

CAPÍTULO 5

Três Modelos de Jornalismo Digital Personalizado: *Fishwrap*, *Pointcast* e *CRAYON*

O avanço das tecnologias nem sempre tem sido plenamente incorporado pelo campo jornalístico, que assimila as inovações que são propostas sem previamente efetuar um levantamento de suas características e das implicações da sua aplicação. Esse procedimento, regra geral, resulta em um subaproveitamento desses recursos e equipamentos, além do que, no aspecto discursivo, o jornalismo se estrutura a partir das mesmas estratégias das fases anteriores. A prioridade para os computadores centrais, de grande porte, quando já se configurava a revolução das redes locais, no começo do processo de informatização dos jornais brasileiros, em meados dos anos 80, é um caso recente¹. A rápida análise dos jornais digitais, empreendida nos Capítulos 3 e 4 deste Manual, indica que o quadro se repete.

A persistência na manutenção de velhos modelos, quase sempre inadequados ao suporte emergente, parece irmanar a grande maioria das experiências comerciais do jornalismo digital nacional e mundial. Os três produtos analisados a seguir - *Fishwrap*, *Pointcast News* e *CRAYON*- são o resultado de pesquisas e processos de criação que visam, mesmo que de forma ainda experimental e/ou incipiente, a prática de um jornalismo mais adaptado ao novo ambiente comunicacional contemporâneo.

Fishwrap: O Papel de Embrulhar Peixe

O Laboratório de Mídia (*Media Lab*) do Massachusetts Institute of Technology (MIT), criado em 1979, em Cambridge (EUA), lançou em 1993 o projeto de pesquisa *News of the Future*, sob coordenação de Walter Bender a fim de realizar estudos interdisciplinares das conseqüências da revolução digital no mundo jornalístico. Entre os vários projetos propostos estava o desenvolvimento de um protótipo de jornal laboratório (em versão digital) denominado

¹ Cf. LAGE, Nilson. As novas tecnologias da comunicação. In *Pauta Geral*, Ano 1, n°1, Salvador, Logos, 1993, p. 22.

Fishrwrap. O título do veículo parafraseia o bem humorado provérbio: “jornal hoje é notícia; amanhã embrulha peixe”. Criado para facilitar a comunicação entre os vários setores do MIT, o *Fishwrap* pretendia romper com o modelo de jornal tradicional (seja impresso ou eletrônico), que chega às mãos dos leitores configurado previamente, sem se preocupar em atender de forma individual aos seus assinantes.

O *Fishwrap*² permite aos seus assinantes acesso às notícias e às matérias especiais de interesse particularizado em suas próprias casas, na tela de um computador pessoal. Um programa estabelece escala de prioridades, dentro do vasto material disponibilizado, para as notícias do MIT e do mundo. O veículo (evitaremos tratar a experiência como “jornal” porque o *Fishwrap* explora os recursos de multimídia, com textos, voz e imagens) opera com agências de notícias (*Reuters, Associated Press, Knight-Ridders/Tribune, BPI Entertainment*) e com contribuições da comunidade do MIT, que prepara o calendário de eventos culturais e sociais. Os itens são selecionados para a edição de acordo com os aspectos geográficos e a relevância do assunto. As notícias são editadas a partir de categorias como “Mundo das Estrelas”, “Jogos e Entretenimento”, “Inteligência Artificial” ou “O. J. Simpson”, atendendo a uma demanda conjuntural.

A publicação emprega um programa chamado *Glue* (cola) que agrupa as notícias recebidas de forma personalizada, considerando vários aspectos como: perfil do usuário; representação do conhecimento; novos fornecedores; autenticação; auto-organização da comunidade; custos e apresentação. Este é o primeiro produto jornalístico que atende às preferências individualizadas do público.

Após o registro, quando o novo usuário é identificado e recebe uma senha, o acesso passa a ser livre de qualquer local, podendo o interessado obter um conjunto de informações particularizadas em 15 segundos. Cada edição focaliza um assunto principal e as matérias são ilustradas com gráficos e áudio.

