

UNESP – UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO
DE MESQUITA FILHO”
FAAC – FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO

GIULIANO TREVELIN MARTINS

ROLLING STONE BRASIL: aspectos de interatividade

Bauru
2010

GIULIANO TREVELIN MARTINS

ROLLING STONE BRASIL: aspectos de interatividade

Monografia apresentada junto ao Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - Unesp, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel.

Orientadora: Profa. Dra. Sônia de Brito

Bauru
2010

GIULIANO TREVELIN MARTINS

ROLLING STONE BRASIL: aspectos de interatividade

Monografia apresentada junto ao Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - Unesp, como requisito parcial para à obtenção do título de bacharel.

Orientadora: Profa. Dra. Sônia de Brito

COMISSÃO EXAMINADORA

Profa. Dra. Sônia de Brito
Unesp - Bauru

Prof. Dr. Ângelo Sottovia Aranha
Unesp - Bauru

Profa. Ma. Vanessa Matos dos Santos

Bauru, 23 de Junho de 2010

AGRADECIMENTO

Agradeço infinitamente aos meus progenitores, José e Vera, que nunca mediram esforços, de qualquer natureza, para que eu pudesse realizar meus objetivos.

Agradeço a minha companheira, Danieli Costa, por acreditar em minhas capacidades e me impulsionar em atingir meus objetivos.

Aos poucos amigos que contribuíram para que eu chegasse a este ponto. Vocês sabem quem são.

Às críticas negativas aos discos do Led Zeppelin feitas pela revista Rolling Stone norte-americana. Se não fosse por isso, talvez hoje esta monografia não fosse de um jornalista.

À mídia medíocre, que também fornece indignação suficiente para que eu objetive me tornar um profissional da comunicação capaz de realizar algo melhor do que o que venho acompanhando ao longo dos anos.

A tudo de bom que o Rock and Roll me trouxe.

Dedicatória

*Aos que não tiveram esta oportunidade,
mas foram agraciados do conhecimento
empírico.*

A ferrugem nunca dorme.

Neil Young

RESUMO

Esta monografia tem por objetivo demonstrar as relações de interatividade contidas em um site de suporte a uma revista de jornalismo cultural a partir da observação direta da estrutura apresentada. O objeto de análise é o site Rolling Stone Brasil, sendo o mês de abril de 2010 utilizado como ponto referencial da análise de estrutura contida no site. Como suporte metodológico para a análise do objeto selecionado, utilizamos obras teóricas com os preceitos necessários para se apresentar a amostra do conteúdo na estrutura observada. Para isso, são utilizados conceitos e estratégias pregadas por autores da área da comunicação voltada para o meio digital. A pesquisa aponta que o site adotou em sua estrutura ferramentas que contêm potencial de interatividade entre as partes envolvidas na cadeia de comunicação, e que o conteúdo produzido pode ser considerado como conteúdo direto da estrutura de webjornalismo.

Palavras-chave: Rolling Stone Brasil, interatividade, webjornalismo.

ABSTRACT

The purpose of the present dissertation is to show the interactivity connections featured in a cultural journalism magazine's website through direct observation of its presented structure. The website chosen as object of study is Rolling Stone Brasil, April 2010 being the point of reference for analysis. Methodological support for such study has been culled from theoretical works on the principles that are necessary for the development of sampling in the observed structure. For this, are employed of concepts and strategies predicated by authors in the field of communications with emphasis on digital means is aplicated. The research indicates that the tools adopted in the website's structure comprise a potential of interactivity between the parties involved in the communication chain, and that the content therein produced may be considered as direct content of a web journalism structure.

Word keys: Rolling Stone Brazil, interactivity, web journalism.

SUMÁRIO

Introdução	10
1 Definições e conceitos	14
1.1 Jornalismo Cultural.....	14
1.2 Internet, Web e seus avanços.....	15
1.3 Jornalismo no Meio Digital.....	17
1.3.1 <i>Webjornalismo</i>	18
1.3.2 <i>Hipertexto</i>	20
1.3.3 <i>Hipermídia</i>	22
1.3.4 <i>Redes Sociais</i>	23
2 Interatividade	24
2.1 Variações de interatividade.....	26
3 Site Rolling Stone Brasil	28
3.1 Página Principal.....	29
3.2 Categorias de Menu.....	41
3.2.1 <i>Novas</i>	41
3.2.2 <i>Multimídia</i>	44
3.2.2.1 <i>Fotos</i>	44
3.2.2.2 <i>Áudios</i>	45
3.2.2.3 <i>Vídeos</i>	45
3.2.3 <i>Blog</i>	46
3.2.4 <i>Guia</i>	47
3.2.5 <i>Mobile</i>	48
3.2.6 <i>Enquete</i>	49
3.2.7 <i>Concursos</i>	50
3.2.8 <i>Assine</i>	51
3.2.9 <i>Navegue por seção</i>	53
3.3 Características de Interatividade Externa.....	54
3.4 Conteúdo exclusivo e na íntegra.....	59
3.5 A Interatividade como valorização do público.....	62
4 Considerações Finais	65
5 Referência	69
6 Glossário	71

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.....31

Figura 2.....32

Figura 3.....32

Figura 4.....33

Figura 5.....33

Figura 6.....34

Figura 7.....35

Figura 8.....35

Figura 9.....36

Figura 10.....37

Figura 11.....38

Figura 12.....38

Figura 13.....39

Figura 14.....40

Figura 15.....40

Figura 16.....44

Figura 17.....45

Figura 18.....46

Figura 19.....47

Figura 20.....48

Figura 21.....50

Figura 22.....51

Figura 23.....52

Figura 24.....53

Figura 25.....55

Figura 26.....56

Figura 27.....57

Figura 28.....58

Figura 29.....60

Figura 30.....61

Figura 31.....62

Introdução

A vida cotidiana foi amplamente alterada com o avanço da tecnologia e sua aplicação na comunicação. Por consequência, a introdução da internet, como é comumente conhecida a rede mundial de computadores, acaba gerando um papel de bem de consumo comum e inerente à vida moderna, ao criar novos parâmetros para as relações sociais e no dia-a-dia do fazer jornalismo.

Segundo Aquino (2006), a sociedade atual vive em um novo espaço global, em que a economia mundial é dirigida por um produto de consumo: a informação. Esta, além de criar um novo conceito de movimentação de mercado, é responsável também por impor uma nova morfologia social.

Esse avanço tecnológico-digital proporcionou novas formas de relação na comunicação. A interligação de assuntos no âmbito de um mesmo tema, e até se expandindo em outros relacionados, contribui para a ampliação das possibilidades de transmissão de conhecimento, de troca de informações e para a relação que se constrói com o público leitor. Com a chamada Web 2.0, as relações sociais de comunicação entre um veículo de mídia e o público sofreram alterações que fortaleceram a comunicação entre ambos. Antes, era somente avaliada como uma via de comunicação apenas expositiva, com raras exceções nos meios de comunicação de massa, e ainda assim superficiais, como no caso do Rádio e o atendimento ao ouvinte, e nas sessões de cartas das revistas e jornais. Ambas as características sendo de forma superficial. Atualmente, tais relações passam a ter um significado essencial para diagnosticar a atuação de um veículo de comunicação.

Lévy (1999) entende as relações sociais oriundas do avanço tecnológico-digital como uma situação condicional, e não determinante, devido às técnicas criadas em uma cultura, já que uma sociedade é condicionada por elas.

