

# INTERATIVIDADE NO JORNALISMO *ONLINE*: O CASO DO NETESTADO

Luciana Mielniczuk\*

## Resumo

As publicações *online* na Internet, passam a utilizar os recursos interativos existentes na rede para a comunicação entre as pessoas. Para verificar como a questão da interatividade está sendo tratada optou-se por um estudo de caso do jornal brasileiro NetEstado. Foi possível conhecer as percepções do jornal e de leitores acerca do assunto, assim como apontar os aspectos onde há sintonia ou divergências.

## 1 Introdução

O modelo tradicional de meios de comunicação de massa caracteriza-se por apresentar uma estrutura de transmissão de informações unidirecional, onde uma única fonte emissora difunde a informação para uma massa de receptores dispersos geograficamente. Assim funcionam, por exemplo, o rádio, a televisão e o jornal impresso. Num cenário recente, surgem as mídias digitais que, devido a algumas de suas características, introduzem a idéia de redes de comunicação. Tais mídias, entre elas a Internet, são constituídas por canais bidirecionais de fluxo de informação, tornando possível emitir e receber informações através do mesmo meio e, praticamente, ao mesmo tempo.

As publicações eletrônicas, a maioria desenvolvidas para o WWW, utilizam-se das potencialidades do meio, entre elas os recursos de comunicação entre computadores oferecidos pela rede tanto para difundir como para receber, ou ainda, para permitir que seus usuários troquem informações entre si. Tais recursos, aqui denominados de recursos interativos, podem ser exemplificados pelo *e-mail*, *chat*, *talk*, *ICQ*, *CU-SeeMe*, entre outros.

---

\* Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia.

Centrando as atenções na questão da interatividade nos jornais *online*, indaga-se como o assunto é tratado nestes jornais e se autor e leitor possuem o mesmo entendimento e expectativas acerca da questão. O presente texto está dividido em dois momentos: o primeiro apresenta uma conceituação para interatividade no âmbito das publicações *online* desenvolvidas para o WWW e o segundo momento traz constatações parciais de um estudo maior<sup>1</sup> realizado junto ao jornal NetEstado e um grupo de seus leitores.

## 2 Interatividade

Uma das características da comunicação mediada por computador é a interatividade, que também constitui-se em uma das principais diferenças entre a Internet e as mídias convencionais. A configuração tecnológica da rede possibilita a manifestação imediata, por parte do leitor através do mesmo canal utilizado para a difusão da informação, o que não acontece nas mídias tradicionais.

A discussão acerca do assunto, como mostra Machado (1997), é antiga e não foi introduzida com a disseminação da microinformática. Na década de trinta, Brecht ao pensar sobre o rádio dizia:

“(...) hay que transformar la radio, convertirla de aparato de distribución en aparato de comunicación. La radio sería el más fabuloso aparato de comunicación imaginable de la vida pública, un sistema de canalización fantástico, es decir, lo sería si supiera no solamente transmitir, sino también recibir, por tanto, no solamente oír al radioescucha, sino también hacerle hablar (...)”  
(1984, p.89)

Nos anos setenta, Enzensberger (1979) apontava a distância existente entre emissor e receptor, dizendo que o *feedback*, do ponto de vista técnico, estava reduzido ao mínimo possível. No mesmo período, em seus estudos sobre televisão, Williams (1992) chamava a

---

<sup>1</sup> Este artigo apresenta dados parciais obtidos no desenvolvimento da dissertação de mestrado intitulada “Jornalismo *online* e os espaços do leitor: um estudo de caso do NetEstado”, defendida junto ao PPGCOM / UFRGS em dezembro de 1998.

atenção para a diferenciação entre reatividade<sup>2</sup> e interatividade. O primeiro conceito estaria ligado à idéia de registrar a reação da audiência através de um menu de opções, já a interatividade implicaria em uma resposta genuína dos membros da audiência.

Vittadini defende a idéia de que para compreender e definir a interatividade proposta pelas novas mídias é necessário fazê-lo “a través de la identificación de múltiples relaciones con otras formas de comunicación conocidas por nosotros” (1995, p.151). Segundo a autora, o conceito de interação, identificado com qualquer campo do saber, abrangendo as ciências exatas e humanas, refere-se a um tipo de ação que envolve vários sujeitos. Caracteriza-se por

“situar-se en un espacio-tiempo en cuyo ámbito se establece un campo de acción común en el que los sujetos involucrados deben poder entrar en contacto entre si. Es asimismo fundamental la capacidad de acción de cada sujeto, que debe estar en condiciones de influir en el sucesivo desarrollo de la interacción determinandolo con su actuación: cada acción de un sujeto debe constituir la premisa de las acciones realizadas posteriormente por los demás. En fin, la interacción se realiza sobre la base de una serie de reglas y puede llegar a introducir cambios en el contexto” (Vittadini, 1995, p. 151).