² Esta apresentação do *Fishwrap* retira a maioria dos dados dos artigos de CHESNAIS, Pascal et alii. The fishwrap personalized news system e CHESNAIS, Pascal. Reactions to the fishwrap: an experimental *online* personalized newspaper. (<http://www.media.mit.edu>)

O processo de identificação do perfil do assinante consiste na resposta a três perguntas: 1) De onde você é? 2) Qual é sua relação com o MIT? e 3) Quais são seus principais interesses? Estas perguntas possibilitam a definição do conteúdo do material noticioso que será oferecido em cada edição personalizada. A resposta da primeira questão é usada para selecionar e enviar as notícias de sua cidade, na seção perfil individual de notícias. Esta seção contém informações locais relevantes, variando de lugar conforme o assinante. As respostas às outras duas questões são utilizadas para criar a seção de notícias sobre as diferentes carreiras profissionais, notícias que irão colocar o indivíduo em setores específicos, notícias da comunidade, notícias de benefícios ou de empregos.

A natureza de múltiplas leituras do *Fishwrap* facilita a escolha dos tópicos pelo público. O usuário pode ter interesse em um assunto determinado e ver os sumários dos demais. Se o sumário for interessante chama o texto integral, com gráficos e áudio. O *Fishwrap* memoriza a ordem de navegação para se adaptar, no futuro, aos hábitos dos assinantes. Os artigos recebidos são selecionados por assuntos. Estes são adicionados como novos tópicos ou são remetidos para os interessados com perfil semelhante. Na primeira página da versão, que chamaremos de “livre acesso”, os próprios usuários podem adicionar artigos que julgam de interesse da comunidade, mas a sua permanência depende do número de pessoas que acessarem o material.

A publicação oferece aos seus assinantes um número variado de conexões - socio-culturais; calendários de eventos, revistas, colunas de anúncio -, que são providos por grandes organizações, como as agências de notícias associadas ao projeto e pelos próprios usuários individuais. Para aumentar a satisfação dos assinantes, os artigos são disponibilizados em formatos variados, à escolha do usuário. A diagramação da página reflete, então, a criatividade da comunidade do MIT. Os artigos podem chegar à central de informações do *Fishwrap* (que poderíamos denominar de redação virtual) sob vários modos: satélite, radiofrequência, *e-mail* e telefone.

O processo de edição obedece a três etapas: 1) distribuição de todas as notícias, a partir dos itens internos usando um programa chamado *Dtype*; 2) acréscimo nesta distribuição uma de assinatura para cada item. A assinatura significa uma inferência para cada dado e 3) por

último, colocação dos artigos no banco de dados do veículo que os remanejará nas próximas 48 horas. A esta altura, cópias dos artigos são enviadas imediatamente, através de um programa *Zephyr*, para os assinantes interessados no assunto, que serão notificados no alto da tela de seus computadores, como se tivessem recebido um *e-mail*.

Do acesso genérico às notícias específicas

Enquanto em um jornal tradicional a leitura é genérica, no *Fishwrap* ela se desenvolve por áreas de interesse ou de abrangência geográfica. A personalização ocorre porque o *Fishwrap* incorpora em suas edições específicas a ordem de leitura dos textos, observa se o artigo foi lido na íntegra e se houve leitura de todos os assuntos disponibilizados. Este processo depende do controle do *Glue* que, como vimos, é o instrumento de edição e disseminação dos artigos, mas que também vincula os módulos individuais, observando a coerência dos assuntos, estabelecendo os critérios para realizar as conexões e utilizando os modelos de representação de conhecimento dos assinantes.

Como é o *Glue* que define os dados, os formatos e as linhas que as notícias vão seguir e as diversas formas de apresentação dos artigos específicos dentro da proposta de personalização, fica afastada do horizonte uma estafante rotina de edição individualizada. O resultado é que a edição exige muito menos tempo do que nos padrões tradicionais (rádio, jornal e TV) e as diversas aplicações das notícias são estruturadas com um trabalho relativamente pequeno. Uma aplicação pode utilizar módulos independentes (específicos do *Glue*) ou todas as suas etapas.

A definição do perfil dos assinantes possibilita ao *Fishwrap* conhecer a personalidade individual dos usuários, seus interesses e sua comunidade de relações. É por essa razão que a estruturação dos dados individuais é o ponto central do projeto. O programa *Dtype* armazena todos os dados individuais e globais subscritos, biografias e informações sobre as cidades dos assinantes. O *Fishwrap* também mantém outras estruturas de dados em que determina quais os artigos que foram lidos, quando e em que ordem.

