



## **Era da Informação – O Excesso de Informação na Internet, o Yahoo! Respostas e os fóruns especializados<sup>1</sup>**

Samuel Mário<sup>2</sup>  
Riverson RIOS<sup>3</sup>

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

### **RESUMO**

O presente artigo faz uma abordagem sobre o excesso de informações com que o cidadão precisa lidar atualmente. E relacionando isto, ao fenômeno Yahoo! Respostas e a multiplicação dos fóruns especializados nos mais diversos assuntos, como tentativa de buscar conhecimento diante o caos de informações que há na internet. O presente trabalho foi desenvolvido durante a disciplina de Publicidade e Multimídia, do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará.

**PALAVRAS-CHAVE:** Internet; Multimídia; Visual.

### **Introdução**

As transformações tecnológicas criaram novas possibilidades de comunicação, o que aumentou a oferta de informação. Hoje, é possível obter informações nos diversos meios, tanto os off-line quanto os online. A era em que vivemos é a da informação, e não é a do conhecimento, como se esperava, já que a quantidade de informação disponível para o usuário é bem maior que antes, pois

“em trinta anos, o mundo produziu mais informações do que no curso dos cinco mil anos precedentes... Um único exemplar da edição dominical do New York Times contém mais informações do que poderia adquirir, durante toda a sua vida, uma pessoa culta do século XVIII” (RAMONET, 1999. p. 60).

Entretanto, mesmo com tanta informação ao nosso redor, vindo das mais diversas fontes (revistas, sites, entre outros) não conseguimos absolver todas elas, e chega ao ponto de não mais percebê-las. Este fenômeno é denominado por Dietmar Kamper de “padecimento dos olhos”.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 2 – Publicidade e Propaganda do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, Universidade Federal do Ceará, email: samuellmario@gmail.com

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo Comunicação Social – Publicidade e Propaganda: riverson@ufc.br.

## Poluição visual e o Padecimento do Olhar

Houve, no século XX, uma proliferação das mídias visuais que fez com que o homem entrasse na era da visualidade. O Prof. Dr. Alberto Klein fala sobre este acontecimento: “Tal processo de valorização e complexificação das imagens, na sua diversidade de suportes, formas funções e atributos leva-nos a concordar que a civilização contemporânea vive a cultura da imagem.”.

A visão, que já era valorizada desde a sociedade grega<sup>4</sup> (berço da civilização ocidental), passa a ser depósito de todas as esperanças do mundo, pois quase tudo gira em torno das imagens. A maior parte das informações que consumimos é obtida através da visão, das imagens (fotos, infográficos, TV, textos). Com isso, hoje, tudo clama por visibilidade. A publicidade é um bom exemplo, ela usa recursos artísticos para atrair a atenção por meio da visão. O objetivo é ser visível. Uma consequência disso é o agigantamento das imagens, e, por conseguinte, a degradação do espaço urbano. O interessante é que isso acontece também no mundo online. Muitos são os sites que estão “poluídos” de propagandas, que se somam ao grande volume de informações já presente na página.

