

# Comunicação e Jornalismo: Conceitos e Tendências

Thaís Helena Ferreira Neto  
(Organizadora)

 **Atena**  
Editora

Ano 2018

Thaís Helena Ferreira Neto  
(Organizadora)

Comunicação e Jornalismo:  
Conceitos e Tendências

Atena Editora  
2018

2018 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

**Editora Chefe:** Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Diagramação e Edição de Arte:** Geraldo Alves e Lorena Prestes

**Revisão:** Os autores

### Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista  
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### **Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

C741 Comunicação e jornalismo: conceitos e tendências [recurso eletrônico] / Organizadora Thaís Helena Ferreira Neto. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2018. – (Comunicação e Jornalismo: Conceitos e Tendências; v. 1)

Formato: PDF

Requisitos de sistemas: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-026-1

DOI 10.22533/at.ed.261190901

1. Comunicação social. 2. Jornalismo. 3. Mídia digital. I. Ferreira Neto, Thaís Helena. II. Série.

CDD 303.4833

**Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422**

DOI O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

2018

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

## APRESENTAÇÃO

A obra “Comunicação e Jornalismo: Conceitos e Tendências” volume 1 é composta por 13 artigos que abordam discussões envolvendo comunicação e produção de conteúdo através de dispositivos móveis, como aplicativos (apps), mídias digitais, plataformas interativas, mobilidade e convergência midiática. Tendências que permeiam o Jornalismo nas multtelas.

Pensar o Jornalismo como impulsionador dessas ferramentas digitais é oportunizar novas opções de diálogo para o cenário, seja no jornalismo televisivo, radiofônico, impresso, investigativo, na assessoria de imprensa ou no próprio jornalismo digital.

A digitalização do jornalismo, as capacidades que a internet oferece aos jornalistas na obtenção de dados e de acesso à informação, a proliferação de canais de comunicação e a potencialmente da interatividade entre jornalistas e fontes e entre jornalistas e público, são fatores que apontam para a existência de um campo jornalístico envolvendo todos os agentes sociais.

Essa tendência de pesquisa com foco no jornalismo digital é reflexo do cenário que hoje tem como alguns temas latentes as redes sociais, polarização política, checagem de fatos, jornalismo de dados, audiência e estatísticas, desinformação e representatividade. Assuntos em pauta, importantes para um diálogo plural e consciente.

Thaís Helena Ferreira Neto

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>7</b>
INTERAÇÃO, INTERATIVIDADE E SUBJETIVIDADE: UM ENSAIO SOBRE CONTRATO DE LEITURA NAS REDES DIGITAIS	
César Steffen	
DOI 10.22533/at.ed.2611909011	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>19</b>
A INTERATIVIDADE NOS CIBERMEIOS DE DOURADOS: COMO OCORRE A PARTICIPAÇÃO DO LEITOR NA PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS NA WEB	
José Milton Rocha	
DOI 10.22533/at.ed.2611909012	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>31</b>
A COBERTURA DO NOVO JORNAL NOS ATENTADOS DO CRIME ORGANIZADO NO RN: PRODUÇÃO NOTICIOSA E INTERAÇÃO NO <i>FACEBOOK</i>	
Adriano Charles Silva Cruz	
DOI 10.22533/at.ed.2611909013	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>42</b>
REDESSOCIAIS E SEXUALIDADE: CONCEPÇÕES A PARTIR DAS VIVÊNCIAS DOS ADOLESCENTES DO <i>CAMPUS IFAM/HUMAITÁ</i>	
Alline Penha Pinto	
Paulo Severino da Silva	
Flávia Heloísa da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.2611909014	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>50</b>
FACEBOOK E NUTRIÇÃO	
Samara Carolina Fernandes Ferreira	
Graciele Stolarski	
Ana Paula Machado Velho	
Tiago Franklin Rodrigues Lucena	
DOI 10.22533/at.ed.2611909015	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>57</b>
MÍDIA ONLINE: COMO O CIBERJORNALISMO ABORDA AS DOENÇAS PSÍQUICAS	
Jacir Alfonso Zanatta	
Bianka Macário	
Valesca Soares Consolaro	
DOI 10.22533/at.ed.2611909016	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>66</b>
UMA ENQUETE <i>ONLINE</i> : MODELAMENTO MATEMÁTICO DE TEMPOS DE RESPOSTA E ANÁLISE CRÍTICA	
Paulo Roxo Barja	
Cláudia Regina Lemes	
DOI 10.22533/at.ed.2611909017	