As relações de interface com os usuários

O *Fishwrap* busca maximizar as possibilidades do hipertexto como um meio de estruturação de sua apresentação, colocando à disposição dos seus usuários uma seqüência de oportunidades de ligações ao longo das seções do veículo. O primeiro passo na relação cliente/*Fishwrap* consiste na conexão com o veículo. O servidor, então, verifica se o usuário está autorizado, através de uma senha, a desfrutar do serviço.

Cada assinante dispõe de formas alternativas para acessar as notícias: a) edições de notícias genéricas; b) consultar a edição passada ou c) preferir a edição personalizada. O *Fishwrap* emprega um mecanismo de controle de acesso para documentos restritos ao acesso de um anfitrião particular na Internet, grupos ou pessoas e indivíduos. Este mecanismo salvaguarda aos assinantes o direito de definirem os grupos com os quais desejam compartilhar determinados dados. Antes de ser um arquivo de documentos, o que caracteriza o *Fishwrap* é a construção de documentos com notícias personalizadas. Com a formatação dos documentos em tempo integral, a publicação garante aos assinantes as mais recentes notícias.

O *Fishwrap* pode personalizar os documentos requisitados porque se reporta aos perfis constituídos com as particularidades de quem acessa e porque pré-configura quais são seus interesses imediatos. Através de uma interface denominada “Construção do Jornal” (*Paper Builder*) são edificados os perfis individuais. A definição destes perfis depende das seções que são escolhidas pelos usuários. Estas seções então são preenchidas com os tópicos filtrados (visitados) em cada edição.

Os usuários podem controlar as seções que desejam ver estampadas em seu exemplar individual. Novas seções podem ser acrescentadas, removidas ou canceladas a qualquer tempo. Dentro do processo de adicionar seções para a construção do jornal, os artigos refletem o tópico filtrado que seja de interesse dos assinantes, permitindo que seja adicionado imediatamente o que se aproxime do perfil individual de cada um dos usuários. Como o sistema percebe com antecedência as necessidades dos seus assinantes, pode alterar a apresentação final das notícias de acordo com a especificidade do público.

A lógica do *Fishwrap* explora uma apresentação das informações que toma como parâmetro o modo individual com que as seções da publicação são freqüentadas. Enquanto uma

pessoa está lendo o seu jornal pessoal, o sistema observa e arquiva o comportamento dela para adequar as próximas edições às suas rotinas de navegação. A comunidade do *Fishwrap* participa, de certa forma, do processo de edição da versão de domínio universal da publicação (aquela que circula entre todos os usuários do sistema).

A primeira página apresenta artigos selecionados pelos assinantes, que são hierarquizados conforme a sua aceitação pelos membros do sistema, computada em um contador, o que provoca modificações em suas posições na página. Esse modelo pode ser estendido para as demais seções da publicação, facilitando as edições específicas, dependendo somente dos critérios estabelecidos pelas mais diversas comunidades. Embora seja restrita aos plugados com o MIT³, a publicação conta com cerca de 500 usuários permanentes. O aperfeiçoamento do *Fishwrap* decorre, em muitos casos, das sugestões dos assinantes, encaminhadas aos editores pela seção *Comment Box*, colocada no alto de cada página.

A Experiência do *Pointcast News*, uma Agência de Notícias Personalizadas

Enquanto o *Fishwrap* é, pelo menos por enquanto, uma experiência de abrangência limitada, com acesso restrito à comunidade universitária do MIT, o *Pointcast News- PCN* (<http://www.pointcast.com>) é um serviço noticioso aberto, podendo ser acessado e utilizado por qualquer interessado, sem pagamento de qualquer taxa.

Da mesma forma que o *Fishwrap*, o *Pointcast* funciona através de um programa especial. A diferença é que o programa, neste caso, é um *browser* distribuído gratuitamente para o usuário, que faz um *download* (importação de arquivos) para seu disco rígido, descompacta-o e passa utilizá-lo da mesma forma que usa o *Netscape*, *Mosaic* ou qualquer outro programa de navegação. O *browser* da *Pointcast*, além de funcionar como um programa de navegação na WWW, tem a função extra e muito especial de personalizar as notícias da agência para o usuário, além de vir acoplado a um protetor de tela que serve como um “fundo noticioso”.

³ Alguns dos programas utilizados no *Fishwrap* passaram a ser utilizados experimentalmente, em 1996, pelo jornal *The Gate*, de San Francisco (<http://www.sfgate.com>).

