



Novas tecnologias para novos leitores ¹

Daniela Camila de Araújo ²

Janaína de Oliveira Nunes Ribeiro ³

Maurício de Medeiros Caleiro ⁴

Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG

Resumo

As novas tecnologias da informação e da comunicação vêm impondo mudanças na prática jornalística, que precisa adaptar-se para não perder público e se manter atualizada frente as inovações tecnológicas. Mas, neste contexto, a recepção também sofre mudanças significativas. Mais do que nunca os conceitos de audiência, receptor entre outros que pressupõem uma massa passiva à mensagem tornam-se defasados. Os conceitos do leitor imersivo e do interagente ganham espaço, identificando novos modelos de leitura, ou de navegação pela mensagem. O interesse principal deste trabalho é conhecer um pouco mais do perfil desse novo leitor.

Palavras-chave: novas tecnologias, leitor, interatividade, imersão.

Introdução

A atividade jornalística passou por grandes transformações durante todos os séculos pelos quais passou. Já criou e quebrou paradigmas, mudou rumos de uma época e inaugurou novos tempos. Ora influenciada pelas mudanças no comportamento social, ora influenciando novos estilos, bem ou mal o jornalismo acompanhou, ou ao menos vem tentando acompanhar, a evolução da História.

A inovação tecnológica é fator primordial nas transformações sofridas e causadas nos meios de comunicação. A partir dela novos formatos e gêneros precisaram ser criados e os antigos abandonados ou renovados. Tanto é que o estudo das tecnologias da informação e comunicação sempre permeou o âmbito da atividade comunicacional, mas tornou-se bem mais evidente na chamada Era da Informação.

Não se deve subestimar o valor e o poder que as novas tecnologias oferecem, contudo também não se deve exaltá-las ao extremo. Assim, como acontece agora, em

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante do 8º período do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFV, email: daniela.camila.araujo@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFV, email: ninaolinunes@yahoo.com.br

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFV, email: mauricio.caleiro@ufv.br

outros momentos, desde que o homem aprendeu a se comunicar, diversas tecnologias foram desenvolvidas e transformaram radicalmente o cenário antes existente. A própria escrita, hoje tida como uma tecnologia simples frente às inovações técnicas atuais, é na realidade o primeiro passo para tudo o que se seguiu em termos de tecnologia da comunicação e possui um valor inestimável.

A tecnologia alterou principalmente os modelos comunicacionais. A comunicação dialógica, baseada no sistema um para um, em que a relação interpessoal era a tônica do processo, dá lugar à comunicação de massa, na qual um emissor apenas produz e transmite uma mensagem única para uma massa de receptores, no famoso modelo um para todos. De certa forma interligando os dois modelos anteriores e inaugurando um novo sistema, a comunicação em rede ganhou espaço e influenciou mudanças. Em seu modelo todos para todos, já não é possível mais definir emissor e receptor, ainda que ao cabo de algumas relações na rede essas funções ainda sejam exercidas. Todos podem falar, todos podem ouvir e todos podem interagir, ao menos teoricamente, excetuando-se os marginalizados a esse sistema, representado principalmente pela Internet. Entretanto, as possibilidades comunicacionais de fato são maiores.

Em meio a todas essas modificações e sob diversas denominações, há um agente essencial a todos os processos, sem o qual até pode haver mensagem, mas sem sua participação ela jamais será efetiva. Chamado de leitor, receptor, usuário, cliente, audiência e mais recentemente interagente, esse indivíduo representa a fase final dessa cadeia comunicativa, o alvo a ser atingido, o objetivo final a ser alcançado, salvo as mudanças nos modelos de comunicação e na própria atitude desse sujeito frente à mídia.

Neste artigo o chamaremos de leitor, entendendo o processo de leitura como algo mais amplo do que a simples leitura das linguagens verbais. Considere-se a leitura de forma ampla e abrangente, pela qual é possível ler, ou melhor, interpretar todos os signos presentes no universo, sejam eles verbais ou não verbais. Assim sendo, o leitor de que tratamos aqui se refere àquele sujeito capaz de receber, absorver, interpretar, retransmitir e até mesmo criar informação.