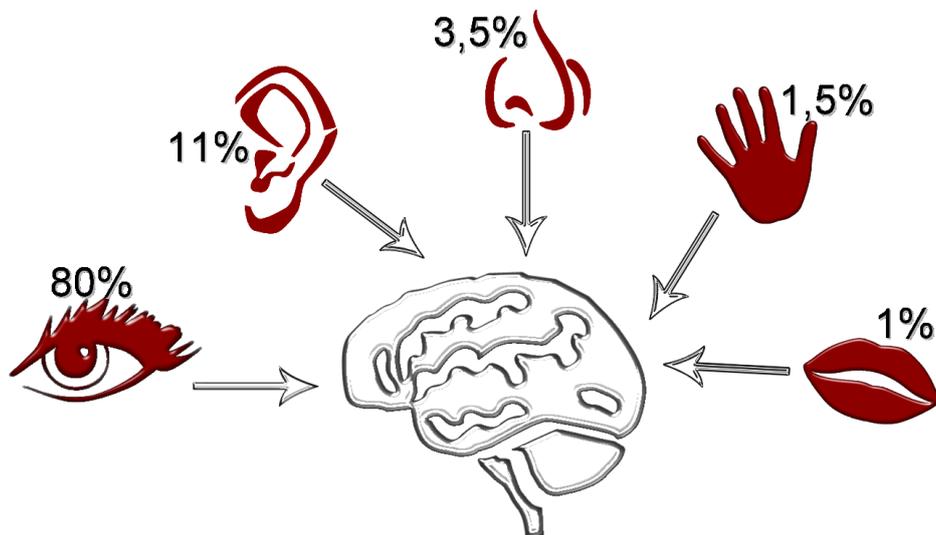


Figura 1 – Conhecimento Através dos Sentidos

A figura 1 mostra como o ser humano adquire conhecimento através dos sentidos. A combinação de vários sentidos aumenta o potencial de aprendizagem. A

<sup>4</sup> “Para essa cultura do sol apaixonada pela vida e pela visão a ponto de confundi-las, viver não é respirar, como para nós, mas ver; e morrer é perder a vista”. (Debray, 1993 apud Rosa, 2007)

usada na internet é a aprendizagem multimídia que é feita a partir de palavras (escritas e faladas) e imagens, potencializando a aprendizagem.

Com o excesso de informação sendo produzidos para esses dois sentidos, há uma sobrecarga, e passamos a absolver pouco, pois as imagens (textos e gráficos) se tornam invisíveis, você passa por elas e não as vê. Por exemplo, durante um dia, uma pessoa que vive em Nova Iorque, viu centenas de outdoors, painéis luminosos e cartazes ao andar pelas ruas. Mas no final do dia este indivíduo não se lembrará da maioria daquilo que viu. Levando ao padecimento do olhar, onde os olhos estão “cansados” e não mais acompanha tanta informação.

Para mostrar como obtemos informações através da Aprendizagem Multimídia, Mayer (2001) apresenta três pressupostos da sua teoria da Carga Cognitiva: 1) **Canal Duplo** - O ser humano possui dois canais distintos para o processamento de informação (visual e verbal). (2) **Capacidade Limitada** - Há uma capacidade limitada de processamento de informação em cada canal. 3) **Processamento Ativo** - A aprendizagem requer um processamento cognitivo essencial em ambos os canais.

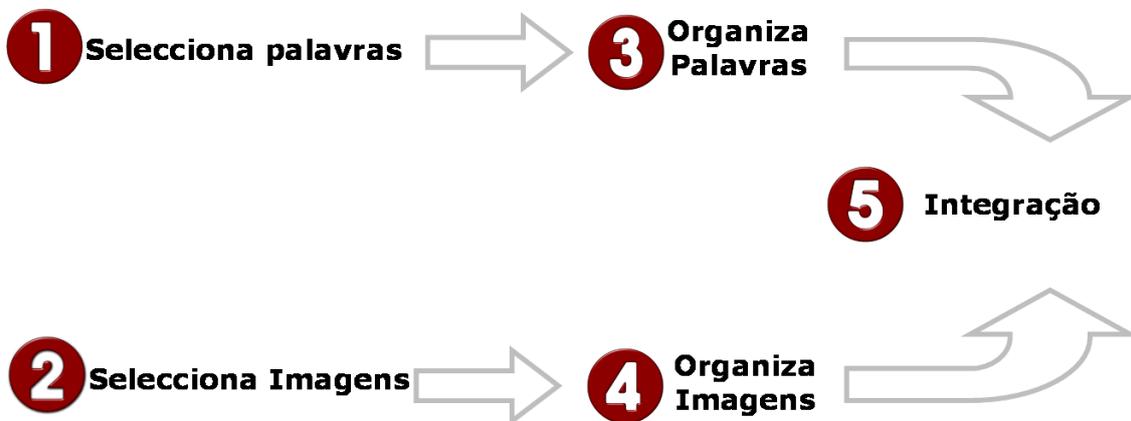


Figura 2 - Seleção de Informação de acordo com o terceiro pressuposto

A figura 3 mostra como a Teoria de Mayer se aplica à aprendizagem multimídia.