Para se tornar usuário da *Pointcast*, necessita-se de um computador 486 com pelo menos quatro mega de memória RAM (as instruções do *download* informam que são necessários oito, mas com quatro funciona - apertadinho-, mas funciona...), cerca de 2 K livres para a cópia do programa e um *software* como o *Trumpet* ou equivalente para produzir a conexão.

Como funciona o *Pointcast* ?

Os serviços do *Pointcast* incluem *Noticias, Companhias, Indústrias, Esportes, Estilo de Vida e Previsão do Tempo*. As notícias estão subdividas em nacionais (norte-americanas), políticas e internacionais. O serviço está muito longe da sofisticação experimental do *Fishwrap*, mas é uma tentativa interessante no terreno da personalização com a característica adicional de massividade, que ainda falta à experiência mais restrita do MIT.

Após fazer o *download* (em <http://www.pointcast.com>) e instalar o programa conforme as instruções fornecidas, o usuário abre o *Trumpet* ou qualquer outro programa de conexão e em seguida usa o PCN como *browser*, estabelecendo contato com o *site* da *Pointcast*. Ele será então convidado a personalizar seu menu de notícias.

As notícias sobre *Esportes*, por exemplo, podem ser personalizadas de maneira a incluir apenas as modalidades de interesse do usuário (e.g. hockey, basquete, futebol, etc) deixando as outras de fora; as notícias sobre indústrias podem ser personalizadas por ramos da produção (e.g. indústria de calçados, de bebidas, de informática, de plásticos, etc). O mesmo ocorre com os demais itens, como *Companhias* e *Estilo de Vida*.

Uma vez estabelecidas as preferências pessoais, o programa se encarrega de carregar (diretamente para o disco rígido do usuário) o lote de notícias que corresponde às escolhas efetuadas. Se nenhuma escolha foi efetuada, todo o material noticioso disponível será disponibilizado. Terminado o processo, o programa avisa que completou sua tarefa e o usuário pode desconectar-se da rede para ler as notícias *off-line*. Ou pode optar por utilizar o PCN como um *browser* para visitar outros *sites* da WWW.

Além disso, o PCN inclui um protetor de tela (chamado *Smart Screen* e com patente pendente) que se ativará, como qualquer de seus congêneres, quando o computador permanecer

inativo por um determinado período de tempo. O protetor da PCN vai mostrando ao usuário os títulos das matérias disponíveis, sumários de índices de negócios, cotações monetárias e mercado de ações, horóscopo, temperaturas em diferentes cidades, etc. Para se ter as notícias completas basta *clicar* com o *mouse* sobre os títulos que vão percorrendo a tela de proteção, que aliás é rica em animações, cores e luzes.

Cada vez que o usuário visita o *site* da PCN, o noticiário é automaticamente atualizado. No caso de computadores que permanecem todo o tempo ligados em rede é possível programar-se uma entrada automática no *site*, de tantas em tantas horas, para atualização. O *Pointcast* fica no ar 24 horas e tem atualizações contínuas de seu noticiário, através da *Reuters*, do *Los Angeles Times*, *Boston Globe*, além de outras publicações especializadas em computação e Internet.

O *Pointcast* faz tudo isso, usando, de acordo com os dados fornecidos por seus criadores, 66% menos memória que a maioria dos aplicativos utilizados na Internet, e ainda se dá ao luxo de manter um serviço de assistência ao usuário para resolver (em menos de 24 horas) qualquer problema que surja relacionado com o uso do programa.

Se a tecnologia envolvida e o sistema de distribuição personalizado são realmente dois elementos que fazem do *Pointcast* um serviço que interessa a quem estuda e produz jornalismo digital, sua estrutura noticiosa, no entanto, deixa a desejar.

Em primeiro lugar, o serviço é totalmente voltado para o público norte-americano, o que demonstra uma certa miopia, para uma empresa que está constituída, fundamentalmente em torno de multinacionais ou por elas patrocinada. Para se ter uma idéia, a previsão do tempo (com excelentes mapas meteorológicos, diga-se de passagem) somente abrange estados e cidades norte-americanas. Compare-se tal estreiteza com a mesma seção no noticiário da CNN (<http://www.cnn.com>), que cobre todo o planeta, para que fique claro do que estamos falando.