As pesquisas voltadas para as novas tecnologias, algumas vezes, restringem-se a técnica puramente, deixando de abordar as consequências sociais de seus usos. Além disso, é preciso sempre destacar que não só a tecnologia influencia a sociedade, mas o contrário também é verdadeiro. Ou seja, a sociedade também dita as mudanças tecnológicas, estimulando-as a atender necessidades que os indivíduos aos poucos vem aprimorando. Um dos interesses desse artigo é tentar identificar até que o ponto o



próprio indivíduo vem incentivando as mudanças tecnológicas a fim de atender às suas necessidades e vontades.

A partir da visão de alguns autores, o presente trabalho pretende identificar algumas características do novo leitor que se configura no ambiente da Era da Informação, ao mesmo tempo em que contextualiza, em certa medida, as transformações vivenciadas por ele na atualidade.

1. As TIC e o novo contexto comunicativo

As inovações tecnológicas possibilitam novas formas de produção e distribuição de notícias. Assim, a tecnologia impulsiona e desafia a comunicação a criar novos formatos e mais do que isso, novos conteúdos. Lima Jr. (2008) afirma que esse processo de mudanças é uma via de mão dupla, na qual tanto tecnologia impõe transformações na sociedade, como a sociedade também influencia essas alterações, a partir de mudanças de comportamento. Ele destaca especialmente o impacto causado pela tecnologia digital:

Uma delas, a digital, representa uma quebra de paradigma no campo da produção e distribuição de conteúdo informativo e de entretenimento, impactando a sociedade de diversas formas e intensidades. Se a tecnologia é um subproduto dos processos científicos, a tecnologia digital pode ser considerada uma revolução científica. (LIMA JR, 2008, p.2)

A produção de conteúdo precisa então se adaptar a um novo público cada vez mais habituado ao mundo digital e que procura sempre novos desafios. Lima Jr. considera que “esse ‘novo estágio’ pode ser percebido pelas demandas por um conteúdo atualizado em ‘tempo real’, com definição visual melhor, personalizado e inserido em dispositivos móveis conectados” (LIMA JR, 2008, p.2).

Na mesma linha de raciocínio, Miège denomina as novas tecnologias sob a sigla TIC⁵ (tecnologias de informação e comunicação). A ênfase de seu trabalho está voltada para a importância de considerar os aspectos sociais na análise das novas tecnologias. Ele afirma que o estudo da criação e da evolução das TIC por vezes apresenta-se de forma limitada e critica a abordagem das pesquisas na área, destacando quatro características que demonstram o perfil dos discursos a respeito

⁵ Bernard Miège considera como TIC recursos como as redes e a Internet, a telefonia celular a microinformática, os conteúdos digitais entre outros.

delas, proferidos por cientistas, economistas, fabricantes de equipamentos, sociólogos. Em primeiro lugar estão as constantes previsões quanto ao uso das novas tecnologias e as possibilidades que proporcionam. No entanto, tais previsões, que muitas vezes soam como promessas, raramente se concretizam. Em segundo lugar, ele destaca a prioridade destinada à técnica, considerando-a agente criador de tendências e conseqüências ao âmbito social. Como terceira característica, o autor considera a convergência industrial:

[...] na verdade, antes de mais nada, é uma construção social em vias de realização que, com base em tecnologias evolutivas, provoca conflitos estratégicos reais, frequentemente agudos, entre os agentes sociais: agentes “maiores” (industriais, Estados dominantes, organizações internacionais) e usuários-consumidores (interessados por exemplo na gratuidade - parcial - dos produtos) (MIÈGE, 2010, p. 161)

Como quarto e último aspecto dos discursos sociais das TIC, Miège expõe o caráter profético e utópico que atrai o usuário no momento de promover uma nova ferramenta.

Em seu entendimento, para a compreensão efetiva das TIC é necessário criticar e desconstruir tais discursos, a fim de considerar mais incisivamente os aspectos sociais presentes na evolução das tecnologias.

Insistimos em tratar as TIC sobretudo como ferramentas e serviços que influem nas mutações dos fenômenos que concernem à informação e à comunicação, e não só como fatores que participam das mudanças de ordem política e social, dos aparatos de produção da comercialização de produtos ou da formação. (MIÈGE, 2010, p. 164)

Pensando em uma avaliação mais eficaz, ele propõe um esquema de análise que faz uso de sete processos que contribuem para a criação de raízes sociais para as TIC. Alguns desses processos serão aqui destacados, uma vez que possuem relação mais direta com as transformações de leitura que pretendemos considerar.