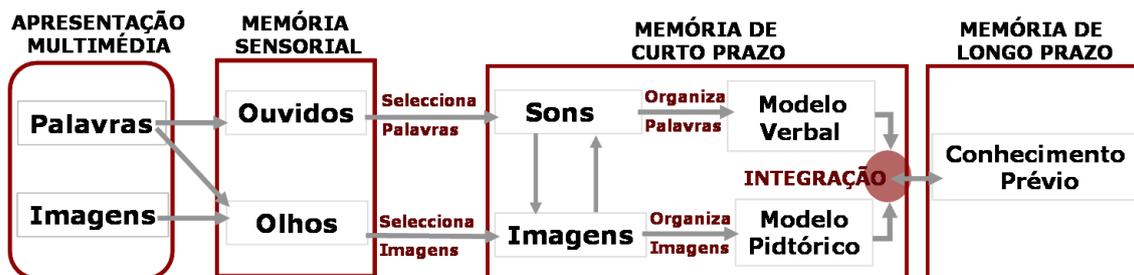


Figura 3 - Teoria Cognitiva de Aprendizagem Multimídia



Entretanto, o excesso de informação, principalmente na internet, dificulta a seleção dos dados e, conseqüentemente, a transformação deles em conhecimento aplicado. Esse excesso, ao invés de embasar o conhecimento, acaba causando uma dispersão do conteúdo. Pois, as informações fúteis estão em “pé de igualdade” com temas sérios, eles disputam o mesmo espaço, neste caso a rede mundial de computadores. Nossa capacidade de fixar a atenção em algo é limitada, e a tentativa de aprender muitas informações acaba prejudicando a capacidade de fixação mnemônica dessas informações. Nossa percepção do mundo é simultânea, mas nossa ação é sequencial. Assim uma pessoa precisa estabelecer suas prioridades para que possa consolidar o conhecimento, ou seja, é preciso selecionar as informações, para que não haja uma sobrecarga cognitiva<sup>5</sup>. Outra consequência disso é a ansiedade por informação. Com medo de ficarem “desatualizado”, muitas pessoas começam a se sentir frustradas e ansiosas, em consequência da incapacidade de absorver todo o volume de informações que julgam necessárias. O jornalista André Azevedo comenta estes fatos ao dizer que

“o excesso de informação na mídia pode estar causando um relativismo absoluto nas concepções humanas ou um ‘sentimento de impotência’, que costuma levar o indivíduo à apatia, ao conformismo, ao cinismo ou mesmo niilismo - pois a constelação de informações inviabiliza a hierarquia de valores do receptor, impossibilitando-o de avaliar o que é de fato fundamental e o que é supérfluo. [...] As futilidades circulam ao lado de grandes questões da humanidade com idênticos formatos, espaços editoriais e repercussão. [...] O viciado em informação precisa saber (de vários fatos), [...] independente da necessidade real de saber tais coisas.” (AZEVEDO apud BRAGA, 2007 p.2)

O Dr. Ryon Braga (2007), no seu trabalho *O Excesso de Informação – A neurose do Século XXI*, fala da Síndrome do Excesso de Informação, tal síndrome “faz parte dos componentes do stress associado ao trabalho.” Ela faz com que o indivíduo tenha insegurança, devido à imensa quantidade de informações disponíveis na hora de tomar decisões, pois fica com a sensação de que poderia obter mais e mais informação. A causa do problema, ele faz questão de ressaltar, “está na incapacidade das pessoas em lidar com o excesso de informação e não, obrigatoriamente, na quantidade de informações.” E isto é um grande problema, pois além de reduzir a capacidade de aprender, de se concentrar e fixar a atenção traz malefícios para a saúde. Já que causa,