<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>77</b>
MT TV- 1ª EDIÇÃO: REFLEXOS DE INTERATIVIDADE NO CONTEÚDO NOTICIOSO DO TELEJORNAL	
Ulislávio Oliveira Evangelista	
Roscéli Kochhann	
DOI 10.22533/at.ed.2611909018	
<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>87</b>
REMEDIAÇÃO SEM INTERAÇÃO: UM EXAME SOBRE A PRESENÇA DE O GLOBO NO FACEBOOK	
Telma Sueli Pinto Johnson	
Warley Bueno Pereira Jr.	
DOI 10.22533/at.ed.2611909019	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>104</b>
THE ENTIRE HISTORY OF YOU: OBSESSÃO MNEMÔNICA E ARQUIVISMO COMPULSIVO NOS HARDWARES DE MEMÓRIA ARTIFICIAL	
Tiago Ricciardi Correa Lopes	
DOI 10.22533/at.ed.26119090110	
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	<b>112</b>
SEMINÁRIO DE LINGUAGENS COMPARADAS: UNIR SABERES PARA UM JORNALISMO DE EXCELÊNCIA	
Caroline Maria Beccari	
Sônia Regina Schena Bertol	
DOI 10.22533/at.ed.26119090111	
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	<b>125</b>
UMA REVISTA MAGRA: COMO A VEJA ONLINE ABORDA A ANOREXIA	
Bianka Macário	
Jacir Alfonso Zanatta	
DOI 10.22533/at.ed.26119090112	
<b>CAPÍTULO 13</b> .....	<b>135</b>
CONTEÚDO VOMITADO: COMO A VEJA ONLINE ABORDA A BULIMIA	
Ingrid Rocha de Moraes	
Jacir Alfonso Zanatta	
DOI 10.22533/at.ed.26119090113	
<b>SOBRE A ORGANIZADORA</b> .....	<b>144</b>

## INTERAÇÃO, INTERATIVIDADE E SUBJETIVIDADE: UM ENSAIO SOBRE CONTRATO DE LEITURA NAS REDES DIGITAIS

**César Steffen**

Doutor em Comunicação

Porto Alegre - RS

cesar@steffen.net.br

**RESUMO:** este ensaio trata do papel e forma da tecnologia digital da Internet quando serve a trocas simbólicas e discursivas entre pessoas conectadas em e por meio de seus dispositivos, suportando uma prática de interação que nos permite reconhecer esta tecnologia como meio de comunicação. Porém a caracterização de um meio não pode deixar de levar em conta as gramáticas de produção, as lógicas e protocolos de uso e os elementos de linguagem que surgem ou são criados para este meio. Assim um meio de comunicação comporta uma tecnologia, gramáticas de produção e reconhecimento de mensagens condicionadas ou balizadas por esta técnica, para a qual os diferentes campos e atores convergem e se conformam para circular, processar e evidenciar suas comunicações. Na rede digital há, sim, uma maior aproximação entre estas instâncias, um acoplamento entre ambos, pois os receptores têm suas possibilidades de interferência sobre os conteúdos e discursos ampliado.

**PALAVRAS-CHAVE:** internet; interação e interatividade; comunicação; tecnologia.

**ABSTRACT:** this essay deals with the role and form of digital Internet technology when it operates the symbolic and discursive exchanges between people connected in and through their devices, supporting a interactive practice we can recognize as a media. However, the characterization of a medium has to take into account the production grammars, the logics and protocols of use and the language elements that arise or are created for this medium. Thus, to be considered a media some technology have to involves grammars of production and recognition of messages, conditioned or marked by this technique, to which the different social fields and actors converge to circulate their speeches, process and evidence their communications. In the digital network, there is a greater approximation between these instances, a coupling between both, since the receivers have their possibilities of interference on the expanded contents and speeches.

**KEYWORDS:** Internet; interaction and interactivity; Communication; technology.

## 1 | INTERAÇÃO, INTERATIVIDADE E SUBJETIVIDADE

Sabe-se que o desenvolvimento da *Internet* nasceu da necessidade de um sistema de comunicação militar durante o período da guerra fria, levando a uma tecnologia que permitisse as mensagens circular por caminhos diferenciados, chamados “nós”, sendo então os pedaços remontados no ponto de destino, processo que só cessaria com a destruição total da rede.

A *Internet* desenvolveu-se sobre uma tecnologia então restrita, os computadores, grandes máquinas que ocupavam salas especiais e realizavam as mais complexas operações de cálculo e armazenamento de dados. Nesta época tais máquinas eram manipuladas apenas por especialistas em seus processos e procedimentos em poucas instituições que possuíam a capacidade financeira, técnica e de pessoal para mantê-las.