O primeiro desses processos é a informacionalização, “caracterizada pela circulação crescente e acelerada de fluxos de informação” (MIÈGE, 2010, p.168). Ela traz consigo um conjunto de informações de natureza diferenciadas e até mesmo opostas, criando as dicotomias a seguir:

- informação/conhecimento: o conhecimento produzido nas instituições especializadas, cada vez mais, tem pautado o conteúdo informacional produzido pelas mídias;
- informação produzida/não produzida: Miège considera aqui que a informação não produzida é aquela que não necessita de uma produção organizada por um coletivo, citando o exemplo dos blogs. Neste quesito, a proposição de Miège é discutível, uma vez que mesmo que não pressuponha uma produção coletiva, os blogs e demais mídias sociais tem grande valor social, principalmente pela possibilidade de compartilhamento e debate de conteúdos, não sendo relevante o fato de serem independentes de aptidões técnicas;
- informação constante/efêmera: dicotomia bastante evidenciada em diversos estudos das TIC, ao considerar a velocidade da distribuição e recepção de conteúdos;
- informação editada/não editada: neste caso a diferenciação é feita em informação paga e gratuita, respectivamente. As informações gratuitas ou não editadas são ampliadas pelas TIC;
- informação aberta/acessível com condições: Miège alerta que a informação estratégica não está aberta a todos os leitores.

Também considerando o aumento no fluxo de informação, Primo e Träsel (2006) ressaltam a produção aberta de notícias, que colabora consideravelmente para a expansão do número de informações na internet. Com o desenvolvimento da Web 2.0, o leitor tem mais possibilidades de ocupar espaço como produtor de conteúdos, dando início ao chamado webjornalismo participativo. O novo ambiente do jornalismo na web é representado pela “multimedialidade ou convergência (vários meios convergindo em um só), hipertextualidade, personalização, instantaneidade ou atualização contínua e memória” (PALACIOS, 2003 apud LINDEMANN, 2007, p. 48), características do webjornalismo e uma explosão de conteúdo autônomo, presente em maioria nos blogs, twitters, na plataforma wiki, entre outras novas mídias sociais.

A produção e circulação de notícias desvinculada de grandes empresas de comunicação e da imprensa oficial, praticada até mesmo por pessoas sem formação em jornalismo, têm também um sentido político, sendo com frequência um instrumento de resistência e ativismo. (PRIMO, TRÄSEL, 2006, p. 17)

As características da navegação na Web proporcionam novas formas de leitura. Os hipertextos, por exemplo, quebram com a ordem de leitura hierarquizada e linear, criando possibilidades do leitor optar por uma ordem própria, que atenda mais suas especificidades de leitura. Dessa forma, o leitor torna-se mais independente, a partir de uma leitura seletiva.

É possível perceber que as novas tecnologias possibilitaram ao leitor uma ampla possibilidade de escolha, modificando a forma de leitura prevalente até então. Mas para alguns autores a ampliação de conteúdos não é o suficiente. Vilches (2010) é bastante crítico a este respeito e considera que muito do que é publicado na web mantém a mesma lógica da comunicação de massa. Para ele, o conteúdo presente na Web 1.0 faz renascer o Mito⁶, uma vez que há pouco ou nenhum espaço de modificação e transformação, o conteúdo está predeterminado.

A rede se transforma num artefato autorregulado e autônomo no qual nem o sujeito nem o Estado podem interferir. Dessa forma, não tarda em tomar a aparência de uma segunda natureza na qual os corpos e os objetos aparecem como **parte de um mundo já dado**, isto é, como um mundo mitológico. (VILCHES, 2010, p.193 – grifo nosso)

Ao falar da Web 2.0, Vilches (2010) ainda se mantém bastante pessimista. Ele defende a ideia de que mesmo na era virtual os formatos de transmissão de mensagem continuam os mesmos, conservando a homogeneidade dos produtos. Assim ele considera que mesmo com a digitalização, a utopia e a distopia que cercam as inovações tecnológicas se mantêm.

Da mesma forma, Miège também acredita que os modelos anteriores de comunicação não foram destruídos, mas em uma visão bem menos pessimista, ele indica uma fusão de tecnologias e formatos.