Tais mudanças redirecionaram as formas de apresentação da informação para o público, de maneira multidirecional e fragmentada. Por sua característica interativa,

a Web alterou o modelo comunicacional em que o jornalismo tradicional se baseia, passando a atuar em uma nova estrutura. É criado assim o chamado jornalismo digital, ou webjornalismo, que passa a ter reunidas características que são distintas nas demais formas de jornalismo.

Este trabalho se utiliza do método hipotético dedutivo para elaborar o desenvolvimento de seu conteúdo, a fim de demonstrar a potencialidade dos aspectos de interatividade observados no site Rolling Stone Brasil.

Diante de um novo quadro da comunicação social, baseado na participação ativa da tecnologia e do uso da internet no contexto cotidiano de aplicação do jornalismo, este trabalho tem por objetivo demonstrar a interatividade encontrada em um veículo jornalístico, através de seu canal digital. O site da Rolling Stone Brasil foi o objeto escolhido para celebrar essa demonstração, por dois motivos: o apelo pessoal e o quesito de interatividade proporcionado pela publicação. No primeiro, a escolha se evidencia devido ao pesquisador ter profunda relação de utilização desse veículo como ponto referencial da aplicação de jornalismo cultural. No segundo, a verificação empírica da aplicabilidade de ferramentas de hipertexto e hipermídia exploradas pela publicação despertou a atenção do pesquisador para o fator do crescimento da interatividade na atuação jornalística. Esses dois motivos pontuam o porquê da escolha do uso da interatividade no webjornalismo, com ênfase na esfera cultural, como personagem principal do trabalho a ser desenvolvido.

Em um primeiro momento empírico, se fez necessária a utilização das possibilidades de interatividade existentes no site, para averiguar quais os caminhos disponibilizados para serem traçados, que proporcionaram, automaticamente, alusões aos conceitos estudados previamente. Com isso, serão relatadas por partes as ferramentas e possibilidades de interatividade compreendidas no site. Após, compreendida a dinâmica do site Rolling Stone Brasil, a atenção é voltada para o conteúdo da edição impressa do mês referente ao estudo, no caso abril. Para isso, são observadas as definições e os conceitos relatados na primeira parte desta monografia.

Para demonstrar a interatividade permitida pelo veículo, se faz necessária a aplicação de referências teóricas sobre o tema, com autores representativos nas pesquisas sobre os meios digitais. A apresentação desses conceitos que envolvem o webjornalismo é feita na primeira parte deste trabalho. Nela se objetiva demonstrar uma base de conceitos que serão posteriormente utilizados na demonstração de conteúdo a que se propõe esta monografia. Para isso, será exposto de forma concisa o surgimento do jornalismo digital para a sociedade, seus avanços tecnológicos e a relação entre a internet e o jornalismo, bem como o jornalismo cultural, por se tratar da estética do produto analisado. A definição dos avanços da web, o webjornalismo, o hipertexto e a hipermídia também serão expostos sucintamente para servirem como base de pesquisa nesta monografia, segundo as fontes acadêmicas a serem utilizadas na pesquisa.

No segundo momento, se apresenta uma breve explanação sobre a interatividade e suas variações, a partir do conceito que todo o processo comunicativo se desenvolve mediante vias cruzadas. Esta parte cria a ponte entre a exposição dos conceitos, relatos primeiramente, e a terceira que virá a demonstrar os aspectos de interatividade contidos no site Rolling Stone Brasil.

A terceira parte deste trabalho pode ser compreendida como uma extensão do anterior pelo fato de apresentar o conceito de interatividade, através da averiguação de apontamentos que estão reafirmados através de citações de teóricos que estudam o tema. Sua separação do conteúdo anterior foi feita para dar maior atenção a essa definição, que é o fator principal para a demonstração da interatividade no objeto de estudo desta monografia. O que se pretende aqui é realizar um panorama do conceito de interatividade e sua extensão através da aplicabilidade na comunicação através das vias digitais. Serão abordados também conceitos sobre diversificações de interatividade. Estas servem como direcionamento para o que virá *a posteriori*.

O terceiro momento desta monografia apresenta os aspectos de interatividade, baseados com o estudo dos conceitos teóricos, através da demonstração dos conteúdos que proporcionam a interatividade no processo das relações de comunicação observadas no objeto de estudo. Relacionados ao tema deste

trabalho, são acrescentados comentários sobre sua funcionalidade no processo de interatividade entre o público-leitor e o produto de mídia. Ilustrações das partes observadas no site de estudo acompanham o texto como forma de contribuição para a parte demonstrada.

A quarta parte apresenta a conclusão sobre o tema proposto, apontando os fatores que relacionam o fazer jornalístico com a atual produção de um veículo originalmente impresso que, diante de uma nova ordem de comunicação, passa a atuar na esfera digital.

1 Definições e conceitos

Nesta primeira parte, é apresentado de forma concisa o conteúdo teórico necessário para se contextualizar os aspectos de interatividade que estão abordados na segunda parte desta monografia, tendo, como início, uma breve explicação sobre o jornalismo cultural, pois o objetivo de estudo pode ser incluído nesse gênero jornalístico. Assim, coloca-se como eventual precedente a apresentação do gênero para melhor compreensão da situação direcionada pelo trabalho. A seguir, o avanço tecnológico e a aplicação da internet como bem de consumo são delimitados para demonstrar como se deu a passagem do jornalismo impresso para a atuação nas vias digitais, resultando em uma nova categoria de comunicação, o webjornalismo.

1.1 Jornalismo Cultural

O jornalismo cultural foi criado com o intuito de levar o conhecimento erudito para as massas, e a locais em que o culto, a sabedoria, não era o contexto primordial. Para Daniel Piza (2003), essa criação se deu basicamente em 1711, ano em que foi lançada, na Inglaterra, a revista *The Spectator*, dirigida pelos ensaístas Richard Steele (1672-1719) e Joseph Addison (1672-1719). A abordagem de Piza credita aos dois ensaístas a decisão de publicar a revista para tirar a filosofia dos gabinetes e bibliotecas, escolas e faculdades, e levar para clubes e assembléias, casas de chá e cafés, falando sobre assuntos diversos, tais como livros, óperas, costumes, festivais de teatro e música, além da política, mantendo um tom de conversação e entretenimento, culta sem formalidades, reflexiva sem ser inacessível (PIZA, 2003).

Com as revoluções do século XVIII como, por exemplo, a Revolução Francesa, houve uma consolidação dos princípios da liberdade de expressão e da imprensa. É por essa mesma época que a imprensa passa a ser um empreendimento, saindo do emblemático aspecto funcional de prestadora de serviço, e se aplica, efetivamente, a ser empresa jornalística e começa a vender espaços de suas páginas para os

anunciantes. As facilidades tecnológicas que foram propiciadas com a revolução industrial levaram o intento básico dos ensaístas citados a um novo patamar, firmando as bases da evolução para o jornalismo cultural. A imprensa alcançou o avanço técnico que lhe faltava para fincar as bases de abrangência significativa.

Com o avanço progressivo da industrialização e a formação organizacional da empresa jornalística, houve uma reestruturação dos jornais diários, sendo estruturados por cadernos e/ou editorias – como cobertura de esporte, política, economia, cultura – já em meados do século XX.

