (consultado em Janeiro de 2005) - **Canavilhas**, João, *Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web*. [em linha] URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhas-joao-webjornal.html>, 2001 (consultado em Dezembro de 2004) - _____, *Blogues políticos em Portugal: O dispositivo criou novos actores?* [em linha] URL: <http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhas-joao-politica-e-weblogs.html>, 2004 (consultado em Janeiro de 2005) - **Gradim**, Anabela, *Os géneros e a convergência: o jornalista multimédia do século XXI*. [em linha] URL: <<http://www.labcom.ubi.pt/agoranet/02/gradim-anabela-generos-convergencia.pdf>>, s/d (consultado em Dezembro de 2004) - **Kerckhove**, Derrick de, *A Pele da Cultura*, Lisboa, Relógio d'Água, 1997 - **Laurel**, Brenda, *The Art of Human-computer Interface Design*, Addison Wesley, 1990 pp 30-41 - **Lemos**, André, *Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais*. [em linha] URL: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interac.html>>, 1997 (consultado em Janeiro de 2005) - **Lévy**, Pierre, *O que é o virtual?*, Coimbra, Quarteto, 2001 pp 100-115 - **Marcelo**, Ana Sofia, *Novos media: inauguração de novas formas de sociabilidade*. Apresentação no Ibérico 2004. Sessão Novas Tecnologias, Novas Linguagens, 2004 - **Mielniczuk**, Luciana, *Interatividade no Jornalismo Online: o Caso do Netestado*. [em linha] URL: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/1999_mielniczuk_netestado.pdf>, 1999 (consultado em Janeiro de 2005) - _____, *Interatividade como dispositivo do jornalismo online*. [em linha] URL: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2000_mielniczuk_interatividadedispositivo.pdf>, 2000 (consultado em Janeiro de 2005) - **Moraes**, Maira, *Produtos interativos para consumidores multimídia*. [em linha] URL: <<http://www.facom.ufba.br/pretextos/maira.html>>, 1998 (consultado em Janeiro de 2005) - **Nocí**, Javier Díaz; Aliaga; Ramón Salaverría (Ed.), *Manual de Redacción Ciberperiodística*, Barcelona, Editorial Ariel, 2003 - **Oliveira**, Roseli Maria de Souza, *O impacto da Internet no jornalismo: características e recomendações para a concepção de jornais digitais interativos*. [em linha] URL: <<http://teses.eps.ufsc.br/defesa/pdf/3013.pdf>>, 2001 (consultado em Janeiro de 2005) - **Palacios**, Marcos Silva, *Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate*. [em linha] URL:

- <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf>, 2002 (consultado em Janeiro de 2005) - **Priberam**, Dicionário [em linha] URL: <<http://www.priberam.pt/dlpo/>> (consultado em Dezembro de 2004) - **Primo**, Alexandre; CASSOL, Márcio, *Explorando o conceito de interatividade: definições e taxonomias*. [em linha] URL: <<http://www.psico.ufrgs.br/~aprimo/pb/pgie.htm>>, s/d (consultado em Janeiro de 2005)
- **Puccinin**, Fabiana, *Jornalismo online e prática profissional: Questionamentos sobre a apuração e edição de notícias para web*. [em linha] URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=puccinin-fabiana-jornalismo-online-pratica-profissional.html>, 2003 (consultado em Dezembro de 2004) - **Quadros**, Cláudia, *Jornalismo na Internet: conveniência, informação e interação*. [em linha] URL: <<http://www.intercom.org.br/papers/xxiv-ci/np02/NP2QUADROS.pdf>>, s/d (consultado em Janeiro de 2005) - **Reckziegel**, José Sadi, *Recepção em Jornalismo Online*. [em linha] URL: <http://www.geocities.com/reckziegel/Recepcao_Jornalismo_online.htm>, 2001 (consultado em Dezembro de 2004) - **Recuero**, Raquel da Cunha, *Warblogs: Os Blogs, a Guerra do Iraque e o Jornalismo Online*. [em linha] URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=recuero-raquel-war-blogs.html>, 2003 (consultado em Janeiro de 2005) - **Silva**, Lídia Oliveira, *Comunicação: A Internet – a geração de um novo espaço antropológico*. [em linha] URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=silva-lidia-oliveira-Internet-espaco-antropologico.html>, 1999 (consultado em Janeiro de 2005)