Na Comunicação, o diálogo interpessoal é uma forma de interação. Uma situação em que duas ou mais pessoas colocam-se em contato direto ou através de alguma mediação para participar de uma ação comum, onde todos os sujeitos envolvidos possuem o poder de agir. Para cada ação proposta corresponderá uma reação distinta, modificando o contexto do grupo.

---

<sup>2</sup> Para Vittadini reatividade é “la capacidad de suscitar reacciones en los espectadores (...) Se trata, no obstante, de un tipo de influencia recíproca que no se refiere a un intercambio comunicativo singular y en el que el poder comunicativo no está equitativamente distribuido entre los interlocutores; también porque el canal de transmisión de las informaciones no es único y los que están a disposición de los usuarios se caracterizan por una potencia difusiva inferior” (1995, p.153).

Ainda na opinião de Vittadini, interatividade seria “un tipo de comunicación posible gracias a las potencialidades específicas de unas particulares configuraciones tecnológicas” (1995, p.154). Ou seja, a interatividade é viabilizada por determinada configuração tecnológica - recursos informáticos e canais bidirecionais de transmissão de informações - cujo objetivo é possibilitar a interação entre as pessoas.

Ao tratar do assunto, Lemos, propondo uma classificação para as formas de interação que fazem parte do nosso cotidiano, diz que “experimentamos, todos os dias, formas de interação ao mesmo tempo técnica e social” (1997). De acordo com o autor:

- *interação social*: diz respeito à relação homem-homem, também é denominada simplesmente interação;

- *interação técnica*: refere-se à relação homem-técnica<sup>3</sup>. Esta relação é entendida como “uma atividade tecno-social presente em todas as etapas da civilização” (Lemos, 1997). Em outras palavras, esta instância, também denominada interatividade, caracteriza-se pela ação dialógica entre o homem e a máquina.

Das colocações feitas por Vittadini e Lemos, depreende-se que existe uma diferenciação entre interação e interatividade. A primeira está relacionada ao contato interpessoal, enquanto a segunda é mediada - por computadores - e tem como finalidade possibilitar a interação.

Lemos (1997) divide ainda a interatividade em analógico-mecânico ou eletrônico-digital. Esta última permite ao usuário, além de interagir com a máquina (única possibilidade oferecida pela interação analógico-mecânica), também interagir com o conteúdo, ou seja, com a informação. Para estes casos específicos, torna-se imprescindível fazer referência à importância da interface, pois ela é a zona de contato entre homens e máquinas e possui a função de “traduzir, articular espaços, colocar em comunicação duas realidades diferentes” (Bairon, 1995, p. 18).<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Por técnica o autor entende ferramenta, objeto ou máquina, que é, e sempre foi, inerente ao social.

<sup>4</sup> Sobre o assunto interface ver LAUREL, Brenda. **Computer as theatre**. Addison-Wesley, 1993.

O autor sugere<sup>5</sup> ainda um tipo de interação fruto da relação máquina-máquina. Tal situação é ilustrada por Negroponte ao descrever a seguinte situação “(...) se sua geladeira nota que está faltando leite, ela pode ‘pedir’ ao carro para lembrá-lo de comprar leite a caminho de casa” (1995, p. 184). A principal questão é que os microprocessadores que integram nossos aparelhos domésticos ainda não funcionam em sistemas integrados. O autor explica que uma torradeira

“(...) deveria ter a capacidade de conversar com os outros aparelhos. Na realidade, seria algo bem simples estampar em sua torrada matinal o preço de fechamento de sua ação favorita. Antes, porém, é necessário conectar a torradeira ao noticiário” (Negroponte, 1995, p. 184).

É interessante esclarecer que as diferentes classificações apresentadas não possuem caráter de exclusão e sim de complementação

Referindo-se especialmente à interatividade do tipo eletrônico-digital, Vittadini (1995) propõe um modelo para a classificação dos níveis de interatividade<sup>6</sup> que, entre outros critérios, considera os tempos de resposta e a complexidade do diálogo.

O tempo que um sistema demora para responder a uma solicitação do usuário é determinante para a existência de interatividade. Quanto mais rápida for a resposta, respostas quase simultâneas, melhor será a qualidade do diálogo interativo. Quanto à complexidade do diálogo, a classificação do nível de interatividade se dá a partir da comparação com um processo de conversação interpessoal e a capacidade que o sistema possui de simular o comportamento de um interlocutor real. Neste contexto há três níveis de complexidade: a) baixa complexidade: são os sistemas baseados na seleção de respostas por parte do usuário mediante um menu de opções; b) alta complexidade: estes sistemas, mais complexos, levam em

---

<sup>5</sup> Sugestão realizada durante o seminário Cybercultura, provido pelo PPGCOM/UFRGS juntamente com o Curso de Mestrado em Comunicação Social /PUC-RS, em Porto Alegre, no mês de novembro de 1997.