As pesquisas dos filósofos Adorno e Horkheimer caracterizaram esse avanço tecnológico é uma alavanca da Indústria Cultural. Nela, as produções seguem os mesmos procedimentos e formas de produção em série usados para bens e produtos não culturais, transformando manifestações artísticas em produtos de consumo de massa, tornando-se produtos de entretenimento, sem vínculos de potencialidade expansionista, mas passivos e acríticos (ADORNO, 1971).

A partir desse quadro, objetivamos a influência das possibilidades digitais para a comunicação.

1.2 Internet, Web e seus avanços

Conhecida como a rede mundial de computadores, a internet, modificou os hábitos comunicativos da sociedade, devido aos vários avanços proporcionados, que em um relato básico consistem em possibilitar a troca de informações e dados entre indivíduos por meio de computadores que estão conectados entre si e através de um sistema de gerenciamento por números de protocolos distintos. Ela é comumente associada ao termo Web, embora seus conceitos sejam distintos e talvez a sociedade se refira a ambas como se fossem a mesma coisa pelo fato de suas aplicações estarem interligadas. Essa nova ordem comunicativa da “era digital” recebeu a denominação de cibersociedade, enquanto esse não-lugar atemporal

ficou conhecido como ciberespaço. Lévy (1999, p. 92) define o ciberespaço como “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”.

Dentro do ciberespaço, a internet é uma grande rede que une outras extensas redes de informações, realizando o gerenciamento entre as máquinas conectadas globalmente, sendo conhecida como a World Wide Web, ou simplesmente Web, que é tida como a principal das formas de se acessar as informações e dados contidos na internet.

Crucianelli (2010) aponta diferenciações no âmbito do conceito de Web, devido às funcionalidades que são introduzidas no decorrer dos anos, desde a implementação para a sociedade na década de 1970, sendo que a autora realiza uma comparação eficaz da web ao colocá-la como uma biblioteca:

“Web 1.0: Semelhante a uma biblioteca. Permite assistir e ler, mas não ter um vínculo com a fonte da informação, exceto por meio da troca de e-mails.

Web 2.0: As pessoas fazem contatos entre si, originando a Web social. Ela permite enviar e baixar arquivos por conta própria. Há geração de conteúdos próprios, geralmente novos e, portanto, diferentes do que já existe. Facilita a comunicação entre as pessoas e promove a formação de grupos de indivíduos com interesses comuns. Se a Web 2.0 fosse uma biblioteca, qualquer pessoa poderia colocar um texto seu na estante e escolher textos alheios. Mas os autores também podem comunicar entre si e discutir as suas obras.

Web 3.0: Envolve a conexão de informações disponíveis em plataformas já existentes. Voltando ao exemplo da biblioteca, além dos elementos descritos acima, ela inclui a “presença” de um conselheiro (não uma pessoa, mas um software) que interpreta quais são as obras ou autores favoritos do usuário para recomendar-lhe um novo título ou sugerir-lhe outro autor, já que a interligação das

aplicações torna possível a existência de ferramentas altamente 'intuitivas'" (2010, p.12).

Conclui-se que os avanços tecnológicos digitais aumentam cada vez mais as possibilidades de relações sociais comunicativas, o que amplia a capacidade do ser humano de obter, com os meios digitais, novas camadas de informações sobre uma temática distinta e específica.

1.3 Jornalismo no meio digital

O avanço tecnológico proporcionou que a sociedade passasse a se comunicar através do meio digital a partir da década de 70. Nessa onda, por meio da internet, essa comunicação foi transmutada para o universo do cidadão comum, não estando mais apenas à utilização de especialistas em linguagens tecnológicas, pois foram criadas interfaces que permitem que qualquer computador pessoal que esteja conectado à internet se utilize da chamada Web para ter acesso a informações e se comunicar com outros computadores pessoais, ou seja, com outras pessoas.

Com o desenvolvimento de novos tipos de interatividade entre os indivíduos e os meios sócio-culturais, teve início a chamada era da informação. Com ela e pelo meio digital, ampliaram-se as relações comunicativas entre os indivíduos e as formas como essa comunicação acontece. Como aponta Dantas (2009, p. 3): "A fusão entre as telecomunicações e a tecnologia da informação imprimiram ao mercado uma velocidade e um dinamismo tão grandes, que fica cada vez mais difícil acompanhar as tendências em termos de mídias eletrônicas". O mesmo autor nos indica que essa fusão entre a comunicação e a tecnologia gerou uma confluência de interesses sociais, resultando no que o autor denomina de "convergência digital". E, em sua definição, tal qual "é a tendência de unificar vários produtos/serviços de tecnologia numa só plataforma ou produto, de modo a simplificar a vida do usuário" (idem).

A prática do jornalismo foi alterada com o avanço tecnológico. Tanto na produção do conteúdo jornalístico, quanto na forma que esse jornalismo é apresentado ao público. As produções digitais, principalmente as realizadas na internet, estão

gerando uma nova gama de profissionais, uma nova forma do fazer jornalismo, e, principalmente, mudando a forma de relação com o leitor.

Com o advento da internet, os meios de comunicação que até então proporcionavam a divisão entre impresso, radiofônico e televisivo, ou seja, diferenciados pelas funções visual, auditiva e audiovisual, respectivamente, passaram a transpor o material produzido em suas linguagens para a via digital. Canavilhas (2001) aponta que com o aparecimento da internet verificou-se uma rápida migração dos *mass media* existentes para o novo meio sem que, no entanto, se tenha verificado qualquer alteração na linguagem.

O jornalismo produzido para o meio digital está ainda em crescente desenvolvimento, mas podemos observar que a não linearidade na leitura de informações na internet é o direcionamento que essa mídia possibilita. Esse aspecto não linear do trânsito da informação devido a forma como as notícias são publicadas na internet, através da utilização de escrita, vídeo e áudio mesclados para proporcionar maior possibilidade de compreensão da situação informada.

Murad (2001) afirmou que “de certa forma, o conceito de jornalismo encontra-se relacionado com o suporte técnico e com o meio que permite a difusão das notícias. Daí derivam conceitos como jornalismo impresso, telejornalismo e radiojornalismo” (Apud CANAVILHAS, p. 2).

1.3.1 Webjornalismo

Conforme as alterações na Web foram se desenvolvendo e ganhando novas ferramentas de relação, geraram-se características que colocaram novos parâmetros de classificação no âmbito da comunicação digital. Não era mais passível de aceitação apenas a atividade jornalística on-line, ela foi impulsionada a se reorganizar como um novo meio comunicativo, não mais como uma transposição do conteúdo oferecido pelos meios impresso, radiofônico e televisivo. Mas, sim,

realizando uma aglutinação das características desses meios anteriores e adicionando distinções próprias ao seu potencial.

Amaral (2005) simplifica a explicação ao apontar que:

“Se o processo de recepção se altera com a Internet, a produção do discurso jornalístico tem de se adaptar ao meio interativo. Os novos dispositivos tecnológicos acrescentam à prática jornalística um novo ‘*modus operandi*’” (AMARAL, 2005, p. 2).