A tecnologia evolui e estas máquinas ficaram gradativamente menores, mais baratas e de uso mais intuitivo, permitindo a manipulação por não especialistas, onde o “Machintosh”, lançado na primeira metade da década de 80, é o grande emblema.

O sistema do “Machintosh” permitia a manipulação da máquina através de interfaces gráficas e ícones, retirando do usuário a necessidade de compreender, decorar e manipular complexas linhas de comando ou realizar extensas e complexas operações de programação, bastando apenas acessar os recursos através do mouse ou de atalhos via teclado em telas gráficas (FRAGOSO, 2002:s.p.).

Este sistema e outros, como o Microsoft Windows, evoluem adicionando recursos de som e imagem em movimento, aproximando o computador da experiência midiática-sensorial de meios como o rádio, a televisão e o cinema proporcionam.

Assim o computador torna-se uma peça atraente aos olhos dos não-especialistas, inserindo as máquinas nos lares e acelerando a evolução da tecnologia para contemplar os usos e necessidades destes novos usuários. O computador transforma-se assim num elemento de entretenimento, diversão e informação manipulada conforme os objetivos e usos que cada usuário dá à máquina.

A chegada da *Internet* em si não chega a ser um elemento de interesse imediato para a indústria de computadores e *softwares*. Desenvolvida dentro dos laboratórios de pesquisa e dos centros acadêmicos, essa tecnologia evoluiu conforme as demandas, exigências e desejos dos usuários do sistema, mas segue restrita.

Com o surgimento das interfaces gráficas e da “WWW”, criada por Tim Berners-Lee na primeira metade da década de 1990, a rede torna-se comercialmente atraente e ganha espaço na mídia. Neste momento, da mesma maneira que os sistemas gráficos dos computadores, a “WWW” e o seu protocolo de suporte, “*http*”, torna a *Internet* uma experiência acessível aos usuários leigos. Basta digitar um endereço, apontar o “mouse” e clicar numa figura ou “link” para que os processos de contato e navegação desejado se produza, permitindo acesso a conteúdo, imagens, gráficos e animações que tornam a rede um “produto” atraente. Mais recentemente, recursos de toque

na tela se popularizam, levando a rede aos bolsos e bolsas dos usuários, extrapolando as fronteiras físicas e tornando a rede um elemento onipresente no cotidiano das pessoas.

Nota-se que a tecnologia digital da *Internet* serve a trocas simbólicas e discursivas entre pessoas conectadas em e por meio de seus dispositivos, suportando uma prática de interação que nos permite reconhecer esta tecnologia como meio de comunicação. Consideramos então o que faz desta tecnologia um meio de comunicação social, uma mídia, elemento integrante e operador do campo midiático.

Segundo Alsina (2001:62), a comunicação social sofre a intervenção tecnológica na mediação de uma mensagem, havendo uma separação entre os sistemas de produção e recepção, ou seja, há uma separação física entre instâncias de produção e recepção que se comunicam por via de uma tecnologia.

Já para Verón (1987:12), para ser considerada como meio de comunicação social, uma tecnologia deve satisfazer um critério de acesso plural às ofertas de mensagem, um critério sociológico de produção, circulação e reconhecimento de mensagens e enunciados que cria o que denomina de “mercado discursivo” das sociedades modernas.

Jacques Perriault (1991), levantando a hipótese de que as pessoas que utilizam as “máquinas de comunicação” fazem-no por e a partir de uma estratégia própria, foca-se no conjunto de práticas de comunicação que condicionam os usos e valores dos meios, buscando entender o modo pelo qual se fazem os usos dos objetos técnicos como elementos comunicacionais.

Para o autor as máquinas de comunicar - que aqui entendemos como os meios, as mídias, apesar de o texto do autor tratar das máquinas num sentido muito mais amplo - têm marcado seus usos por um desejo ou necessidade de simulação do real por parte do ser humano, pela necessidade de recordação e projeção da suas subjetividades intrínsecas para outro(s) ser(es) humano(s).

Ou seja, o uso dos meios passa pela subjetividade intrínseca de cada ser, que seja própria da técnica e dos discursos presentes no meio a partir de seus objetivos e estratégias.

Estas máquinas só adquirem sentido e valor a partir destes usos sociais. Assim, afirma que a apropriação das máquinas tem duas dimensões, sendo estas a técnica, a capacidade de manipular o objeto, e a simbólica, a subjetividade que se projeta sobre esta máquina, de onde percebemos que se fazem os processos e desvios que geram novos usos ou recursos às máquinas.