<sup>6</sup> A título de ilustração vale referenciar Laurel, que, juntamente com critérios objetivos, considera como um aspecto importante para avaliar o nível de interatividade do sistema o grau de envolvimento do usuário.

consideração as informações fornecidas pelos usuários em momentos anteriores, ao propor-lhes novas situações. É o exemplo da realidade virtual, “los desplazamientos de objetos realizados en un entorno virtual son memorizados por el sistema y, aunque el usuario haya ‘salido’ de la habitación en la que ha realizado el desplazamiento, el resultado de su acción le es repropuesto en el momento en que vuelve a entrar” (Vittadini, 1995, p.169); e c) complexidade intermediária: consiste nos sistemas interativos que permitem a comunicação entre os usuários através da troca de mensagens. Um exemplo é o Videotel, na Itália, um sistema de viteotexto semelhante ao Minitel francês.

O último caso, o de complexidade intermediária, consiste, segundo a autora, em um caso de dupla interação - primeiro uma interação homem-máquina, seguido de uma interação homem-homem, através da máquina. Sendo assim, o espaço criativo estaria na interação social e não na possibilidade de interatividade proporcionada pela máquina, pois o sistema permite apenas a troca de mensagens em forma de texto. Por este motivo o nível de interatividade é apenas intermediário e não alto.

Lemos (1997) e Vittadini (1995) abordam a interatividade como um processo complexo e, em contextos diferenciados, ambos mencionam a coexistência de tipos diferentes de interações, foram citadas as relações homem-homem, homem-máquina, homem através da máquina, máquina-máquina. Para sintetizar tal abordagem, neste texto, adota-se o termo multi-interativo para designar o conjunto de processos que envolvem a situação do leitor de um jornal *online*. Entende-se que, diante do computador - conectado à Internet - o usuário estabelece relações: a) com a máquina; b) como a própria publicação, através de suas interfaces; e c) com outras pessoas - seja autor ou outros leitores - através da máquina.

### 3 A interatividade no NetEstado

Para conhecer e poder comparar as percepções do jornal e de leitores sobre interatividade no jornal *online*, optou-se por realizar um estudo de caso sobre o **NetEstado**, a

---

Segundo ela: “you either feel yourself to be participating in the ongoing action of the representation or you

versão *online* do jornal **O Estado de S. Paulo** (OESP). A escolha do jornal deveu-se principalmente aos seguintes fatores: 1) possui *site* próprio não tendo sua *home page* atrelada ao *site* da empresa à qual pertence; 2) explora os recursos interativos na parte editorial, tornando-se um exemplo rico de ser trabalhado; 3) é nacionalmente conhecido e reconhecido; e 4) apresentou disposição em colaborar com a investigação.

Em 1993, dois anos antes da Internet ser utilizada comercialmente no Brasil, o **OESP** lançou o projeto Estadão Multimídia, desenvolvido em conjunto com a Agência Estado e no qual era prevista a divulgação de informações através de seis canais de informação: *paggers*, *displays*, fax, BBS, *voice mail* e videotexto. Um dos objetivos do projeto Estadão Multimídia foi introduzir o conceito de edição contínua. De acordo com esta idéia, a informação deve chegar ao leitor o mais cedo possível com o propósito de antecipar a edição impressa ou de complementar as notícias já publicadas no jornal.

Deixando de ser gratuito, em junho de 1995, o Estadão BBS - principal produto do projeto citado -, além de cobrar os serviços de seus usuários, ampliou a gama de textos oferecidos aos leitores. Juntamente com as áreas de informática e agricultura, também passou a ser oferecido o 'Suplemento Mulher'. Mais tarde, o serviço foi novamente ampliado, incluindo o 'Panorama', um resumo diário com as principais notícias de várias seções do jornal.

Com a implantação da Internet comercial no País e a possibilidade de disponibilizar as informações através de uma interface gráfica, o sistema BBS - pouco amigável - não fazia mais sentido. Em 9 de dezembro de 1995, o primeiro número do **OESP online** foi disponibilizado, já com o nome de **NetEstado**. O *site*, cujos serviços não são cobrados, é acessado pelos endereços <http://www.estado.com.br> e <http://www1.estado.com.br><sup>7</sup>.

Muito diferente da forma apresentada hoje, as primeiras edições *online* possuíam um volume bastante pequeno de conteúdo e um *design* muito simples. Tais fatores podem ser

---

don't" (Laurel, 1993, p.20).

<sup>7</sup> Por motivos de segurança o *site* está disponível em dois provedores diferentes. O ZAZ, pertencente à RBS - Rede Brasil Sul de Comunicações - e o UNIEMP (Instituto Universidade Empresa), uma instituição de direito privado mantida por empresas paulistas juntamente com a UNICAMP (Universidade de Campinas). Tendo dois servidores, o jornal não corre o risco de ficar fora do ar por questões técnicas.

explicados pela tecnologia pouco conhecida na época e pela pouca experiência dos profissionais envolvidos em projetos deste tipo.