Com isso, o conceito de jornalismo on-line operado por Canavilhas (2001) se amplia, tornando-se *webjornalismo*, pois “para o jornalista, a introdução de diferentes elementos altera todo o processo de produção noticiosa, para o leitor é a forma de ler que muda radicalmente” (CANAVILHAS, p. 2). Essas alterações no modo de produção da notícia para o jornalista, e a nova forma de leitura não linear proporcionada para o público contribuem para a atividade jornalística, o chamado *webjornalismo*. Esse autor, por sua vez, também considera que está se fazendo uma nova forma de jornalismo, com a utilização de ferramentas de várias vertentes jornalísticas, e não mais um desdobramento da passagem de conteúdo do impresso, do rádio e televisão para o meio digital:

“Devido a questões técnicas (baixa velocidade na rede e interfaces textuais), a internet começou a distribuir os conteúdos do meio substituído – o jornal. Só mais tarde a rádio e a televisão aderiram ao novo meio, mas também nesses casos se limitaram a transpor para a internet os conteúdos já disponibilizados no seu suporte natural. E apesar do inquestionável interesse da difusão destes conteúdos à escala global, é um completo desperdício tentar reduzir o novo meio em um simples canal de distribuição dos conteúdos já existentes. [...] A internet, por força de poder utilizar de texto, som e imagem em movimento, terá também uma linguagem própria, baseadas nas potencialidades do hipertexto e construída em torno de alguns dos conteúdos produzidos pelos meios existentes” (idem, p. 1-2).

A partir da convergência entre texto, som e imagem estática e em movimento, o *webjornalismo* explora um maior potencial de divulgação da informação e da relação

comunicativa entre a imprensa e o público por meio do produto noticioso. Todas as potencialidades oferecidas no webjornalismo são resultantes da ampliação das interligações hipermidiáticas e hipertextuais, e da interatividade que pode resultar, de acordo com a utilização dessas ferramentas digitais.

Canavilhas (2001) demonstra que quatro elementos distintos se apresentam para diferenciar a produção jornalística convencional da digital: a estrutura de distribuição, configurada como o acesso ao conteúdo; a personalização, moldada em função do papel ativo pelo traçado de leitura plural e diferenciado por cada leitor; sua periodicidade, ou a falta dela, pois na internet se publica algo, mas não se tem uma edição, um produto fechado; e, por fim, a prática da informação considerada útil. Esses elementos inserem-se como uma estrutura de nova configuração midiática moldada na forma digital da internet, pois verificam-se mudanças nas ações de obtenção da informação jornalística, devido a sua organização fragmentada.

Através dessas premissas sobre o webjornalismo, podemos concluir que a confluência na utilização de ferramentas de produção dos distintos meios de comunicação jornalística proporcionou o desenvolvimento de um novo gênero de produção e veiculação da informação de massa.

1.3.2 Hipertexto

A palavra hipertexto foi demasiadamente difundida no cotidiano das pessoas com o advento da *internet*, mas o conceito de hipertexto já provém de tempos atrás. As notas de rodapé em livros, ou mesmo as anotações feitas nas margens já seriam consideradas uma espécie de relação de hipertextualidade, cujas informações relacionadas criaram nós de ligação externa com o texto linear. A *internet* foi apenas o campo em que esse termo se popularizou, e potencializou as possibilidades de ligações de informações devido à máxima utilização tecnológica disponível no acesso dos meios digitais.

Segundo Aquino (2006), a sociedade atual vive em um novo espaço global, em que a economia mundial é dirigida por um produto de consumo: a informação. Ela, além de criar um novo conceito de movimentação de mercado, é responsável também por impor uma nova morfologia social. Nessa nova característica de consumo mercadológico, o hipertexto é o principal instrumento de proliferação da informação por meio da internet, pois, segundo Lévy (1993),

“hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou partes de gráficos, seqüências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertextos. Os itens de informação não são ligados linearmente, como em uma corda com nós, mas cada um deles, ou a maioria, estende suas conexões em estrela, de modo reticular. Navegar em um hipertexto significa portanto desenhar um percurso em uma rede que pode ser tão complicada quanto possível. Porque cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira” (LÉVY, p. 33).

O hipertexto contém elos conectivos de informações que se relacionam em distintos níveis, porém sem uma representação de importância, já que se configura como uma quantidade infinita de nós de ligação para outras informações. Ou seja, na *internet* o hipertexto oferece possibilidades de informações relacionadas umas às outra(s) através dos chamados links, que são os endereços das outras informações contidas na rede.

Leão (1999) aperfeiçoa o conceito de hipertexto em sua explicação:

“O hipertexto é um documento digital composto por diferentes blocos de informações interconectadas. Essas informações são amarradas por meio de elos associativos, os links. Os links permitem que o usuário avance em sua leitura na ordem que desejar. Além do modelo hipertextual [...], existem sistemas com outros tipos de estruturas interativas (relações, séries, série de Petri, etc.). Através dessas estruturas interativas, o leitor percorre a trama textual de uma forma única, pessoal” (LEÃO, p. 15-16).

Assim, temos que qualquer relação complementar ao que podemos tratar como tema principal pode ser considerada conteúdo de hipertextualidade, e ainda recordando os apontamentos de Leão (1999) essa relação interage em estruturas distintas, porém que se interligam no contexto do tema, mas que são delimitadas em leitura pelo público.

Canavilhas (2001) aponta sobre os múltiplos caminhos de leitura citando Murad, que delimita que essa distinção de leitura transforma os dados de produção e da exploração da informação em espaciais e temporais, pois possibilita que o usuário possa saltar de um documento a outro e fazer tanto uma leitura linear, quanto um percurso distinto, individual.

A passagem das informações dos meios tidos como convencionais para a esfera digital implica novos modelos de disposição da informação, justamente possibilitados pelo suporte eletrônico. Na mídia digital, há uma nova e distinta configuração do que é noticiado. Essa configuração é mutável com o decorrer do avanço tecnológico aplicado à Web, e deve ser posta como uma das principais características da mídia digital.

1.3.3 Hipermissão

Basicamente, o uso de multimídia no fazer jornalístico consiste na convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico, mas explicitadas de modo distinto, o que fortalece a demarcação do webjornalismo como uma nova vertente comunicativa.

Através das ligações entre as diversas estruturas interativas de informação cria-se o conceito de hipermissão, outro termo ligado às convenções dessa nova vertente no consumo de informação na Web. A hipermissão é “uma tecnologia que engloba recursos do hipertexto e multimídia, permitindo ao usuário a navegação por diversas partes de um aplicativo, na ordem que desejar” (LEÃO, 2001, p. 15-16).

1.3.4 Redes Sociais

Existem vários tipos de redes formatadas no espaço digital. Elas se diferenciam por características que as denominam pela função, mas tendo as relações entre os indivíduos na comunicação mediada por computador, como seu principal mote existente.

Desses sistemas estruturais, a mais comum, e atualmente a que ganha mais adeptos dos usuários da internet, é a rede social.

Atualmente, há na internet várias redes sociais com as mesmas definições estruturais, já que primam por tratar de criar laços entre partes, ou pessoas. Sendo assim, há a possibilidade de se encontrar diversas redes que, em sua estrutura raiz, têm a mesma função, embora sejam sistemas separados, como aponta Recuero (2004), em seu artigo sobre a atual relação das redes sociais na internet:

“Esses sistemas funcionam com o primado fundamental da interação social, ou seja, buscando conectar pessoas e proporcionar sua comunicação e, portanto, podem ser utilizados para forjar laços sociais” (RECUERO, p. 7).

Independentemente da estrutura, o fator mais importante a ser destacado para a aplicação nesta monografia é a contribuição das redes sociais no processo de interatividade. Sua utilização pelos veículos de mídia potencializa o processo interativo.