---

<sup>5</sup> A informação excede a capacidade cognitiva dos canais.



lapsos de memória, dificuldades para dormir “*até chegar a níveis elevados de stress e desenvolvimento de um comportamento neurótico.*”

A internet, especialmente a web 2.0, também proporciona ferramentas que possibilitam a seleção de dados, facilitando a vida do internauta em meio a esse emaranhado de informação.

### **Web 2.0 uma alternativa ao caos de informações**

O expressão “web 2.0” foi primeiramente usado pela empresa O'Reilly Media e pela MediaLive International para designar uma segunda geração de comunidades e serviços, tendo como conceito a "Web como plataforma". Envolve sites (redes sociais, wikis, etc.) que deixam de ter uma característica estática para se tornarem verdadeiros aplicativos no servidor. Tendo funcionalidades semelhantes aos softwares do PC. A web 2.0 tem como principal característica a construção de conteúdo através da colaboração/troca/propagação online de informação. Vide o exemplo da Wikipédia, enciclopédia livre colaborativa e sem fins lucrativos, diferentemente da Enciclopédia Britânica.

Como, anteriormente, dito o volume de informações é enorme e que é difícil selecionar “o joio do trigo”. Já a web 2.0 permite que os internautas possam “driblar” o excesso de informações que há na rede, pois sua principal característica é a construção de conteúdo através da colaboração/troca online de informação, de graça e de uso simples. O Yahoo! Respostas é um bom exemplo disso.

Criado em 1999, o Yahoo! Respostas é um serviço do portal Yahoo!, que permite os usuários cadastrados<sup>6</sup> no portal realizar perguntas e/ou responder as feitas por outros usuários, sobre os mais variados temas. Ou seja, proporciona a participação ativa dos usuários, a intercriação e o compartilhamento de experiências e conhecimentos. Cada pergunta pode receber várias respostas de distintos usuários. Posteriormente, a questão é encerrada pelo autor da pergunta, que escolhe a melhor resposta, ou as perguntas são colocadas em votação, para que outros usuários decidam, caso o autor não escolha a melhor resposta.

No Yahoo! Resposta é possível criar desde perguntas curiosas e interessantes como, “Por que as pessoas brindam?”, até perguntas mais subjetivas como, por exemplo, “Qual o melhor jeito de estudar para uma prova?”.

---

<sup>6</sup> Crianças menores de 13 anos não podem perguntar ou responder no Yahoo! Respostas nem se comunicar com outros usuários.



O Yahoo! Respostas funciona com um sistema de pontos e níveis que encoraja os usuários a participarem cada vez mais. Os pontos variam de acordo com a ação do usuário, por exemplo, fazer um pergunta: - 5 pontos; responder: +2. Abaixo a tabela completa com os valores dos sistemas de pontos e níveis.

Tabela de pontos

Ação	Pontos
Iniciar a participação no Yahoo! Respostas	Uma vez: 100
Fazer uma pergunta	-5
Escolha a melhor resposta para sua pergunta	3
Nenhuma resposta eleita como a melhor resposta	Pontos devolvidos: 5
Responder	2
Resposta eliminada por mim	-2
Entrar no Yahoo! Respostas	Uma vez por dia: 1
Vote em uma resposta	1
Votar como Sem a melhor resposta	0
Ter sua resposta selecionada como a melhor resposta	10
Receber uma avaliação positiva em uma de suas respostas eleita como a melhor (até 50 avaliações positivas são contadas)	1 per "thumbs-up"
Receber uma notificação de abuso	-10