Uma descrição mais detalhada do *site* do **NetEstado** pode ser feita a partir da organização da tela de apresentação - a primeira tela - em grupos de *links*. Esta descrição foi feita com base na observação dos exemplares entre os dias 13 e 19 de setembro de 1998, datas que correspondem a uma semana de domingo à sábado. A estrutura básica da *home page* foi dividida em quatro regiões principais, designadas pelas letras A, B, C e D:

**Região A :** Constitui-se do cabeçalho da página, contendo à direita numa linha superior o logotipo do **NetEstado** e, à esquerda, o espaço para *banners* de publicidade. Na linha inferior estão os dois endereços do *site*, o logotipo do **OESP** e os *links* para Índice das Notícias e Últimas notícias/AE.

**Região B :** Esta área limita-se à barra de navegação<sup>8</sup> do **NetEstado**, que possui as seguintes possibilidades: Estadão (capa), Especiais, Suplementos, Arte Digital, Variedades, Seu Bairro, Pesquisa, Manual de Redação, Serviço ao Assinante, Grupo OESP, Fale Conosco, Fórum e Mapa do Site. A barra de navegação está localizada abaixo do cabeçalho ocupando um espaço vertical à esquerda da tela. Ao clicar sobre cada um dos *links* desta barra e mantendo o botão do *mouse* pressionado, o leitor abre uma pequena janela, dentro da própria barra de navegação, contendo as opções que o *link* oferece. Por exemplo, ao clicar em Suplementos, na janela menor aparecem as opções de suplementos: Feminino, Agrícola, ZAP!, etc. O usuário possui duas opções: clicar no *link* Suplementos e ir para uma outra tela com o índice dos suplementos ou clicar em Suplementos, segurar o *mouse* e clicando diretamente no suplemento desejado. A segunda opção subtrai a passagem por uma tela índice.

**Região C:** Ocupa a parte central da tela, onde concentram-se os *links* para as editorias: Economia, Política, Cidades, Geral, Internacional, Caderno 2 e Esportes. Em cada editoria sempre há chamada para uma, duas ou três matérias. É nesta área também que fica o *link* para o *The Wall Street Journal*.

---

<sup>8</sup> Conjunto de *links* que aparece constantemente, em geral no mesmo lugar, no *site*, com a função de orientar a navegação do usuário.

**Região D:** Situada no final da página, em sentido horizontal, é uma seção denominada ‘Diretório Estadão’. A região está dividida no sentido longitudinal em duas. Na parte superior, estão *links* para a parte editorial. Com exceção de [English Section](#) e [Brazil this week](#), os outros três links - [Suplementos](#), [Editoriais](#) e [Colunistas](#) - estão aparecendo pela segunda vez no jornal, pois já constam da barra de navegação. Na parte inferior desta região são encontrados os *links* para outros *sites* do Grupo Estado, sejam de cunho editorial ou de serviços. São eles: [JT Web](#), [Agência Estado](#), [Rádio Eldorado](#), [Classificados](#), [Marketplace](#), [Listas Amarelas](#), [Assinaturas](#), [Roteiro](#), [Divirta-se](#) e [Guia](#). À esquerda do ‘Diretório Estadão’ estão os *links* [Prêmio de Mídia Estadão](#), [1968 do Sonho ao Pesadelo](#) e [Internet Explorer](#).

### 3.1 A versão oficial <sup>9</sup>

Nas palavras do editor-executivo do jornal, “interatividade é a possibilidade de romper o isolamento do jornalista com relação ao leitor. A possibilidade de o leitor se fazer enxergar, se tornar visível ao jornalista” (Martins, 1998). “O que está faltando é o hábito, falta mudar a cultura para que o jornalista se habitue a consultar e a responder imediatamente às mensagens dos leitores”, completa.

Ao editar um jornal, o objetivo principal não é provocar a interação com o leitor, mas sim provocar a reflexão acerca do assunto publicado. Para Martins “(...) a interatividade é um sinal apenas, para nós, de que ele foi atingido. Ou seja, de que aquela informação, aquela matéria, aquele conteúdo alcançou o leitor de uma maneira até mais emocional ou até mais profunda. Isso é o que significa o *e-mail* dele, a mensagem dele, o retorno que ele faz” (1998).

São apontados como recursos que o jornal utiliza para incentivar a interatividade os seguintes itens:

- os *e-mails*, em todas as editorias;

---

<sup>9</sup> As colocações feitas neste item estão única e exclusivamente embasadas na série de entrevistas realizadas com o editor-executivo do **NetEstado** em janeiro de 1998.