Portanto, o desenvolvimento progressivo da atividade jornalística na via digital, principalmente com o advento da internet, possibilitou a criação de uma nova forma de jornalismo. Esta se difere das demais, angariando características distintas das já existentes e ampliando suas funções para a criação de novos parâmetros de comunicação via digital. Assim, a estrutura do webjornalismo aliada ao uso de ferramentas de hipertexto e hipermídia passa a cultivar novos aspectos na relação entre o público e o produto noticioso. Essa situação é apresentada a seguir, na parte destinada a explicar concisamente a interatividade no universo do jornalismo.

2 Interatividade

A interatividade sempre foi um entrave para as empresas de comunicação, e sua potencialidade para estreitar os laços com o público só veio a ser percebida com a utilização da internet, onde cada vez mais se “ouve” a opinião do público leitor. E a partir dessa comunicação envolvendo o chamado “cliente”, criou uma nova galáxia de discussões e debates. Até então, a relação de interatividade entre a estrutura da notícia – empresa, jornalista, veículo e produto – se relacionava superficialmente com o elemento final da cadeia comunicativa, o leitor, sem ao menos ser considerada uma comunicação bilateral.

Essa relação interativa na era digital ganha novos contornos profundos e que aparece em distintas camadas. Dantas (2009) ainda faz uma ressalva, citando Lévy, para essa relação, e aponta que:

“... seja na forma de difusão unilateral, como é o caso da TV e da imprensa, seja na forma de diálogo ou reciprocidade, como é caso da troca de correspondência, postal ou eletrônica. Em ambos os casos temos uma situação em que a mensagem não pode ser alterada em tempo real, o que faz com que a relação seja linear e o sistema fechado, mas que assim mesmo permite, segundo Lévy (1999, p.79), que o destinatário decodifique, interprete, participe, mobilize seu sistema nervoso de muitas maneiras e sempre de forma diferente de outro destinatário, diferente inclusive de si mesmo em momentos distintos, (re)apropriando e (re)combinando as mensagens veiculadas” (DANTAS, 2009, p. 9-10).

Com o advento dos meios digitais, o jornalismo passa a ter uma potencialidade de interatividade que se dá em uma escala muito mais profunda, tanto de relação quanto de aplicação. Num primeiro momento, no que foi denominado de Web 1.0, as informações eram apenas em uma via, em que há uma estrutura de emissão e os receptores, muito similar às demais mídias convencionais, em decorrência disso é feita a alegação de que os meios jornalísticos que adentraram nas vias digitais primeiramente apenas passaram a disponibilizar o conteúdo convencional de sua

produção na internet. Com o avanço de utilização de ferramentas aplicáveis na via digital, portanto, o aspecto que é estudado nesta monografia, essa relação passa para um segundo modelo comunicacional em que a forma se dá da seguinte maneira: estrutura todos - todos (Lévy, 1999).

Lévy (1999) aponta que,

“A imprensa, o rádio e a televisão são estruturados de acordo com o princípio um-todos: um centro emissor envia suas mensagens a um grande número de receptores passivos e dispersos. [...] O ciberespaço torna disponível um dispositivo comunicacional original, já que ele permite que comunidades constituam de forma progressiva e de maneira cooperativa um contexto comum (dispositivo todos-todos)” (LÉVY, 1999, p. 62-63).

Num segundo momento, os conceitos de hipertextualidade e hipermidialidade, demonstrados nos capítulos anteriores, assumem uma potencialidade de relacionamento entre a informação disponibilizada e o leitor, o que pode ser chamado de interatividade. Na internet essa relação aberta de navegação pelas informações não corre mais como nos livros, de modo linear, mas sim, de modo não-linear, onde “a possibilidade de estabelecer conexões entre diversas mídias e entre diferentes documentos ou nós de uma rede”, pois “o leitor em hipermídia é um leitor ativo, que está a todo momento estabelecendo relações próprias entre diversos caminhos” (LEÃO, 1999: p. 15-16).

Essa relação não-linear de vários caminhos relacionando informações permite que o leitor navegue pelas informações de maneira aleatória de acordo com seus desejos, fomentando uma interatividade através das relações próprias e os diversos caminhos da informação, formando uma linguagem única, distinta para cada leitor através das conexões fornecidas, e das que o próprio navegador pode gerar através de outras potencialidades do hipertexto como, por exemplo, o espaço destinado para comentários, fóruns de discussão, ou mesmo o envio do endereço desses conteúdos por e-mail.

Canavilhas (2001) aponta que “numa sociedade com acesso a múltiplas fontes de informação e com crescente espírito crítico, a possibilidade de interacção directa com o produtor de notícias ou opiniões é um forte trunfo a explorar pelo webjornalismo” (CANAVILHAS, 2001, p. 2).

2.1 Variações de interatividade

A interatividade, nas vias de comunicação digital, é elemento vital para que o processo de comunicação entre o público e a equipe de jornalistas que atuam no veículo de mídia se desenvolva, a fim de aprofundar a compreensão do webjornalismo.

Primeiramente, essa relação entre o público e o veículo de mídia, na forma do contato com os jornalistas, se deu nas vias digitais através da utilização de correio eletrônico, mas que também pode ser vista como uma simples mudança do papel que as cartas à redação exercem nos veículos convencionais. Esse fator ainda é inibidor, portanto não será prolongado nesta monografia por se demonstrar superficial para o intuito desejado, o de demonstrar uma concepção de interatividade efetiva, a qual veremos mais a seguir.

Com a aplicação da Web 2.0 podemos observar que essa relação ganha em potencial, pois há variadas oportunidades de realizar uma comunicação interativa entre mídia e público. Como observa Amaral (2005), expondo que a passagem da comunicação analógica para a digital implica alterações nos modelos de edição e publicação da informação jornalística, nos quais se cria uma nova configuração de suas práticas, na medida em que há interatividade, esta posta como a principal característica do cenário digital, resultando numa personalização da informação.

É com o avanço das formas de comunicação pela internet que começam a ser implementadas ferramentas que possibilitam novas aberturas para a relação entre o público e o veículo de mídia, como a multimídia, espaço para comentários, envio da notícia para outros contatos, enquetes, bate-papos etc. A relação que mais se

estreita nessas ferramentas verifica-se na utilização por jornalistas dos blogs que acabaram por ser incorporados aos sites do veículo em que trabalham, pois possibilita a divulgação de informações de forma mais casual, ampliando o sistema relacional com a equipe do jornal, a ponto de os próprios fazerem seus apontamentos particulares, ou responderem para o público, através dos comentários no final das matérias.

Alex Primo (2007) é defensor de uma seleção de interatividade, que acontece em vários níveis, tais como: a) interatividade de transmissão: em que o usuário escolhe que fluxo de informações em mão única quer receber (não é possível fazer solicitações); b) interatividade de consulta: em que o usuário solicita informações em um sistema de mão dupla com canal de retorno; c) interatividade de conversação: o usuário produz e envia suas próprias informações em um sistema de duas mãos; d) interatividade de registro: a atenção é voltada para o usuário em especial, pois o sistema registra informações de cada usuário e responde às necessidades e ações dele.

Independentemente da observação separatista de interações abordadas por Primo, de modo geral, a interatividade entre o veículo jornalístico-jornalista e o consumidor-leitor, que se dá através dos meios digitais, está sacramentada como uma nova característica que não deve ser anulada para o desenvolvimento da comunicação pela internet, por ser a que pode proporcionar resultados mais diretos.