Contrariamente às previsões daqueles que opinam que as TIC estão destinadas a desbancar a comunicação já estabelecida, a perspectiva mais verossímil, na atualidade, é a incorporação de novas modalidades orientadas para a mediatização de um sistema de comunicação que perdurará no essencial, para além da diversidade das formas com que chegue até nós em todo o planeta. Essa perspectiva colocaria sua ênfase, já desde hoje, nas modalidades de continuidade, complementação e mestiçagem, e não nas rupturas e mutações radicais. (MIÈGE, 2010, p. 170)

⁶ O conceito de Mito é usado por Vilches para expressar a ideia de que mesmo na era tecnológica os indivíduos estão sujeitos a formatos pré-moldados de comunicação, sem chances de modificá-los por sua própria vontade, assim como o mito que não se modifica e é sempre transmitido de geração para geração.

Essas mudanças impulsionam a evolução da comunicação no sentido de atender as expectativas de um novo leitor, uma vez que o comportamento da sociedade também, se modifica frente às tecnologias. Miège (2010) destaca uma tendência de individualização dos costumes sociais, gerada pelo segundo processo necessário à análise das TIC – a midiaticização. Para se manter interado, o indivíduo precisa desenvolver novas aptidões comunicacionais, diferente daquelas necessárias para manejar as ferramentas, pois sua vida cotidiana está a partir de agora envolta em uma diversidade de procedimentos de busca e transações. “Tais aptidões comunicacionais fazem parte da formação de novas normas de ação comunicacional” (MIÈGE, 2010, p. 171).

Miège aponta como um dos processos importante à análise das TIC, a generalização das relações públicas. As facilidades de publicação e veiculação de mensagens que as novas tecnologias trouxeram, principalmente na internet, incentivaram uma proliferação de sites, blogs e afins voltados para a divulgação de entidades privadas. Mesmo que isso não traga um prejuízo da informação, neste novo contexto, o leitor poucas vezes está atento ao emissor da mensagem. A venda de produtos e ideologias por parte dos órgãos de relações públicas é facilitada, uma vez que o senso crítico desse leitor não é tão apurado, além de gerar certa confusão quanto à natureza do emissor e suas reais intenções.

Mas a ampliação da esfera midiática, analisada do ponto de vista dos consumidores/leitores, traz também novas necessidades de consumo.

O que eles [consumidores] esperam dos novos meios de comunicação é que se distingam mais ou menos da mídia conhecida e afetada pela perda de credibilidade. Para uma parte dos usuários, ao menos, os novos meios só têm sentido se não produzirem os modelos já experimentados; eles esperam práticas midiáticas distintas, isto é, menos ou nada dirigidas, interativas, alternativas e inclusive vinculadas à autoprodução. (MIÈGE, 2010, p.173)

O novo leitor prima pela novidade e o desafio. Cada vez mais ele está voltado para uma abertura na produção de conteúdos. Mais que leitor, ele também quer ser autor.

2. Um novo perfil para um novo leitor

a. Imersivo

Santaella explora no livro *Navegar no Ciberespaço* a evolução do leitor diante das transformações nas tecnologias de comunicação, desde a leitura em pergaminhos até o leitor navegante da rede, por ela nomeado leitor imersivo⁷. Seu estudo se debruçou sobre o perfil cognitivo desse novo leitor, apontando as formas como esse indivíduo recebe e processa a informação.

O primeiro leitor considerado pela autora é o leitor contemplativo. Típico leitor de livros, seu processo de leitura é muito mais sensível e íntimo, pois tem uma relação direta com o objeto, manuseia-o livremente e quando lê, dedica-se exclusivamente a essa atividade tornando-se alheio ao que está em volta.

O segundo leitor nasce junto com os centros urbanos – o leitor movente ou fragmentado. Habitado a uma maior agitação, acostumou-se à leitura rápida, extremamente imagética e segmentada. Seus objetos de leitura são primordialmente os jornais, as fotografias, o cinema, a publicidade e tudo o mais que cerca o cotidiano urbanístico. “Enfim, o leitor apressado de linguagens efêmeras, híbridas, misturadas. Mistura que está no cerne do jornal, primeiro grande rival do livro” (SANTAELLA, 2004, p.29).