- o Fale Conosco, uma tela que remete aos *e-mails* das editorias e de outras seções do jornal como assinaturas do jornal, clube do assinante, entre outros;
- Fórum, uma seção que disponibiliza mensagens enviadas pelos leitores a respeito de assuntos propostos ao debate pelo jornal;

Sobre a não utilização dos *chats*, Martins justifica a opção em função da impossibilidade de controlar a natureza das informações que são veiculadas e a importância do jornal ser responsável pelo conteúdo que disponibiliza na rede.

A importância em ouvir o leitor está na possibilidade de conhecer melhor este leitor, sendo uma fonte de informação que pode auxiliar no planejamento das páginas. “É preciso saber como ele está, o que ele está pensando” (Martins, 1998). Sobre a necessidade do leitor contatar o jornal para emitir sua opinião acerca de algum assunto publicado, Martins questiona se essa necessidade não é saciada caso “ele converse com alguém e mostre que está bem informado” (Martins, 1998). Na opinião do editor, talvez o leitor não tivesse mais a necessidade de contatar o jornal.

Quanto aos recursos interativos, cabe referir a existência de um formulário *online* no *link* Comentários e Sugestões sobre o NetEstado, que não foi citado pelo editor.

### **3.2 Com a voz, os leitores<sup>10</sup>**

As opiniões emitidas pelo grupo de usuários pode ser organizadas em três grandes categorias abaixo descritas.

#### Aspectos importantes que os leitores apontam em um jornal *online*

---

<sup>10</sup> Para conhecer a opinião de leitores, foram realizadas entrevistas em profundidade com um grupo de oito leitores, todos residentes em Porto Alegre. Esta delimitação deu-se única e exclusivamente por limitações de recursos. Tais leitores haviam preenchido anteriormente um formulário *online* de cadastramento disponibilizado pelo jornal. Foi feito um primeiro contato por parte do jornal com todos os 35 porto-alegrenses cadastrados. O objetivo era apresentar o trabalho e solicitar colaboração. Os voluntários, totalizando oito (22,80%), fizeram contato direto com a responsável pela pesquisa.

- instantaneidade: atualização permanente;
- praticidade: está no computador, evita uso do papel;
- forma de apresentação: navegação e *design*;
- possibilidades oferecidas: hipertexto, banco de dados, pesquisa;
- gratuidade: não é preciso pagar pelo serviço.

### Percepção dos leitores sobre o que é interatividade

#### *A - Conceito de interatividade*

- os leitores percebem que há diferentes tipos de interatividade. Citam a interatividade entre o usuário e o produto jornal e a interatividade do usuário com profissionais da redação ou com outros leitores;
- interagir com o jornal está relacionado com atender necessidades do usuário. Um exemplo é fazer pesquisas;
- interagir com a redação tem a função de ampliar o serviço de informação (responder dúvidas ou aprofundar informação) ou de proporcionar colaboração por parte do leitor (enviar sugestões de pauta);
- a interação entre pessoas através do jornal (com a redação ou com outros leitores) não assume o *status* de algo muito importante.

#### *B - Aspectos necessários para um jornal online ser interativo*

- atualização constante;
- agilidade para tratar e divulgar informações;
- forma de hipertexto (para facilitar a localização da informação);
- *design* adequado à Internet;
- diversificação dos assuntos oferecidos pelo jornal;
- arquivo;
- pesquisa / modo de busca.

### Interatividade e NetEstado

- arquivo e pesquisa recebem elogios;
- demora ou ausência de respostas para mails enviados por leitores;
- *design* muito ligado ao padrão impresso;
- sugestão de segmentação para incentivar a interatividade.

A partir da interpretação das informações apresentadas, é possível fazer algumas constatações:

a) Os leitores consideram que o mais importante em um jornal *online* os seguintes itens: instantaneidade; praticidade; forma de apresentação; possibilidades oferecidas pela versão *online*; e gratuidade. É importante lembrar que, ao responderem esta questão, os leitores ainda não tinham recorrido sobre interatividade, nem tinham conhecimento do interesse da entrevistadora neste assunto;

b) O conceito de interatividade, nos depoimentos dos leitores remete a duas idéias: 1 - entre usuário e produto jornal e 2 - entre usuários e outras pessoas (redação ou leitores);

c) Dos sete aspectos citados como relevantes para que um jornal *online* seja interativo, cinco deles (atualização constante; forma de hipertexto; *design*; arquivo e pesquisa) aparecem também no primeiro tópico ‘O mais importante em um jornal *online*’. Constata-se que: 1) a interatividade é realmente um aspecto importante para os leitores, mesmo quando eles não a chamam assim; e 2) o tipo de interatividade a que os leitores referem-se neste caso é a que proporciona a interação entre usuário e jornal enquanto produto;

d) No tópico ‘Interatividade e **NetEstado**’ nota-se que: 1) sobre interatividade entre usuário e produto, o **NetEstado** recebe elogios para arquivo e pesquisa, recebendo críticas para o *design*; 2) sobre interatividade entre usuários e outras pessoas, mesmo não sendo apontado como um aspecto relevante, recebe críticas sobre a demora ou ausência de respostas aos *e-mails* de leitores;