3 Site Rolling Stone Brasil¹

Nesta terceira parte da monografia são demonstrados os aspectos de interatividade contidos no site Rolling Stone Brasil. Na execução desta parte serão utilizados os conceitos apresentados anteriormente, aplicando suas premissas diante da observação sobre o conteúdo do objeto de estudo, no período da publicação de abril de 2010. Será observada a existência de características de webjornalismo em sua hipertextualidade e hipermedialidade que venham a proporcionar a interatividade entre o público leitor e o veículo jornalístico. A seguir, será realizada a conclusão com base no que foi demonstrado nesta parte.

A revista Rolling Stone Brasil é uma publicação de jornalismo cultural publicada desde outubro de 2006, podendo ser considerada uma versão brasileira da revista norte-americana por conter material traduzido desta, e manter a identidade visual, bem como a realização de reprodução de material exclusivo, mas acompanhando a linha editorial da edição original. Ainda sim, a edição brasileira comporta uma independência de produção jornalística, pois configura-se também com material de produção da equipe jornalística brasileira. O conteúdo que aborda o histórico da revista é publicado no site no espaço destinado aos anunciantes, de forma a dar a informação básica necessária para que se decida se o público alvo da revista interessa ao anunciante.

Em seu detalhamento sobre o histórico do veículo de comunicação Rolling Stone, é apresentado no site um resumo de sua criação, sua prospecção pelo mundo, e os dados referentes à edição impressa nacional. Segue seu detalhamento:

“Em 1967, um estudante da Universidade da Califórnia de apenas 20 anos chamado Jann Wenner criou a revista Rolling Stone. A revista é um sucesso: com visão inovadora, demonstrou coragem para ir fundo no universo da música, política, cultura pop, entretenimento, moda e estilo de vida. Hoje, a Rolling Stone está presente em cerca de 30 países e atinge mais de 12 milhões de leitores.

¹ Endereço do site: <http://www.rollingstonebrasil.com.br>

lançada no Brasil em outubro de 2006, rapidamente se tornou a principal referência em seu segmento. Com editorial inovador, jovem e descontraído, a Rolling Stone fala com jovens de 18 a 60 anos” (site Rolling Stone Brasil).

O site Rolling Stone Brasil também pode ser considerado um portal da mesma por se basear no conteúdo que é publicado na edição impressa, e trazer material adicional, configurando-se como o principal motivo para a realização desta monografia. Esse material servirá como base para averiguar a relação de interatividade aplicada não somente ao conteúdo de publicação na revista, ao que é publicado no site, como também o potencial que isso gera para a relação entre o usuário e o veículo em questão.

Baseado nas definições e conceitos estudados sobre hipertexto, hipermídia e interatividade foi constatado que há a utilização prática na estrutura do site. Para facilitar o exercício de observação e a compreensão de seu resultado, a demonstração será dada por segmentos. A leitura visual será feita da esquerda para a direita baseado na visão do utilizador, e de cima para baixo, para contextualizar uma sequência lógica de apresentação das informações contidas.

3.1 Página Principal

Na página principal do site Rolling Stone Brasil se aplica a maior parte da estrutura de interatividade de todo o site. Montado como um complexo do conteúdo geral disponibilizado, ele é composto de diversos blocos e cada um em sua área, o que demonstra seu potencial de interatividade. Esta se apresenta em vários níveis de potencialidade. É claro que há diversas limitações na aplicação dessas ferramentas que proporcionam a interatividade voltada para o usuário, mas ainda se mantém como uma estrutura capaz de realizar processos interativos que buscam estreitar as relações entre o veículo jornalístico e usuário.



Figura 1: visualização da página principal do site Rolling Stone Brasil.

Um cabeçalho é apresentado logo no topo da página principal, onde também há o logotipo da revista, o que garante a identificação visual do site. Em seguida, há um campo para busca de conteúdo – este sofre com a falta da informação sobre a sua função, normalmente comum na internet é a palavra ‘pesquisa’ acompanhando o campo. Portanto, apenas usuários mais experientes podem identificar com mais facilidade do que se trata essa parte do site. Já para o primeiro usuário, ou aqueles que ainda não estão familiarizados com as estruturas das páginas na Web, o campo de pesquisa não tem uma indicação mais direta. Sendo assim, tem sua função limitada, justamente, por não deixar claro o seu desempenho. O campo de pesquisa é um recurso de grande valia para encontrar conteúdos específicos, pois ajuda a encurtar os caminhos que um usuário tem que percorrer quando procura algo não destacado nas principais partes da página inicial, bem como em outros locais do site.

Ainda no cabeçalho há três opções de acompanhamento do conteúdo do site que levam para um link externo ao site, e a dois internos. Eles são o Twitter (rede social), o Newsletter e o RSS, que são abordados no capítulo *Características de Interatividade Externa*.

Este cabeçalho passa a ser elemento de identificação em praticamente 99% das páginas do site Rolling Stone Brasil.



Figura 2: visualização do cabeçalho da página principal do site Rolling Stone Brasil.

Logo após o cabeçalho, há o Menu com a seguinte composição de categorias: Novas, Multimídia, Blog, Guia, Móvel, Enquete, Concursos, Assine e Navegue por Seção. Dessas opções, apenas Multimídia e Navegue por Seção contêm subcategorias. Essas categorias serão analisadas no item *Menu*.

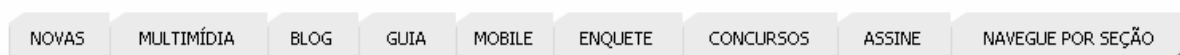


Figura 3: visualização do Menu do site Rolling Stone Brasil.

Em sequência ao Menu da página inicial, há à direita uma imagem estática em destaque com uma chamada e sua possibilidade de acesso ao conteúdo completo através de link na imagem, ao lado, a categoria Novas contendo cinco chamadas diferentes com uma pequena foto e linha fina. Estas se alternam no espaço de destaque conforme a página é atualizada.



Figura 4: visualização da área de destaques da categoria Novas na página principal do site Rolling Stone Brasil.

Logo abaixo da foto de destaque há outro bloco com cinco chamadas da categoria Novas, estas contêm apenas a chamada, configurando um menor destaque das que estão acompanhadas de imagens estáticas. No final desse bloco, há a opção de visualização de todas as chamadas que endereçam à página da categoria em questão.

- **Monobloco em SP** - Banda faz show de lançamento de CD e DVD em 5 de maio
- **Blog** - "Militares" fazem paródia de Lady Gaga
- **"Escape Velocity"** - Chemical Brothers divulga teaser de novo videoclipe
- **Alfred Hitchcock morreu há 30 anos** - Diretor marcou a história do cinema em mais de 60 filmes
- **MP3 dos livros?** - E-readers não são vistos como ameaça pelo mercado editorial brasileiro

VEJA TODAS

Figura 5: visualização da área de menor destaque da categoria Novas na página principal do site Rolling Stone Brasil.