Nestas perspectivas percebemos que um meio de comunicação social não deve ser entendido somente como suporte técnico ou processo simbólico em ampla escala, mas como um dispositivo de comunicação a serviço de subjetividades e identidades que deste se utilizam para projetar para outro(s) mensagens e enunciados conduzidos através de uma tecnologia.

Assim, temos que a tecnologia ou a técnica é a base de um meio de comunicação

social, influenciando diretamente em suas linguagens e processos, mas sustenta sua existência ou tem valor social através dos usos para os processos estratégicos e simbólicos dos diversos e diferenciados atores e campos.

Podemos colocar então que uma tecnologia só irá se desenvolver como meio de comunicação se a ela for dado valor e sentido pelos usuários. Logo, um meio de comunicação social só irá se caracterizar como tal pelos usos, apropriações, interações e mediações que os diversos campos promoverem através desta tecnologia.

Da mesma forma, não é possível falar de comunicação sem pensar, como Winkin (1998) numa orquestração, numa rede de relações e apropriações que se forma em torno dos meios.

Para Winkin pensar a comunicação midiática é olhá-la sob a ótica dos contextos e das relações que se formam pelas apropriações das técnicas e pelas várias e diferenciadas estratégias de uso e manipulação dos meios. Ou seja, é pensar a abordagem social de uso dos meios como elemento de interação, comunicação e visibilidade entre diferentes atores e campos.

Seguindo estas trilhas temos um meio de comunicação social como uma tecnologia que se insere e forma o contexto das comunicações sociais, e sua caracterização surge a partir dos usos, incidências e apropriações dos diversos campos. Estes, através da tecnologia, se comunicam, constroem relações, mediam, interagem e se fazem visíveis.

Porém, a caracterização dos meios não pode deixar de levar em conta as gramáticas de produção, ou seja, as lógicas e protocolos de uso e os elementos de linguagem que surgem ou são criados para este meio, marcando as suas especificidades, benefícios e limitações.

É claro que um meio de comunicação irá suportar ou ser reconhecido por sua linguagem intrínseca, ou seja, pelas formas de uso e recursos estéticos, visuais e textuais que devem ou podem ser manipulados por aqueles que desejam projetar-se sobre outros. Torna-se, então, necessário a um indivíduo que deseja fazer uso de o meio reconhecer e manipular os recursos para obter os efeitos que deseja a partir de uma técnica específica.

Linguagem e técnica condicionam-se mutuamente num processo de troca e evolução e mesmo quebra de regras permanente que gera novos usos, sentidos e desdobramentos a um meio. Planos, enquadramento, diagramação, iluminação, foco, etc. são elementos das linguagens das várias mídias que condicionam os processos de comunicação através delas, permitindo o reconhecimento, validação e projeção da experiência por ela registrada e projetada.

Assim um meio de comunicação comporta uma tecnologia, gramáticas de produção e reconhecimento de mensagens condicionadas ou balizadas por esta técnica, para a qual os diferentes campos e atores convergem e se conformam para circular, processar e evidenciar suas comunicações, e onde as culturas e os processos simbólicos destes campos e atores são o elemento base na construção

destes processos.

O próprio surgimento da *Internet*, tecnologia desenvolvida para suprir uma necessidade militar num contexto de forte tensão e conflito bélico iminente, que evolui pelas apropriações dos diversos integrantes de outros campos, especialmente o campo acadêmico, demonstra e reforça a ideia de uma tecnologia ganhando sentido através de seu uso social.

Dessa forma, a caracterização da *Internet* como meio de comunicação social surge do somatório entre a sua tecnologia, a linguagem que se desenvolve desta e dos usos, incidências e valores dados a estes pelos diversos e diferenciados usuários, atores e campos. Estes, assim, podem interagir, trocar, inserir e ofertar os mais diversos conteúdos, fazer visíveis e colocar em pauta suas visões e opiniões e circular seus fazeres e processos de e para os demais usuários e campos em larga escala.

Notamos então que a *Internet* não é um meio de comunicação isolado ou que surge com uma linguagem totalmente própria ou inédita. Pelo contrário, a *Internet* soma-se aos processos comunicacionais da sociedade que a ela convergem linguagens e técnicas de outras mídias, que num mesmo suporte técnico circulam e se efetivam.

Wilson Gomes (2001:s.p.) comenta que a “Internet compreende três fenômenos interligados: um ambiente de conexão, um complexo de conteúdos e um sistema de interação.”