#### 4 Conclusão

De acordo com as informações estudadas, observa-se duas situações contraditórias. A primeira diz respeito ao discurso e à prática da utilização dos recursos interativos na parte editorial do jornal *online*. O **NetEstado** apresenta muitos recursos interativos, abrindo espaços para o leitor comunicar-se com o jornal ou com outros leitores. Mesmo restringindo-se à utilização do *e-mail*, este aparece com diferentes finalidades: participação do Fórum, envio de opiniões para matérias específicas, contato com o jornalista que assina o texto, contato com o editor, questionário específico para saber a opinião do leitor. Enfim, as oportunidades para o uso do *e-mail* são bastante freqüentes.

Esse uso freqüente, que funciona como um convite para que o leitor envie suas impressões para o jornal, parece não estar em sintonia com o discurso do editor, quando este afirma que a interatividade é apenas um sinal de que o leitor foi atingido. A interpretação que se faz é a seguinte: o jornal não considera a interatividade entre leitor e redação ou entre os leitores algo importante, mas mesmo assim utiliza recursos interativos em seu *site*. Esta tensão aparece também na maneira como estes recursos são utilizados, pois não há uma padronização na sua utilização ou textos esclarecedores dirigidos aos leitores.

Parece não existir uma definição sobre os objetivos que o jornal pretende atingir quando proporciona ao leitor a possibilidade de interatividade. A idéia que fica é a de que não existe um planejamento definido com relação a utilização dos recursos interativos no corpo do material editorial do jornal. Prova disto também são as reclamações dos leitores sobre a demora ou a falta de respostas para os *e-mails* enviados ao jornal.

A outra situação contraditória, diz respeito ao conceito de interatividade. Como foi abordado anteriormente, a situação dos usuários de jornais *online* é composta por processos multi-interativos: o leitor interage com a máquina, com o produto jornal e com outras pessoas através do jornal. A respeito deste assunto foi possível constatar que os leitores priorizam a

interatividade existente entre usuário e produto jornal enquanto o editor menciona apenas a interatividade entre as pessoas.

É curioso observar, no entanto, que o editor discorre, ao longo das entrevistas, sobre a interatividade que envolve usuário e produto. Menciona a preocupação em desenvolver uma linguagem adequada à Internet e descreve a utilização dos recursos de hipertexto, porém em nenhum momento denomina de interatividade estas possibilidades. Ele fala na interatividade usuário x produto, mas não a denomina como tal.

Observa-se, então, que leitor e autor, neste caso, estão priorizando conceitos diferenciados de interatividade, indicando que o jornal, embora utilize os recursos interativos na publicação, não está conseguindo ouvir os leitores com eficiência.

Um ponto que deve ser considerado é que, embora os leitores priorizem a interatividade usuário x produto, reclamam da ineficiência da interatividade usuário x jornal (redação). Fato interessante, pois apesar de não ser o tipo de interatividade mencionada como prioritária, ela torna-se importante através da reclamação realizada.

Pensando a questão da interatividade em jornais *online* de uma maneira mais ampla, tem-se uma realidade muito recente. É como se estivéssemos vivendo a infância da tecnologia da televisão, quando os primeiros programas de auditório resumiam-se a programas radiofônicos gravados com uma única câmera que estática. Naquela época, a tecnologia da televisão não estava desenvolvida e também não era conhecida. Não se sabia o que era possível fazer. A utilização dos recursos interativos da Internet nos jornais *online* é um processo que está por firmar seus passos. É um objeto desconhecido, das suas possibilidades ainda não há muitas certezas, mas utilizar estes recursos com descuido certamente não é a melhor estratégia.

Em função da situação observada são feitas algumas sugestões para que o jornal organize-se e usufrua melhor dos benefícios que podem ser trazidos a partir da utilização dos recursos interativos:

- definir questões conceituais sobre o assunto interatividade;

- definir quais são os objetivos que se pretende alcançar abrindo canais para que o leitor manifeste-se;

- adotar medidas de ordem prática, tais como: a) otimizar a utilização dos recursos já disponíveis tornando-os fáceis de usar (criando padrões) e transparentes aos leitores (textos explicativos e incentivadores). Porém, de nada adianta aprimorar as portas de entrada, se não há condições de atender às solicitações. Por este motivo, é preciso estruturar dentro da rotina de trabalho atitudes e atividades que atendam à futura demanda de acordo com os objetivos estabelecidos.