Fonte: Yahoo! Respostas

Níveis

Nível	Pontos	Perguntas	Respostas	Comentários	Estrelas	Avaliação	Votos
7	25.000+	20	80	40	100	sem limite	400
6	10.000 - 24.999	20	80	40	100	sem limite	400
5	5.000 - 9.999	20	80	40	100	sem limite	200
4	2.500 - 4.999	20	80	40	100	sem limite	100
3	1.000 - 2.499	15	60	30	100	sem limite	75
2	250 - 999	10	40	20	100	sem limite	50
1	1 - 249	5	20	10	10	0	25

\*Todas as limitações valem por um dia

Outra forma de driblar esse caos do excesso de informação são os fóruns especializados. Para cada categoria/setor/gosto existe um fórum específico, em que as



peessoas colaboram umas com as outras tirando suas dúvidas. Citando alguns dos que existem, tem fóruns sobre séries, filmes, carros e informática. Sendo que dentro dessas categorias ainda tem subdivisões. É mais fácil encontrar uma resposta para sua pergunta nesses meios, que a web 2.0 proporciona, do que no meio do caos de informação.

Para demonstrar o que foi dito, veja esse pequeno exemplo que mostra a diferença entre o Yahoo! Respostas (e os fóruns) da busca convencional em meio ao caos. Por exemplo, Uma jovem estava assistindo a série *Two and Half Men* e viu a cena<sup>7</sup> em que toca no celular de Jake uma música, e ela gostaria de baixá-la pro seu celular, mas ela não sabe qual o episódio nem a temporada desta cena muito menos o nome da música. Mesmo assim decide pesquisar na web. Ao fazer uma simples busca no Google, digitando “two and a half men<sup>8</sup>”, ela se verá diante de 424.000.000 resultados para (para páginas em toda web); 4.1600.000 resultados (para páginas em português); e 3.670 resultados (para páginas no Brasil). Os primeiros obstáculos que a garota precisa enfrentar são os links patrocinados, depois as páginas ranqueadas pelo buscador, que nesse caso, podem ser o site oficial da série, sites de downloads de séries e muitas outras páginas que não lhe interessam. Enquanto no Yahoo! Respostas ou nos fóruns especializados na série, bastaria ela descrever a cena, que vários usuários indicariam para ela de qual episódio se trata a cena.

O usuário não quer mais perder tempo navegando pela rede em busca de informação Com tanta informação inútil, “*Você, usuário, quer saber o que fazer – e quer que alguém lhe diga.*” (Rodrigo Franco).

Entretanto, deve-se levar em consideração que a internet é um território livre, e as pessoas podem dar respostas ou informações erradas. Para proteger o usuário disso, muito desses serviços oferecem mecanismos de avaliação entre os próprios usuários. Além de regras para manter a qualidade desses espaços democráticos. No Yahoo! Respostas, por exemplo, você pode dar uma estrela ou uma avaliação positiva para aquilo que você julga interessante. E pode, também, denunciar, através do link “Denuncie aqui”, se encontrar uma violação as regras da comunidade.

## Conclusão

Não há dúvidas dos benefícios que a tecnologia da informação nos trouxe. Ter acesso a informações do mundo todo, e ter contato direto com as fontes, e tudo isso em

---

<sup>7</sup> A cena citada é do episódio nove da 6ª temporada.

<sup>8</sup> Pesquisa realizada no dia 02 de maio de 2012, às 20h35, horário local. Os valores são aproximados.



tempo real, é algo incrível. No entanto, isso representou uma mudança drástica de paradigma na sociedade: “há informação demais e tempo de menos.”. Sempre temos a sensação que estamos perdendo algo, deixando de ficar “por dentro” dos assuntos e que o dia ter “apenas” 24 horas, não é mais suficiente. E mesmo diante de tanta informação disponível na “palma da mão”, não conseguimos transformar em conhecimento e nem dar aplicabilidade a ela.