Por ambiente de conexão compreendemos a tecnologia informatizada que sustenta o(s) sistema(s) de comunicação, possibilitando aos usuários interagir sobre e a partir das ferramentas disponíveis.

Por complexo de conteúdo compreendemos os diferentes e diferenciados enunciados e discursos que circulam sobre este ambiente de conexão, que também permitem aos usuários se conectar diretamente através das máquinas, onde notamos o sistema de interação.

Logo técnica, linguagem e processos dos usuários somam-se para dar existência e valor a este novo meio de comunicação social enquanto lugar e processo de produção e geração de novos sentidos.

Mostrando um alto grau de inovação tecnológica e comunicacional somado a um grande potencial integrador para os usuários, a *Internet* se configurou como a grande promessa das tecnologias de comunicação, trazendo novos protocolos comunicacionais, disponíveis para os diversos e diferenciados usuários e campos que os utilizam em seus processos de comunicação e interação, buscando, assim, circular seus discursos, enunciados e construir seus efeitos. Nestes espaços da *Internet* coloca-se a interatividade como a nova revolução da comunicação surgida com a *Internet*, a comunicação mediada por computador (CMC) e a midiatização das redes digitais informatizadas.

Lucien Sfez (1992) critica esta chamada interatividade considerando que ela insere os receptores em uma ilusão de expressão e participação no meio levando a um processo solitário, autista e autoritário que a dá o nome de tautismo. Para o autor

“interatividade” é jargão mercadológico, argumento de venda e sedução e não reflete a realidade ou se realiza através dos processos via *Internet*.

Em nossa visão, se analisarmos de forma mais aprofundada, podemos dizer que todas as comunicações midiáticas, de diferentes maneiras e com diferentes suportes, promovem a interatividade.

A interação midiática se dá na ordem da circulação de discursos e processos onde, através do uso dos meios nas várias escalas possíveis – ou coletiva e plural nas palavras de Verón e Alsina - instâncias de produção e de recepção, que estão fisicamente separadas, se conectam, trocam, “falam” através dos diferentes meios. Assim, uma mensagem formatada e inserida pela instância de produção em um meio é acessada pelo receptor que a “interpreta, lê, seleciona, recusa, edita” (BRAGA, 2001:117), conforme sua subjetividade, suas expectativas e suas formações.

Dessa forma, podemos ver que todos os meios de comunicação, de diferentes formas e através de variados processos, possibilitam a interação e a interatividade, posto que através de seu uso ocorre uma negociação de sentidos entre instâncias de produção e recepção, que agem e reagem sobre e para a outra.

Assim a interação ocorre através dos meios, dos suportes das mensagens e enunciados, e a interatividade sobre e através dos enunciados, conteúdos e discursos criados e disponibilizados pela instância produtora, pois estes contêm uma intenção e pressupõem uma reação em sua construção.

“A comunicação envolve, de certo, o transporte de informações, mas isso não significa que o conteúdo das mesmas permaneça inalterado durante todo o processo, na medida em que a própria identidade do receptor se modifica, ao receber as mensagens”. (RUDIGER, 1998:25)

Temos então que a interatividade está condicionada por estas ofertas, construídas a partir das estratégias e necessidades da instância produtora. Isto nos permite afirmar que interatividade midiática se faz, se constrói a partir das reações dos receptores sobre os elementos e discursos inseridos e presentes nos meios, que podem ser verificadas de diferentes formas: pesquisas de audiência, pesquisas qualitativas de recepção, cartas enviadas aos veículos, etc.

Notamos que a interatividade se configura como a qualidade da ação recíproca que se manifesta na instância receptora do produto midiático em seu processo de seleção e reação frente aos discursos e conteúdos ofertados, agindo e criando um texto ou discurso próprio, específico, construído e condicionado pela sua subjetividade.

Na rede a relação de interação constrói-se na interface *software*-indivíduo, ou seja, na utilização e manipulação dos recursos dos *softwares* e sistemas informáticos inerentes ao meio. Ambos são partes integrantes e indispensáveis ao processo comunicacional. Logo na *Internet* a interação e a interatividade manifestam-se no uso, necessário, das interfaces de *software* no processo de recepção. Conforme Murray:

“o que é chamado de interatividade é na verdade a combinação de duas funções dos softwares – a função ‘processual’ que diz respeito ao seu funcionamento por

regras codificadas; e a função participatória que diz respeito à requisição da atividade para que as regras funcionem”. (MURRAY apud SÁ, 2002:s.p.)