Por fim, o leitor imersivo, que de fato interessa a esse artigo. Este leitor está inserido fortemente nas novas tecnologias, principalmente a internet e os jogos digitais. Este leitor não manuseia seu objeto de leitura como os anteriores, mas nem por isso sua relação com esse substrato é distante. Novos modelos de interação são desenvolvidos. “O leitor imersivo é obrigatoriamente mais livre na medida em que, sem a liberdade de escolha entre nexos e sem a iniciativa de busca de direções e rotas, a leitura imersiva não se realiza” (SANTAELLA, 2004, p.33).

Diferentemente do leitor contemplativo, Santaella caracteriza o leitor imersivo como aquele que está de prontidão, que segue um roteiro de leitura multilinear, multisequencial, labiríntico, criado por ele mesmo. Diverge também do leitor movente,

⁷ Segundo Murray a imersão corresponde a uma sensação de preenchimento dos espaços extracorpóreos. Por exemplo, quando mergulhamos em uma piscina há também a ideia de fusão, já que o ser e o ambiente experimentado passam a compartilhar o contato superficial e características próprias como pressão, temperatura, etc. O conceito abrange também uma intensa influência intracorpórea, à medida que ativa os sentidos, estimula o pensamento e pode provocar reações que variam do medo ao encantamento pleno. (SILVA, 2008)

na medida em que programa leituras e tem acesso a um conjunto de signos eternamente disponíveis na maioria das vezes.

Esses três leitores não se excluem e na realidade coexistem no tempo. No entanto, o leitor imersivo foi gradativamente sendo preparado a partir da evolução e mudança dos outros dois.

A interação do leitor com a mensagem e até mesmo certa transformação da mesma, não só é possível como necessária para que o conteúdo transmitido alcance seu objetivo.

O emissor não emite mais mensagens, mas constrói um sistema com rotas de navegação e conexões. A mensagem passa a ser um programa interativo que se define pela maneira como é consultado, de modo que a mensagem se modifica na medida em que atende às solicitações daquele que manipula o programa. (SANTAELLA, 2004, p.163)

A interatividade⁸ é, portanto, recurso essencial para que o leitor imersivo possa implementar eficientemente seu processo de leitura. Santaella expõe que para que essa interatividade aconteça é necessário que o sistema comunicacional utilizado possibilite que a uma ação do leitor exista uma resposta do sistema, de forma que “haja necessariamente intercâmbio e mútua influência do emissor e receptor na produção das mensagens transmitidas” (SANTAELLA, 2004, p. 160). Nos meios digitais a bidirecionalidade atingida na interlocução alcança níveis muito próximos da que acontece na conversa presencial.

Outro aspecto importante a ser destacado são os hipertextos, que configuram um novo modo de ler, como nos diz Santaella, “a máquina hipertextual coloca em ação, por meio das conexões, um contexto dinâmico de leitura comutável entre vários níveis midiáticos. [...] a mensagem só vai se escrevendo na medida em que os nexos são acionados pelo leitor-produtor” (SANTAELLA, 2004, p.175).

A partir das três categorias fundamentais da semiótica peirciana⁹, Santaella classifica três níveis distintos do perfil do leitor imersivo, guiados pelas operações

⁸ Um produto, uma comunicação, um equipamento, uma obra de arte são de fato interativos quando estão imbuídos de uma concepção que contemple complexidade, multiplicidade, não-linearidade, bidirecionalidade, potencialidade, permutabilidade (combinatória), imprevisibilidade etc., permitindo ao usuário – interlocutor – fruidor a liberdade de participação, intervenção e criação. (SILVA apud SANTAELLA, 2004, p.154)

⁹ Peirce considera que todas as ciências podem ser pensadas a partir de três categorias universais, capazes das classificações mais gerais possíveis. São elas a primeiridade (categoria que observa as qualidades,

mentais de abdução, indução e dedução, respectivamente temos: o internauta errante, o detetive e o previdente.

O internauta errante processa uma navegação/leitura instintiva. “O navegador errante enfrenta sua tarefa como quem brinca, explorando aleatoriamente o campo de possibilidades da trama hipermidiática” (SANTAELLA, 2004, p.178). Ele não tem um rumo pré-determinado e não utiliza a memória para guiar sua navegação.