- as informações mais relevantes obtidas junto aos leitores - como é o caso de formulários disponibilizados *online* para serem preenchidos pelos leitores - devem ser organizadas em sistemas de bancos de dados, de modo que possam ser processadas e acessadas de forma quase que instantânea, de acordo com as necessidades do jornal;

- uma tendência recente tem levando alguns jornais *online* a cobrar pelos serviços. Nota-se a insatisfação entre os leitores da amostra ao manifestarem-se sobre esta questão. O quadro que se apresenta neste momento é especialmente favorável para a captação de novos leitores e para a fidelização de clientes já existentes, pois aparentam estar muito insatisfeitos com a possibilidade de precisar pagar por um jornal *online*.

Algumas medidas apontadas exigem investimentos econômicos, mas outras não. Não é objetivo deste trabalho abordar a questão da viabilidade econômica dos jornais *online* e suas prioridades orçamentárias.

Acredita-se que o assunto analisado neste texto ao mesmo tempo em que não foi contemplado em sua amplitude, é um tema emergente acerca do qual, nos próximos anos, devem surgir muitos estudos. Por este motivo conclui-se este texto apresentando sugestões para outras abordagens:

a) Em *links* do jornal que não foram consideradas áreas editoriais foram encontrados outras possibilidades de interatividade durante algumas navegações exploratórias. Por exemplo,

a Galeria de Arte, o Quiz Show, o suplemento ZAP!. Sugere-se ampliar o estudo da interatividade no **NetEstado** também para estas seções;

**b)** Devido a algumas limitações encontradas na técnica de entrevistas realizadas com os leitores, como por exemplo, a dificuldade de elaboração de conceitos ou a possibilidade de confrontar idéias, fica a sugestão para utilização de grupos de discussão. Esta técnica pode ser muito útil para o jornal conhecer a opinião de seus leitores sobre assuntos mais complexos ou detalhados, como por exemplo, questões relativas a navegação do *site*. A técnica de grupos de discussão permite a segmentação dos grupos por sexo, idade, entre outros;

**c)** Como os leitores citaram com freqüência outras publicações, estabelecendo comparações durante a formulação de seus depoimentos, um trabalho que faça uma abordagem comparativa entre publicações *online*, parece ser produtivo para averiguar o que realmente agrada ou não os leitores;

**d)** Por último, é interessante verificar o comportamento dos usuários que participam dos recursos interativos, como por exemplo o Fórum, realizando estudos na comunidade virtual dos leitores do jornal.

Finalizando, são necessárias algumas considerações a respeito do trabalho realizado. Primeiro, os estudos de caso, por trabalharem apenas uma situação determinada, não permitem a realização de generalizações. Por outro lado, este método é apropriado para o estudo de situações pouco conhecidas, permitindo um conhecimento aprofundado sobre aquele determinado objeto. Segundo, a amostra trabalhada constituiu-se apenas de leitores residentes em Porto Alegre. Esta opção foi imposta por limitações de ordem financeira; não seria viável trabalhar com uma amostra geograficamente dispersa.

É muito importante ter consciência das limitações citadas. No entanto, é imprescindível contextualizar o momento em que o estudo foi desenvolvido: os jornais *online* são uma realidade muito recente e ainda são poucos os estudos desenvolvidos sobre o assunto. Um exemplo é o desconhecimento dos próprios jornais *online* sobre seus leitores. A partir deste viés, apesar de suas limitações, o presente estudo pretende contribuir para futuras

investigações. Não é possível fazer generalizações tampouco afirmações contundentes, porém acredita-se que as percepções aqui apresentadas podem ser muito úteis como indicadores para a solução de problemas existentes e para o desenvolvimento de outros trabalhos.

## 5 Referências Bibliográficas

ARMAÑANZAS, Emy; et alli. **El Periodismo Electrónico: información y servicios multimedia en la era del ciberespacio**. Barcelona: Ariel, 1996.

BAIRON, Sérgio. **Multimídia**. São Paulo: Global, 1995.

BEAUMONT, José. La Prensa Cambia de Papel. **In:** Apuntes de la Sociedad Interactiva: autopistas inteligentes y negocios multimedia. México: FUNDESCO, 1994.

BETTETINI, Gianfranco; COLOMBO, Fausto. **Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación**. Barcelona: Paidós, 1995.

BRECHT, B. **El Compromiso en Literatura y Arte**. Barcelona: Ediciones Península, 2. ed., 1984.

CAUDURO, Flávio Vinícius. O Digital na Comunicação. **In:** LEVACOV, M; et al. Tendências na Comunicação. Porto Alegre: L&PM, 1998.

CHANDLER, Daniel. **Technological or Media Determinism**. [online] Disponível na Internet via WWW. URL: <http://www.aber.ac.uk/~dgc/tecdet.html> Arquivo capturado em 08.01.98.

ENZENSBERGER, H. M. **Elementos para uma Teoria dos Meios de Comunicação**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1979.

GILDER, George. **A Vida Após a Televisão**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1996.