Torna-se então impossível falar de interação via *Internet* sem falar em interatividade, da mesma forma que não podemos falar em interatividade sem interação. Por tal razão, acreditamos que, em se tratando de *Internet*, as expressões interação e interatividade contemplam duas noções indissociáveis.

Logo, ao referirmos à interação ou a interatividade, estamos referindo-nos a dois processos interdependentes e indissociáveis que ocorrem num mesmo canal e sobre uma mesma base tecnológica.

Nota-se que a interatividade está longe de uma simples relação homem-máquina ou reação frente a um conteúdo colocado numa tela, mas se apresenta como uma complexa relação entre usuários e atores através das máquinas informáticas, onde os valores e culturas de ambos se cruzam e acoplam, gerando os processos de sentidos no meio.

Lembrando de Bourdieu (2000), a autoridade, o poder de um discurso está intimamente ligado e surge da legitimidade de quem o emite, de sua competência prática e simbólica, somado às situações em que é proferido, ou seja, do contexto em que circula e é reconhecido.

Isto também irá se manifestar na relação entre produtores e receptores na rede onde há, sim, uma maior aproximação entre estas instâncias, um acoplamento entre ambos, pois os receptores têm suas possibilidades de construção de texto e de interferência sobre os conteúdos e discursos ampliado, além de selecionar o espaço de interação frente aos variados – ou quase infinitos – espaços disponíveis.

É claro que os caminhos, percursos, recursos e conteúdos a ser selecionados estão previstos, foram criados e disponibilizados pelo produtor frente as suas necessidades e estratégias, cabendo ao receptor selecionar o que deseja criando um “texto midiático que apesar de previsível não foi necessariamente previsto” (FRAGOSO, 2001:93).

Mas esta seleção não trata de um processo de mera aceitação ou recusa a determinados conteúdos, num mero binarismo positivo-negativo, aceito-recusado, mas de um complexo processo de leitura, análise e contato permeado, atravessado por uma ampla gama de expectativas, anseios, desejos e necessidades.

Lembramos então dos conceitos de auto e heterorreferencia de Luhmann (2000:14-22), pois vemos que as regras do meio, ou seja, as técnicas e linguagens do meio formam suas leis, suas estratégias e regras operativas. Aqueles que do meio se utilizam valem-se de valores e elementos externos para, usando e manipulando estas regras, formar os sentidos no meio.

Assim a seleção realizada pelo usuário é atravessada por mediações de todas as ordens e manifesta, conforma e forma um cenário numa amplitude de cruzamentos, tensões, agendamentos e estratégias.

O processo de interação via *Internet* aproxima-se, pois, da noção de acoplamento (LUHMANN, 2001:93) entre produtores e receptores, na medida em

que as individualidades, subjetividades e necessidades de produtores e receptores se mantêm, mas se influenciam, reciprocamente.

O produtor formata o espaço, seus conteúdos, recursos e elementos, conforme suas estratégias e necessidades. Este é “invadido” pelas demandas e expectativas dos receptores que “clacam” e selecionam aquilo que desejam. Configura-se assim um processo de troca mediatizada, onde ambos não estão diretamente presentes, mas podem se conhecer e reconhecer de várias formas, formando o que podemos chamar de contrato de leitura na rede.

Lembramos que, ao acessar a rede, o usuário é permanentemente interpelado, solicitado a agir sobre a oferta construída, sobre os elementos e recursos disponíveis - sejam eles textuais, visuais, sonoros, etc. - através dos recursos técnicos e softwares para seguir e dar sentido a seu processo de interação.

Ou seja, podemos dizer que o usuário espera, deseja ou mesmo necessita ser interpelado, agir sobre uma interface sendo estimulado por diferentes e diferenciados elementos para construir seu processo de interação.

Assim se configura, se manifesta e processa o “contrato de leitura” entre as instâncias de produção e recepção na rede. Na medida em que há uma expectativa do receptor, formada por sua cultura e seus objetivos, e uma intenção ou processo do produtor ao construir o espaço, que manifesta suas agendas e estratégias formatando os conteúdos e a topografia, forma-se um contrato entre estas instâncias.

Há, sim, uma construção, uma estratégia de exposição e formatação de conteúdos por parte do produtor que será selecionada pelo receptor formando os sentidos, mas estes estão e se formam fora da rede, pois as estratégias e seleções são elementos inerentes as culturas, expectativas, estratégias e anseios de cada ator e campo.

Temos assim uma comunicação de característica massiva, pois os espaços de interação e seus conteúdos estão disponíveis ao vasto público usuário nos quatro cantos do mundo, com recorte interativo, pois cabe à instância de recepção à seleção do espaço aonde irá se fazer presente e a construção do discurso neste espaço. Como coloca Marcos Palácios, “a explosão telemática está, pela primeira vez, fazendo a junção entre comunicação massiva e interatividade”. (PALÁCIOS, 1999:s.p.)