Além disso, a amplitude do noticiário é relativamente pequena e os textos produzidos fazem pouco uso dos recursos disponíveis através do hipertexto, com suas possibilidades de produção de *links*. É verdade que, dada sua natureza, *links* externos, para outros *sites* da WWW, não fazem sentido no *Pointcast*, uma vez que a idéia fundamental é que as notícias seriam lidas *off-line*. Mais uma razão para que fosse ainda maior o cuidado com os *links* internos.

Um ponto forte do programa está, sem dúvida, em seu interesse para quem deseja se manter informado sobre a vida das grandes companhias multinacionais. A seção *Companhias* permite que o usuário receba os *releases* de uma enorme lista de grandes corporações mundiais. E tudo isso é de graça para o consumidor final.

E quem paga por tudo isso ?

A empresa *Pointcast* Network foi fundada em 1992 para fornecer notícias e serviços para usuários da Internet. Até o início de 1996, a empresa havia recebido mais de 12 milhões de dólares em investimentos através de fortes grupos empresariais norte-americanos como Mohr Davidson Ventures, Merrill Pickard Anderson and Eyre e Banchmark Capital. O conselho diretivo da *Pointcast* é composto por executivos que já trabalharam para empresas como a *Adobe*, *Oracle*, *Lotus* e para o importante grupo editorial norte-americano *Ziff-Davis*.

Acordos foram feitos também entre a *Pointcast* e grandes companhias do mundo da informática, como a Netscape Communications e a EDS (Electronic Data Services).

Não é de se estranhar, portanto, que a *Pointcast* já inicie suas atividades amparada por um número considerável de fortíssimos anunciantes, que garantem a gratuidade dos serviços para o usuário. Dentre eles estão a IBM, Quarterdeck Corporation, Twentieth Century Fox, Fidelity Investments e outros gigantes do mundo empresarial norte-americano globalizado.

CRAYON: criando seu próprio jornal

CRAYON (<http://crayon.net>) é a abreviatura de *CR*eAte *Y*our *O*wn *N*ewspaper, ou seja, *Crie Seu Próprio Jornal*. Lançado em março de 1995, ele é fruto de trabalho de Jeff Boulter e Dave Maher, dois estudantes de computação da Universidade de Buckwell, em Lewisbury, nos Estados Unidos. Segundo eles próprios, a idéia básica foi desenvolvida em uma semana, nos intervalos de aulas, laboratórios e noites de estudo, mas levou alguns meses para o projeto chegar à maturidade e poder ser disponibilizado na Internet.

O conceito básico envolvido é muito simples e bastante diferente da *Pointcast*, uma vez que *CRAYON* não gera notícias, mas apenas arranja convenientemente uma série de *links* para provedores de informações espalhados pelos quatro cantos da Internet, permitindo ao usuário personalizar tanto as fontes das notícias, quanto sua distribuição em seções específicas. Conforme explica Jeff Boulter:

“Como estudante universitário, é fácil alguém se isolar do mundo real. Nossas programações de estudos são variáveis e muitos de nós não tem televisão. Eu tenho, mas a qualidade da recepção em Lewisbury não é das melhores. Então eu sai em busca de uma fonte de notícias na Internet (...) Eu comecei pensando em criar uma página que fornecesse *links* para os melhores jornais na Internet, organizando-a em seções, como o próprio jornal está organizado. Foi então que durante uma de minhas aulas menos interessantes eu pensei em fazer dessa página não apenas um documento estático, mas criar um formato que permitisse a mim (e ao resto mundo) escolher as fontes de notícias que quisesse e personalizá-las”⁴.

“O resto do mundo” realmente aderiu à proposta. Um ano após sua criação, o *CRAYON* já era utilizado por mais de 200 mil usuários em todos os continentes, apesar de sua abordagem básica e de suas fontes de notícias serem voltadas, fundamentalmente, para os Estados Unidos.

Como funciona o *CRAYON*?

A estrutura padrão do *CRAYON* é organizada em torno de 14 seções: *Notícias dos Estados Unidos*, *Notícias Locais e Regionais* (norte-americanas), *Notícias Internacionais*, *Política*, *Editoriais*, *Previsão do Tempo*, *Negócios*, *Tecnologia*, *Saúde*, *Artes e Diversões*, *Esportes*, *Amenidades* (efemérides, piadas, classificados, resultados de loterias, fofocas, etc), *Histórias em Quadrinhos*, *Página Tablóide* (sensacionalismo, horóscopo, humor, etc) e *Sites da WWW*.