GIOVANNINI, Giovani. **Evolução na Comunicação: do sílex ao silício**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.

- KIMBERLEY, Robert. Electronic journal distribution: a prototype study. **In:** The Electronic Library. Oxford, v.13, n.4, August, 1995.
- LANDOW, George. **Hypertext: the convergence of contemporary critical theory and technology.** Baltimore: The Johns Hopkins, 1992.
- LASSWELL, Harold D. A Estrutura e a Função da Comunicação na Sociedade. **In:** COHN, Gabriel. Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo: Cia. Editora Nacional, 1975.
- LAUREL, Brenda. **Computer as theatre.** Addison-Wesley, 1993.
- LEINER, Barry; et alli. **A Brief History of the Internet.** [online] Disponível na Internet via WWW. URL: <http://www.isoc.org/internet-history/>. Arquivo capturado em 26.07.97.
- 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>. Arquivo capturado em 07.11.1997.
- LEVACOV, Marília. **From Printed to Eletronic: a case study of Nautilus CD-ROM.** Boston: Boston University / School of Education (tese de doutorado), 1994.
- LEVACOV, Marília. **Os Novos Paradigmas do Texto Eletrônico.** Texto apresentado no V COMPÓS, GT - Comunicação e Sociedade Tecnológica, São Paulo - USP, 1996.
- LEVACOV, Marília. **Bibliotecas Virtuais: problemas, paradoxos, controvérsias.** [online] Disponível na Internet via WWW. URL: <http://www.ilea.ufrgs.br/intexto/a-v1n1a5.html>. Arquivo capturado em 10.11.1997.
- MACHADO, Arlindo. O Fim do Livro? **In:** Estudos Avançados. n.8, v.21, 1994, maio/agosto.
- MACHADO, Arlindo. As Comunicações sob o Impacto da Informática. **In:** Comunicação e Educação. São Paulo, v.1, n.2, p.14 -20, janeiro/abril , 1995.
- MACHADO, Arlindo. Hipermídia: o labirinto como metáfora. **In:** DOMINGUES, Diana. (org.) A Arte no Século XXI: a humanização das tecnologias. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1997.
- MARTINS, Luciano. Entrevista concedida a autora, jan, 1998.

- MATTELART, Armand; MATTERLART, Michèle. **Historia de las Teorias de la Comunicación**. Barcelona: Paidós, 1997.
- MENDOZA, Miguel R.; TOLEDO, Jose A. A. de. **Demographics and Behavior of the Chilean Internet Population**. [online] Disponível na Internet via WWW. URL: <http://www.usc.edu/dept/annenberg/vol3/issue1/mendoza.html> Arquivo capturado em 11.12.97.
- MORRIS, Merril; OGAN, Christine. **The Internet as Mass Medium**. [online] Disponível na Internet via WWW. URL: <http://207.201.161.120/jcmc/vol1/issue4/> . Arquivo capturado em 09.07.97.
- NEGROPONTE, Nicholas. **Vida Digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- NETESTADO [online]. Versão *online* do jornal. Disponível na Internet via WWW. URL: <http://www.estado.com.br>
- PAULAPURO, Hannu. The future of paper in the information society. **In:** The Electronic Library. Oxford, v.9, n.3, June, 1991.
- POOL, Ihiel de Sola. **Tecnología sin Fronteras**. México: Fondo de Cultura Económica, 1993.
- SANDBOTHE, Mike. Interatividade, Hipertextualidade, Transversabilidade: Uma análise da Internet a partir de uma filosofia da mídia. **In:** Caderno de Filosofia e Ciências Humanas. Belo Horizonte: ano1, out, 1993.
- SANTAELLA, Lúcia. **A Cultura das Mídias**. São Paulo: Razão Social, 1992.
- STARK, Richard. The Newspaper of the Future. **In:** The Electronic Library. Oxford, v.12, n.4, August, 1994.
- TAS, Marcelo. Sentidos Digitais. **In:** Veja, 25 anos: reflexões para o futuro. São Paulo: Ed. Abril, 1994.
- TRIVIÑOS, Augusto. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

- VIDALI, Paolo. *Experiencia e Comunicación en los Nuevos Media*. **In:** BETTETINI, Gianfranco; COLOMBO, Fausto. *Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación*. Barcelona: 1995.
- VITTADINI, Nicoletta. *Comunicar con los Nuevos Media*. **In:** BETTETINI, Gianfranco; COLOMBO, Fausto. *Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación*. Barcelona: 1995.
- WILLIAMS, R. **Television: technology and cultural form**. Hanover: Wesleyan University Press, 1992.
- WINKIN, Y. **La Nueva Comunicación**. Barcelona: Kairós, 1994.
- WYK, Johan van. *Electronic Publishing: electric book or battery brochure?* **In:** *The Electronic Library*. Oxford, v.11, n.4/5, August/October, 1993.