Entretanto, há de se considerar que a lógica do receptor, do usuário conectado ao espaço digital, ganha maior relevância no processo de interação. Ao contrário de meios como a televisão e o rádio, na *Internet* a circulação de conteúdos e a visibilidade de processos e fazeres dos diversos campos será determinado pela relação entre produtores e receptores, cabendo a estes últimos selecionar não somente os conteúdos, mas também o espaço de interação com que manterá contato.

Recordamos que não existem campos isolados, mas sim relações de interação e negociação que fundam e permitem o reconhecimento de um campo através de suas especificidades discursivas. Podemos então inferir que a identidade e as estratégias do campo que constrói e disponibiliza o espaço serão elemento de resignificação de discursos, sendo influenciados pelas interações e negociações que este trava com os

demais campos e pela tecnologia e linguagem do meio.

Da mesma forma, lembramos que uma tecnologia somente se converte e ganha status social através dos usos que os atores e campos fazem, mobilizando-a segundo suas lógicas e estratégias.

Podemos então inferir que a identidade, os valores e fazeres do campo serão elementos centrais na construção do espaço, mas este refletirá os processos de troca, interação e competição que ocorrem na esfera pública, sendo estes importantes elementos na formação e caracterização do espaço digital de um campo.

Por outro lado, na medida em que serão os processos e estratégias de um campo que permitirão o seu reconhecimento devemos considerar que os demais campos têm seus próprios processos, expectativas e anseios frente a este, expectativas estas cuja variedade deve ser atendida ou reforçada de forma a estimular e gerar os efeitos pretendidos por este campo produtor.

Os discursos, formatos, conteúdos e recursos do espaço digital serão, pois, determinados pela combinatória das estratégias e desejos do campo construtor e promotor, buscando antecipar ou atender as necessidades e desejos dos demais campos.

Entretanto, a lógica do construtor estabelece o filtro, as estratégias e as táticas e mesmo condiciona os processos que serão presentes e visíveis no espaço, o que ocorre através do suporte tecnológico, que condiciona sua construção e a configuração dos discursos e conteúdos oferecidos, possibilitando também a oferta, num mesmo espaço, de conteúdos nos mais variados formatos que se somam como elementos para a seleção pelo receptor.

Na rede ocorre, então, uma antecipação dos movimentos do receptor que se configura, se manifesta e se materializa em amplas ofertas com os mais diferentes conteúdos e discursos nos mais variados formatos, que ficam disponíveis para interação pelo receptor no espaço-tempo que este deseja.

O usuário “interpreta, lê, seleciona, recusa, edita” (BRAGA, 2001:117), mas a tecnologia do meio e as várias linguagens que suporta permitem ao produtor efetuar operações estratégicas de apropriação destes possíveis movimentos e necessidades do receptor, antecipando aquilo que este pode agregar ao processo de interação à construção das ofertas do espaço digital.

## **2 I. PARA FINS DE ENCERRAMENTO, NÃO CONCLUSÃO**

Poder-se-ia aqui entender estas distinções próximas ao conceito de binarismo de Luhmann (2000), que afirma que o meio opera selecionando o que é informável e o que não é informável. Nesta perspectiva podemos colocar que o campo que constrói o espaço digital seleciona o que é informável a partir de suas estratégias e valores, sendo que o receptor, ao selecionar, valoriza ou desvaloriza aquilo que o campo considerou

informável, gerando um cruzamento direto das estratégias de ambos.

Não consideramos o processo de comunicação midiática e midiaticizada um mero binarismo, na medida em que esta seleção de que fala Luhmann sofre toda uma complexidade de interferências e processos de outros agentes, campos e atores.

Entretanto, cabe esclarecer que cada ator possui o seu sistema de valores, a sua subjetividade, que irá se mostrar nesta lógica de seleção. Logo, a visibilidade de um campo na rede se faz pelas lógicas e estratégias deste, frente ou em confronto com os demais campos e atores.

Lembramos que não se trata de um contato direto entre campos, mas de um complexo processo de negociações, agendamentos, influências e tensões que vão além do espaço digital e deste se projetam e se manifestam na esfera pública.

Creemos que os processos de relação, mediação, negociação e visibilidade se dão e se fazem num permanente cruzamento e reordenamento entre campos cujas relações vão além das redes ou técnicas midiaticizadas.