⁴ *CRAYON*-FAQ (<http://CRAYON.net/using/faq.html>)

Como sugerido em uma reportagem publicada no *Washington Post*, criar um jornal com o *CRAYON* é “como preparar um cozido”⁵: você vai selecionando os ingredientes e combinando-os nas proporções ditadas por seu paladar.

A primeira coisa que o usuário pode fazer é dar o seu próprio Título (o *default* é *CRAYON Times*) e Lema (o *default* é: Newspaper - paper = News) ao jornal que vai criar. Em seguida, ele é convidado a arranjar as seções disponíveis na ordem que preferir, inclusive excluindo aquelas em que não tenha interesse. Com isso fica criada uma estrutura básica, em torno de um título e de uma determinada organização das notícias por seções.

O próximo passo consiste em selecionar as fontes de notícias para as seções. Para cada uma delas há uma lista de jornais, revistas e *fanzines online*, que o usuário vai selecionando, uma após outra. Por exemplo, para *Notícias Internacionais*, são oferecidas 32 fontes possíveis, incluindo jornais dos Estados Unidos, Europa e Ásia e as Notícias Internacionais da CNN. Na seção de *Previsão do Tempo* estão disponíveis mapas meteorológicos por satélite para todas as regiões norte-americanas e todos os continentes.

O número de fontes é crescente, uma vez que os próprios usuários podem sugerir novos itens para os menus. A única condição é que as notícias sejam originalmente produzidas em inglês. Mas se assim o desejar, o usuário pode acrescentar fontes em outros idiomas para o “seu” próprio jornal. Pode-se ainda optar pela apresentação de fotos e gráficos na própria página ou sua inclusão na forma de *links*, a fim de não aumentar em demasia o tempo de carregamento do jornal.

É evidente que um determinado usuário pode ser tentado a selecionar *todas* as fontes disponíveis. Isso é possível, mas ele será alertado para o fato de que tal seleção resultará num enorme volume de notícias equivalente a mais de 3Mbs de dados, o que levaria mais de 30 minutos para carregar num modem de 14.400 bps.

Terminada a seleção de fontes, o usuário é convidado a salvar a página produzida. O próprio *site* do *CRAYON* fornece instruções claras e detalhadas de como fazer isso em cada um dos principais *browsers* existentes no mercado. O jornal personalizado produzido por esse

⁵ *CRAYON*- Press (<http://CRAYON.net/press/homedelivery.html>)

processo é um documento HTML, que é gravado no disco rígido do computador do usuário e anotado no *Bookmarks* de seu *browser*. Quando quer ler o “seu” jornal, tudo que o usuário tem que fazer é carregar o documento em seu *browser*. Os *links* das fontes de notícias anteriormente escolhidas serão automaticamente acionadas e eis aí o seu jornal personalizado. Só é necessário voltar ao *site* do *CRAYON* se o usuário quiser modificar o documento inicialmente elaborado.

Originalmente um experimento para-acadêmico, o *CRAYON* se tornou hoje uma empresa. O serviço oferecido continua gratuito e passou a ser financiado por publicidade. Um *site* com mais de 200 mil usuários registrados é bastante atrativo para anunciantes em potencial.

Além das contínuas referências ao *site* na imprensa norte-americana e internacional⁶, a melhor estratégia de marketing do *CRAYON* são os próprios números de acesso registrados, através de um serviço disponível no *site* que disponibiliza estatísticas diárias sobre o movimento de usuários.

Nas 24 horas do dia 23 para 24 de abril de 1996, o *site* do *CRAYON* registrou a visita de 7477 usuários, uma média de 311,5 acessos por hora. A grande maioria dos visitantes eram provenientes dos Estados Unidos (mais de 75%), vindo em seguida o Canadá, Austrália e Grã-Bretanha. Ainda assim, usuários de outros 35 países visitaram e utilizaram o *site* naquele dia, incluindo 52 brasileiros.

⁶ A edição de abril de 1996 da edição brasileira de *Internet World*, trouxe uma indicação sobre o *site*, classificando-o com quatro de cinco “estrelas” possíveis, o que deve explicar a grande afluência de brasileiros para o *site* naquele mês. Na página do *CRAYON* há um *link* para os artigos e menções na imprensa norte-americana e internacional desde a criação do projeto.