Ao lado do bloco de menor destaque da categoria Novas há um quadro de divulgação do conteúdo da edição corrente impressa, com um resumo de chamadas noticiosas e a imagem da capa da revista. Nessa parte está inserido um link que segue para a página interna com as especificações do conteúdo da edição em questão, que será analisado mais adiante. Logo abaixo há um link com a chamada para acesso ao conteúdo das edições anteriores, que também será apresentado posteriormente, no capítulo *Conteúdo Exclusivo e na Íntegra*. A apresentação desse bloco em que se dá destaque ao conteúdo da edição impressa cria uma relação direta de importância para a revista, pois serve tanto como chamariz publicitário da mesma, quanto como um complexo do que pode ser encontrado no material destinado à publicação impressa, que tem um valor agregado, e o site, no qual o material disponibilizado é gratuito para quem tem acesso à internet.



Figura 6: visualização da área voltada para a edição impressa mensal na página principal do site Rolling Stone Brasil.

No bloco Top 10 são enumeradas as canções que foram as preferidas dos editores da revista durante a produção mensal do conteúdo noticioso da Rolling Stone Brasil. Clicando nesse bloco, há um link para uma página na qual não há muita interatividade, apenas uma imagem estática em destaque, com um pequeno texto explicitando a posição de escolha, nome da música, o nome do artista em questão e um resumo da origem da música, geralmente, oriunda do atual trabalho de divulgação do artista. Em menor plano, as demais imagens, que ao serem clicadas ocupam o espaço de destaque. Ficou nítida a falta da canção para audição, o que garantiria um melhor uso das ferramentas de multimídia, bem como a inclusão de espaços para comentários dos usuários. Uma opção de envio do link desse

conteúdo para outro contato também auxiliaria na ampliação da interatividade dessa parte do site. Ao criar uma ligação entre o usuário e os jornalistas que produzem o material noticioso, com a apresentação das escolhas da equipe de editores, a Rolling Stone Brasil sugere um processo de interatividade, mas limita seu potencial, ao não disponibilizar esse conteúdo com mais ferramentas que ampliariam sua relação.



Figura 7: visualização da área TOP10 na página principal do site Rolling Stone Brasil.

O bloco de destaque para a seção Guia vem logo em seguida com uma possibilidade de interatividade maior que da opção anterior. Nele é possível visualizar primeiramente três destaques das resenhas de CD's, mas que podem variar ao simples clique na escolha da opção preferida, entre elas: DVD's, Filmes, Livros, Games e Shows. Para cada opção há um link para a página da opção em destaque e outro para ver tudo da seção. A demonstração do conteúdo interno da seção Guia é demonstrada no item de sua denominação, que é apresentado mais adiante.



Figura 8: visualização da área de destaque da categoria Guia na página principal do site Rolling Stone Brasil, aqui é apresentada em sequência a variação das opções de destaque.

O bloco seguinte é dedicado à Galeria de Fotos, em que há uma imagem em destaque e ao lado, em menor escala, seis outras opções de imagens que, ao serem clicadas, passam a ocupar o espaço de destaque. Clicando em cima deste, o site é redirecionado para a seção Galeria, que tem disposição semelhante à do Top 10, com uma imagem em destaque e as outras em baixo, em menor escala, com a possibilidade de se alternarem para o espaço maior ao serem clicadas. Tanto no destaque da página principal, quanto na página da galeria, há opção para adentrar na página de arquivo de galerias de fotos por meio de mais um link em cima da chamada e linha fina, que redireciona para a matéria em questão que inclui campo de imagens em formato de galeria. O arquivo de galeria de imagens é o mesmo da subcategoria Fotos da categoria Multimídia, do Menu principal. Como a edição impressa tem um número limitado de páginas e sua diagramação requer seleção de imagens, no site esse espaço é relativo, podendo conter um maior número de imagens relativas ao conteúdo noticioso, ampliando a percepção do material para o usuário.



Figura 9: visualização da área de destaque da Galeria de Imagens na página principal do site Rolling Stone Brasil, aqui é apresentada em sequência a variação das opções de destaque.

A seguir é apresentado um bloco voltado para a divulgação dos concursos realizados periodicamente pela Rolling Stone Brasil. Ao clicar em cima da opção divulgada, o usuário é encaminhado para a página de apresentação do conteúdo do concurso com as opções de links para inscrição, regulamento e premiação. Há ainda a opção para ver todos os concursos, em que a página é redirecionada para a principal da categoria concursos, sendo ordenados todos os concursos em datas decrescentes. A interatividade aqui está relacionada à participação do usuário nas promoções, nas quais regularmente é pedido que se crie uma frase que será julgada pelo corpo de jornalistas da Rolling Stone. Os premiados são informados por e-mail e recebem gratuitamente em suas casas os prêmios do concurso. Para testar sua aplicabilidade, este pesquisador participou de vários concursos, sendo agraciado em quatro deles, recebendo sem despesas os prêmios citados nos referidos concursos. A ação sugere ao usuário o acompanhamento periódico do site, para acompanhar sua participação. Além disso, estimula o acompanhamento constante pela possibilidade de se participar dos novos concursos periodicamente abertos no site. Esse é um fator não explorado na edição impressa.



Figura 10: visualização da área de destaque da categoria de Concursos na página principal do site Rolling Stone Brasil, aqui é apresentada em sequência a variação das opções.

Na mesma estrutura de apresentação, logo abaixo do bloco de concursos aparece um elemento que é primordial para se estreitar o conhecimento com o público que acompanha a Rolling Stone Brasil. Nesse espaço há uma enquete em que o usuário pode votar – dentro de um período estipulado pela equipe de produção - em uma opção preterida entre as seis disponíveis. Há também o acompanhamento dos resultados e um terceiro link para a página da categoria em questão. É incluído aqui um link para alguma matéria produzida que se refira ao conteúdo da enquete.

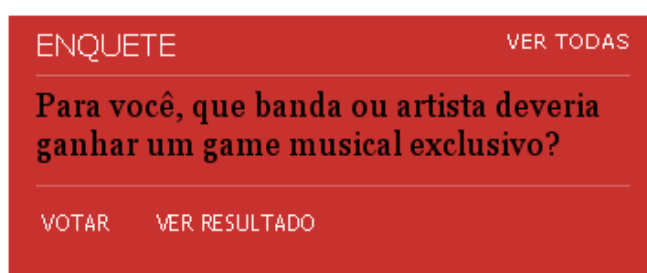


Figura 11: visualização da área de destaque da categoria Enquete na página principal do site Rolling Stone Brasil.

A Nuvem de Tags traz as principais palavras-chaves que são links para reunir em uma página direcionada o conteúdo relativo a elas. Qualquer matéria que, ao ser publicada com determinadas palavras-chave, e esteja inserida nessa nuvem, é selecionada para aparecer na página com todas as outras matérias que contém a mesma inserida. Uma ferramenta muito útil e ágil para aglutinar conteúdo que tenha a mesma temática, ou esteja relacionado ao assunto principal. A apresentação das tags de maior destaque na página principal do site Rolling Stone Brasil contribui para a interatividade entre o usuário e o conteúdo disponibilizado no restante do site.

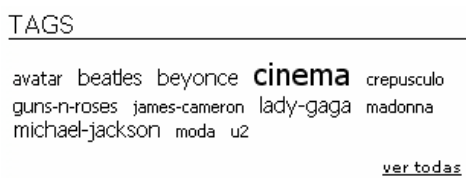


Figura 12: visualização da área de destaque na página principal do site Rolling Stone Brasil para as principais palavras-chave que levam ao conteúdo noticioso.