Entretanto, é importante lembrar que várias pesquisas (ver MAIA, 2002) indicam que as pessoas que se fazem presentes e utilizam a rede como forma de intervenção e atuação política apenas expressam as próprias opiniões ou buscam elementos, espaços e enunciados que reforcem e validem estas.

Trazendo um breve exemplo, é interessante mencionar estudo realizado pelo antropólogo Julian Orr, (AGRE, 1989), em que observou que os empregados de uma empresa de manutenção de copiadoras desenvolviam suas capacidades técnicas menos nos treinamentos e muito mais nos horários após expediente quando, reunidos com os colegas, bebiam e trocavam “histórias de guerra”.

Neste ambiente foi introduzida, para uso dos técnicos, uma central de telefonia móvel totalmente livre e sem controle, de forma que os técnicos pudessem falar entre si a qualquer momento.

Por outro lado, Agre cita o caso de uma empresa de contabilidade global em que foi feito um enorme investimento em tecnologia informática, colocando computadores, servidores, *softwares* e tudo o necessário para que os funcionários pudessem trocar informações instantaneamente. Tal sistema não era utilizado devido a forte concorrência entre estes, onde qualquer pequena informação era utilizada para superar a pessoa ao lado e subir de posto.

A conclusão de Agre é que a tecnologia não é substituta de uma boa relação física, no mundo real, mas sim um meio complementar de troca entre as pessoas de uma rede ou grupo já bem organizado e estruturado, onde notamos o que Perriault (2000) chama de lógicas dos usos, ou seja, as apropriações e manipulações que se fazem dentro das estratégias específicas, embasadas e construídas por fenômenos e processos culturais.

Não se trata de um processo puramente tecnológico ou – se assim podemos dizer - “internético”, uma entrada pura no meio, mas sim um somatório de estratégias, tensões e agendamentos, uma heterorreferencia política (LUHMANN, 2001:17) que

se dá pelo adentramento e acoplamento dos diversos campos e atores que se fazem presentes, visíveis e influenciáveis frente aos processos sócias e mediante suas enunciações. E dentro desta complexidade de relações se estabelecem contratos de leitura, relação e interpretação que não necessariamente estão expressos, mas são de conhecimento e aplicados por cada usuário, cada pessoa em cada momento de uso da rede.

## REFERÊNCIAS

ALSINA, Miguel Rodrigo. **Teorías de la comunicación: âmbitos, métodos y perspectivas**. Valência: Universidad de Valência, 2001

AUGE, Marc. **Não-lugares. Introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Campinas, Papyrus Editora, 1994.

BRAGA, José Luiz. **Interação & Recepção**. *IN NETO*, Antonio Fausto et all. Interação e sentidos no ciberespaço e na sociedade. Coleção Comunicação 11 (Compôs) Vol. 2. Porto Alegre, EDIPUCRS, 2001

BOURDIEU, Pierre. **O poder Simbólico**. Rio de Janeiro, Bertrand, 2000.

FRAGOSO, Suely Dadalti. **De interações e interatividade**. Revista Fronteiras – estudos midiáticos. Vol. 3 no 1, 2001, p. 83-96 (original da autora)

GOMES, Wilson da Silva. **Esfera pública política e media**. In: RUBIM, Antonio Albino [et all] (organizadores). **Práticas discursivas na cultura contemporânea**. São Leopoldo, RS, 1999.  
\_\_\_\_\_. **Opinião Pública na Internet: uma abordagem ética das questões relativas à censura e liberdade de expressão na comunicação em rede** *IN* Anais da COMPÓS 2001 - CD-Rom

GRANDI, Roberto. **El sistema de los médios y el sistema político** *IN*: DeSignis 2. GEDISA:Barcelona, 2002, p. 81-95.

LUHMANN, Niklas. **La realidad de los médios de masas**. Anthropos Editorial: México : Universidad Iberoamericana, 2000

MAIA, Rousiley C. M. **Redes Cívicas e Internet: do ambiente denso às condições de deliberação pública**. *IN* EISENBERG, José; CEPIK, Marco. *Internet e Política: teoria e prática da democracia eletrônica*. Belo Horizonte, Editora UFMG, 2002, p. 46-72

PALÁCIOS, Marcos. **Cotidiano e Sociabilidade no Cyberespaço: apontamentos para discussão**. <http://www.cfh.ufsc.br/~ciber/ant5203/cotidiano.html> [05/1999]

PERRIAULT, Jacques. **Las maquinas de comunicar y su utilización lógica**. Barcelona : GEDISA, 1991.

Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-7247-026-1