O internauta detetive utiliza a lógica como guia de navegação/leitura. Ele segue os índices encontrados no ambiente hipermidiático, usando da inferência indutiva. “Suas estratégias de busca são acionadas mediante avanços, erros e autocorreções [em] um processo auto-organizativo próprio daquele que aprende com a experiência” (SANTAELLA, 2004, p.179).

Por último, o internauta previdente

Hábil no desenvolvimento das inferências dedutivas, é aquele que, tendo já passado pelo processo de aprendizagem, adquiriu tal familiaridade com os ambientes informacionais que neles se movimenta seguindo a lógica da previsibilidade. Por isso, é capaz de antecipar conseqüências de cada uma de suas escolhas, que são muito mais escolhas necessárias do que contingentes. Isso é possível porque a atividade mental mestra do previdente é a elaboração. Por ter internalizado os esquemas gerais que estão subjacentes aos processos de navegação, adquiriu a habilidade de ligar os procedimentos particulares aos esquemas gerais internalizados. Sua navegação se dá em percursos ordenados, norteados por uma memória de longo prazo. (SANTAELLA, 2004, p. 179)

Cada vez mais esse modelo de navegação/leitura mais recorrente na rede, representado principalmente pelas gerações mais novas, que já nasceram na era digital e estão habituadas com as interfaces tecnológicas. Por isso, a necessidade de criar produtos que atendam ao máximo esse tipo de leitor.

Santaella (2004), no entanto, considera que o ideal é a mistura equilibrada desses três níveis do leitor imersivo. Dessa forma, o leitor seria capaz de aproveitar ao máximo as possibilidades que as novas tecnologias oferecem. O leitor na era digital processa quase todas as formas de leitura ao mesmo tempo, lê, escuta e vê, além de ser interpelado por signos ainda mais sensórios.

Enfim, quando está diante dos espaços representacionais da tela de um monitor, o infonauta já passou para dentro da cena, é ele que confere dinamismo a esses espaços, tendo se transformado em elemento constitutivo

sentimentos traduzidos pelos signos), a secundidade (marcada pela reação e sensações) e a terceiridade (nível da interpretação e da convenção).

de um ambiente cujas coordenadas infinitas só se limitam pela interface que ele atualiza no ato da navegação. (SANTAELLA, 2004, p.182)

Mas o leitor não está sozinho na rede. Para o estudo efetivo das novas TIC, principalmente quando se trata da web, é necessário levar em conta que vários leitores estão se relacionando. Isto já representa uma grande diferença do sistema vivido anteriormente, no qual o leitor não possuía um relacionamento nem sequer com o emissor da mensagem que recebeu, quem dirá então com outros leitores em seu mesmo patamar.

b. Interagente

Para compreender a leitura e a vivência do novo leitor na rede, faz-se essencial compreender a interação vivenciada por ele. Os indivíduos não estão sozinhos na rede. O elemento relacional é um aspecto importante como meio de análise dos processos de leitura e também das novas mídias. Primo coloca dois tipos de interação primordiais: a interação mútua e a interação reativa. Ele considera que é preciso cuidado ao classificar uma ferramenta ou meio digital como interativos, pois alguns são meramente reativos, ou seja, respondem com uma reação à ação do usuário, mas sem que se tenha uma resposta efetiva. “Nesses sistemas a comunicação como troca simbólica cai em um monopólio onde o pólo emissor se torna hegemônico prejudicando as trocas comunicativas e a plena capacidade de resposta” (PRIMO, 2000, p.6). Assim, a interação mútua consiste naquela em que há uma reciprocidade entre as partes, seja em relações humanas ou relações homem-máquina. Caracterizada por um sistema aberto, constituído por elementos interdependentes, o processo de interação exercido é o da negociação, operado por ações de interdependência e um fluxo de informação dinâmico. Já a interação reativa possui um sistema fechado, representado por relações lineares e unilaterais, nas quais o reagente tem pouca ou nenhuma condição de alterar o agente. Seu processo é baseado no esquema estímulo-resposta e opera segundo a máxima: ação versus reação. O fluxo de informações é, portanto, linear e pré-determinado.