Outro problema que essa enxurrada de informação causa é a “Síndrome do Excesso de Informação”. O Dr. Braga define bem esse transtorno:

“Era da Informação – uma era em que a quantidade de informação disponível e acessível pegou a todos nós de surpresa. Não estávamos preparados para ela. Antes, as pessoas não sabiam que não sabiam. Agora, sabem que não sabem, e isso, num mundo competitivo e predatório, gera uma sensação de frustração e incapacidade que, aos poucos, vai se transformando em uma ansiedade cada vez maior. que deixa a pessoa ansiosa, frustrada por não conseguir captar tanta informação.” (BRAGA, 2007)

O grande desafio dessa nossa era, é saber selecionar o que é útil dentre o grande volume de informações. Segundo Wurman (apud BRAGA, 2007), são várias as situações que costumam provocar ansiedade de informação: não compreender a informação; sentir-se assoberbado por seu volume; não saber se uma certa informação existe e; não saber onde encontrá-la. A informação está em todo canto: portais de notícias, blogs, podcasts. Muitos jornalistas, blogueiros profissionais e usuários comuns, colaboram, diariamente, lotando a web de conteúdo, muitas vezes bom e relevante.

Diante de cenário, o que explica o sucesso do que Yahoo! Respostas e a proliferação dos blogs especializados, é que eles souberem realizar o papel de coletar, selecionar e contextualizar a informação, dentro das necessidades de seu público-alvo, e são uma das formas mais bem sucedidas da internet, nessa era do excesso de informação.

## **Bibliografias**

BAITELLO JUNIOR, Norval. **A sociedade das imagens em série e a cultura do eco**. Revista F@ro N°2, Valparaíso, 2005.

KLEIN, Prof. Dr. Alberto, **Cultura da Visibilidade: Entre a profundidade das imagens e a superfície dos corpos**. Bauru: 2006

RAMONET, Ignacio. **A Tirania da comunicação**. Porto: Campo Das Letras, 1999. 144 p.



ROSA, Ana Paula da. **Guerra de imagens: agendamento e sincronização do olhar pela mídia**. 2007. 198 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2007.

**Aprendizagem multimídia** Disponível em: <<http://historiatic.yolasite.com/aprendizagem-multimedia-e-carga-cognitiva.php>>. Acesso em: 02 maio 2012.

BRAGA, Dr. Ryon. **O Excesso de Informação - A Neurose do Século XXI**. Disponível em: <<http://www.mettodo.com.br/pdf/O%20Excesso%20de%20Informacao.pdf>>. Acesso em: 02 maio 2012.

FRANCO, Rodrigo. **A era do visual**. Disponível em: <<http://www.brainstorm9.com.br/design/a-era-do-visual/>>. Acesso em: 02 maio 2012.

**Yahoo! Respostas** Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Yahoo\\_Respostas](http://pt.wikipedia.org/wiki/Yahoo_Respostas)>. Acesso em: 29 abril 2012.

PEREIRA, Fabiano. **Informação demais é anti-informação?** Disponível em: <<http://webinsider.uol.com.br/2008/05/06/informacao-demais-e-anti-informacao/>>. Acesso em: 29 abril 2012.

**Regras da Comunidade do Yahoo! Respostas**. Disponível em: <[http://br.answers.yahoo.com/info/community\\_guidelines;\\_ylt=Auu2iUSy9AVKbYi4rdFlrpsd7At;\\_ylv=3](http://br.answers.yahoo.com/info/community_guidelines;_ylt=Auu2iUSy9AVKbYi4rdFlrpsd7At;_ylv=3)>. Acesso em: 02 maio 2012.

**Sistema de pontos: Pontos e níveis**. Disponível em: <[http://br.answers.yahoo.com/info/scoring\\_system;\\_ylt=Ai4L5wX4qSfJMCjPDrjVbRn\\_6gt;\\_ylv=3](http://br.answers.yahoo.com/info/scoring_system;_ylt=Ai4L5wX4qSfJMCjPDrjVbRn_6gt;_ylv=3)>. Acesso em: 03 maio 2012.