A interface virtual, principalmente a internet e mais ainda a Web 2.0, seria o lugar privilegiado da interação mútua. Primo (2007) considera que a Web 2.0 potencializa a troca e o compartilhamento tanto de informações como de relações afetivas, sustentando a “construção social de conhecimento apoiada pela informática”

(Primo, 2007, p.2). Exemplo disso é a proliferação dos sites e comunidades de relacionamento. No Brasil, o caso mais notório é o Orkut, no qual 48% do total de usuários são brasileiros.

Outro aspecto importante é a mudança no compartilhamento e acesso a conteúdos, que se torna muito mais livre, sendo estipulado pela escolha do leitor.

Outro fator que confere força a produtos midiáticos gerados nas “bordas” é o desenvolvimento de um novo formato para a circulação de informações. Como se pode recordar, a Internet foi logo celebrada por sua tecnologia pull (o conteúdo é “puxado” pela audiência), que se opunha ao modelo push (o conteúdo é “empurrado” até a audiência) da mídia massiva. (PRIMO, 2007, p. 4)

Com base nos estudos de O’Reilly, Primo (2007), ressalta a capacidade da web de incorporar recursos de interconexão e compartilhamento, sem se prender somente ao aperfeiçoamento da “usabilidade” da ferramenta. Nesse aspecto, as ideias defendidas por Primo têm forte conexão com as ideias de Miège, que considerava primordial levar em conta o aspecto social das TIC.

Dessa forma, o cerne da proposta de Primo é perceber o processo relacional entre os participantes da rede.

[...] uma rede social online não se forma pela simples conexão de terminais. Trata-se de um processo emergente que mantém sua existência através de interações entre os envolvidos. Esta proposta, porém, focar-se-á não nos participantes individuais, e sim no “entre” (interação = ação entre). Isto é, busca-se evitar uma visão polarizada da comunicação, que opõe emissão e recepção e foca-se em uma ou noutra instância. (Primo, 2007, p. 7)

Justamente por focar o estudo nessa interação entre os participantes da rede, Primo prefere o termo “interagente” a usuário. Este artigo também opta por este termo por considerar que o conceito de usuário limita ou deixa de considerar elementos consideráveis do novo leitor. Uma vez que por usuário entende-se, na forma mais literal, aquele que usa, no contexto em que queremos abordar, o leitor não apenas usa as ferramentas, mas recria leituras e interage com os demais participantes e com o próprio meio.

Como já foi dito anteriormente, o grande diferencial da web 2.0 é a possibilidade da produção aberta de notícias, criando um espaço de participação do cidadão nunca antes existente. Para Primo, dentre muitas consequências, com os recursos da Web 2.0:

[...] potencializa-se a livre criação e a organização distribuída de informações compartilhadas através de associações mentais. Nestes casos importa menos a formação especializada de membros individuais. A credibilidade e relevância dos materiais publicados é reconhecida a partir da constante dinâmica de construção e atualização coletiva. (Primo, 2007, p. 6)

O leitor da atualidade não se limita à leitura, ele está em busca de um compartilhamento cada vez maior de conteúdos. Ele não quer mais apenas ler, mas quer também escrever e contar o que leu.

Conclusões

Diante das novas tecnologias surge um novo leitor com outras necessidades e aptidões. Mais do que novas ferramentas, o interesse real desse leitor está em um conteúdo diferenciado, que ao mesmo tempo seja capaz de despertar e absorver sua atenção e inovar a forma de transmissão.

Conquistar esse leitor passa a ser o maior desafio da mídia. A manutenção de modelos tradicionais, tanto no seu formato quanto no discurso afastam cada dia mais o antigo público cativo e fiel. Não é à toa que a internet vem ganhando muitos adeptos, uma vez que é o meio pelo qual se alcançou uma ampliação na multiplicidade de conteúdos, oferecendo condições de atender a públicos diferenciados.

Os mais pessimistas, no entanto, ainda tem ressalvas em afirmar que essa mudança de fato ocorre, tanto no nível das ferramentas como no nível da leitura. Verdade seja dita que falhas ainda existem e o conteúdo ainda mantém em muitos aspectos os modelos massivos anteriores, mas o processo de transformação causado pelas novas tecnologias não está concluído e talvez nem mesmo se conclua, tornando-se constante. Fato é que a inserção dos indivíduos no universo das novas tecnologias tem criado condições de fala e contestação que anteriormente não poderiam alcançar por estarem “fora da mídia”.

A partir das características de imersão e interatividade, inerentes ao próprio digital, percebe-se que o leitor atual busca por uma vivência mais intensa diante das tecnologias. Ele não faz uso das ferramentas como mero recurso técnico, mas como possibilidade de aprendizado e experiência. Também quebra com a posição passiva de quem apenas lê e executa papel mais efetivo comentando, produzindo e colaborando com informações e conteúdos diversos.

Outro aspecto que se realça no caráter do novo leitor é o seu instinto de curiosidade. Por isso mesmo, o conteúdo, já na sua apresentação, ou seja, o layout, a organização, a criatividade, precisa se destacar para que cativa a atenção do leitor. Justamente por isso, as reportagens multimídia, os jogos e infográficos têm despontado como linguagens interessantes e inovadoras para tratar de assuntos já habituais.

Não poderiam deixar de ser consideradas a velocidade e a liberdade que guiam a leitura digital. São essas mais que características, mas necessidades do leitor contemporâneo. O indivíduo quer a informação rápida e atualizada com o máximo de frequência. Ao mesmo tempo, quer navegar livremente pelas páginas, criando uma ordem de leitura muito própria.

Navegar e interagir são termos cunhados principalmente para o meio digital e que quase funcionam como sinônimos para leitura. Esses dois termos resumem bem a atitude do novo leitor. Ele navega livremente com a informação ao mesmo tempo em que estabelece relações com o conteúdo, o meio e/ou o suporte que utiliza e com os demais indivíduos que compartilham dos mesmos suportes e ferramentas. Sua atitude pode ser individual e coletiva ao mesmo tempo e o quesito pessoal está intimamente relacionado à sua participação.

Um cidadão mais ativo, apto a seguir e aproveitar a modernidade trazida pela tecnologia, curioso e ao contrário do que se esperava, não exclui as experiências interpessoais, mas encontrar novas formas de procedê-las. Esses são indícios do perfil de um novo leitor, representado principalmente pelas gerações mais novas, que vêm ganhando espaço nas redes, e ao mesmo tempo em que é influenciado, influencia mudanças tecnológicas.

Referências Bibliográficas

- LIMA JR, Walter Teixeira. Tecnologias emergentes desafiam o Jornalismo a descobrir novos formatos de conteúdo. In: XXXI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2008, Natal.
Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0687-1.pdf>> Acessado em 25 de maio de 2010.
- LINDEMANN, Cristiane. A dualidade do webjornalismo participativo. **Estudos em jornalismo e mídia**, Florianópolis, ano IV, n.2, p.47-58, 2007.



MIÈGE, Bernard. A questão das tecnologias de comunicação: novas perspectivas. In: MORAES, Dênis de. **Mutações do Visível**: da comunicação de massa à comunicação de rede. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2010. p. 159-182.

PRIMO, Alex Teixeira. Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo. **Revista da Famecos**, n. 12, p. 81-92, jun. 2000.

_____. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E-Compós: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. v 9, Ago. 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/153/154>. Acessado em 20 de junho de 2010.

_____; TRÄSEL, Marcelo Ruschel. Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. In: VIII CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE PESQUISADORES DA COMUNICAÇÃO, 2006, São Leopoldo. Anais, 2006.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no ciberespaço**: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004. 190 p.

_____. Potenciais e desafios da sociedade informacional. In: IX CONGRESSO MUNDIAL DE INFORMAÇÃO EM SAÚDE E BIBLIOTECAS, 2002, Salvador. Disponível em: <<http://www.icml9.org/program/public/documents/salvadorsantaella-141204.pdf>> Acessado em 25 de maio de 2010.

SILVA, Carlos Eduardo de Martin. Experiência com jogos digitais e causas sérias. **Contemporânea**, Rio de Janeiro, v.7, n.11, p. 74-84, jul/dez 2008.

Disponível em:
<http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_11/contemporanea_n11_74_carloseduardo.pdf> Acessado em 27 de maio de 2010.

VILCHES, Lorenzo. É possível uma estética das tecnologias da comunicação?. In: MORAES, Dênis de. **Mutações do Visível**: da comunicação de massa à comunicação de rede. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2010. p. 191-209.