Como bloco final posicionado à esquerda da página principal, está disponível uma rádio virtual em que há 30 músicas selecionadas pela equipe da Rolling Stone Brasil, sugerindo as preferências de gostos musicais dos jornalistas que atuam na produção do conteúdo. O conteúdo é atualizado mensalmente. Estão disponíveis apenas 29 segundos de cada canção para que não seja caracterizado quebra de direito autoral por execução sem autorização. Como o veículo jornalístico mantém contato com as gravadoras e artistas musicais, que em sua maioria são detentores dos direitos autorais, a Rolling Stone Brasil poderia fazer um acordo para disponibilizar as músicas para audição no site. Isso fato possibilitaria um melhor aspecto de interatividade com o usuário, pois este associaria a possibilidade de audição de música ao site Rolling Stone Brasil, contribuindo para seu acompanhamento periódico ao site. Há ainda um link para página do segmento que apresenta um arquivo das músicas que já entraram na seleção. Outro link abre uma página externa para o site que hospeda a rádio virtual da Rolling Stone Brasil.



Figura 13: visualização da área de destaque na página principal do site Rolling Stone Brasil para a rádio virtual Rolling Stone Brasil.

A última atração da página principal se relaciona com alguma das matérias produzidas pela equipe Rolling Stone Brasil e que está publicada na edição impressa do mês referente. Um vídeo com os bastidores da matéria apresenta material extra ao que foi publicado na revista. Realiza-se aqui dois tipos de interatividade: a primeira entre conteúdo da edição impressa e o conteúdo do site,

sendo que em ambos trazem material exclusivo, e a segunda é a própria utilização da interatividade por parte do público ao poder acompanhar em vídeo o processo de produção da matéria jornalística.



Figura 14: visualização da área de destaque na página principal do site Rolling Stone Brasil para vídeo com a produção de bastidores de uma das matérias publicadas na edição impressa da Rolling Stone Brasil.

No final da página inicial, é apresentada uma sequência de duas colunas com possibilidades de interatividade externa e acompanhamento. A primeira coluna apresenta as opções: indique para um amigo, assine o feed da Rolling Stone, tela de impressão, adicionar ao sistema de favoritos do programa de navegação da internet. A segunda coluna é composta por anuncie, assine, twitter e fale conosco. Há ainda do lado esquerdo, no final da página, os dados da empresa responsável pela Rolling Stone Brasil e um link para o site norte-americano da publicação.



Figura 15: visualização da área inferior na página principal do site Rolling Stone Brasil.

Com exceção das mesmas ferramentas disponíveis no topo da página inicial e no final da mesma, a saber os links assine o feed da Rolling Stone e Twitter, que foram

explicitadas no item 3.3 *Características de Interatividade Externa*, abordamos aqui as novas funções:

- Indique para um amigo: aqui é apresentada uma página em que há campos para envio do endereço do site da Rolling Stone Brasil para um terceiro endereço de correio eletrônico, e contado com os preenchimentos do nome do usuário que irá enviar a informação, seu endereço de correio eletrônico, e um campo para envio de mensagem. A página acrescenta a possibilidade de escolha por parte do usuário de ele mesmo receber uma cópia da mensagem. Essa função se configura como um serviço específico de e-mail, resultando em mais uma opção de interatividade apresentada pelo site.

- Tela de impressão: possibilita o salvamento da página inicial do site da Rolling Stone. Essa função facilita o envio através de endereço de correio eletrônico externo. Cria-se uma possibilidade de apresentação do conteúdo em formato específico que, se comparada com as demais funcionalidades existentes no site, não tem grande capacidade de interatividade.

- Adicionar aos favoritos: outra função de relevância menor ao ser comparada com outras existentes. Ela simplesmente possibilita o registro do endereço do site como preferência do usuário ao conteúdo de mais acessados por este, função sempre presente nos principais navegadores de Web. Opera encurtando o caminho para o utilizador, sugerindo realizar o registro do site em seus preferidos. Essa pode ser uma boa maneira para aumentar o registro do site para usuários, o que consequentemente irá contribuir para o índice de acessos ao mesmo, já que estará registrado no navegador. Pode ser visto como um elemento de mínima interatividade em primeira instância, mas em longo prazo tem potencial de uma ferramenta de fidelização.

- Anuncie: espaço voltado para contatos de publicidade, tendo pouca relevância para o objetivo desta pesquisa. Traz informações sobre o histórico da revista, importância no cenário, público alvo, detalhes da edição impressa e endereço de correio eletrônico com o departamento de propaganda da empresa.

- Assine: este link leva para uma nova página externa – cria-se uma nova aba no navegador - com informações sobre como assinar a revista, com valores e formas de pagamento. Há nele diversos tipos de promoções de assinatura que são exclusivas para se tornar assinante, dependendo do plano de assinatura. Uma das promoções oferece ao participante que realizar qualquer um dos planos ser inserido em um sorteio que irá oferecer uma guitarra. Notadamente se configuram como chamariz para aumentar as vendas de assinatura. Na opção da promoção da guitarra, há um link para que o visitante conheça a revista, que leva para uma área do site em que são apresentadas as seções da revista impressa em formato de digital, simulando o folhear de páginas em papel. Ainda nessa página de assinatura há um vídeo promocional.

- Fale Conosco: apresenta apenas campos para nome, endereço de correio eletrônico e mensagem. Não apresenta mais nenhuma informação. Realizei a experiência de enviar uma mensagem e obtive pouco tempo depois uma resposta da equipe da revista, o que demonstrou que funciona como um canal entre o público e o veículo de comunicação, remetendo à interatividade.

Configura-se já na apresentação da página principal do site Rolling Stone Brasil uma série de conteúdos de hipertexto, apresentados através dos links, e multimídia, pelas opções citadas acima. Gerando um processo de interatividade coeso para o usuário.

3.2 Categorias de Menu

Nessa parte serão detalhadas as estruturas separadas do Menu principal do site Rolling Stone Brasil, com o intuito de facilitar a visão do potencial de relações de interatividade mantido pelo veículo de comunicação.

3.2.1 Novas

A categoria Novas além de ter espaço em destaque na página principal do site Rolling Stone Brasil também é a primeira opção no Menu. Ao clicar, o usuário é

redirecionado para a página com os arquivos das notícias em ordem decrescente de data publicada. As notícias estão montadas por chamada, título e linha fina. Ao escolher uma das opções, há um novo redirecionamento, agora para o conteúdo completo da informação. Aqui foi observada uma amostra de 100 notícias para delimitar quais as ferramentas que fornecem interatividade. Além do texto noticioso que pode ou não vir acompanhado de links, há sempre espaço com tags que levam a mais conteúdo relacionado dentro do que foi publicado no site, e espaço para comentários dos leitores. Quando há notícias anteriores relacionadas ao mesmo tema, aparecem chamadas ao final da matéria com possibilidade de redirecionamento, e um link para voltar ao conteúdo central da categoria Novas. A opção do Menu principal aparece em todas as páginas com conteúdo específico das notícias. A multimídia está inserida relativamente nas notícias, quando há material que proporcione o complemento da informação escrita: vídeos e ou áudios. Quando existe mais de uma imagem fotográfica relacionada é apresentada uma pequena galeria com um destaque e logo abaixo, em menor escala, as outras opções de imagens. Ao selecionar a imagem, o usuário é redirecionado ao conteúdo específico desta galeria. A categoria Novas tem uma grande potencialidade de utilização das ferramentas de hipertexto e hipermídia, gerando maior capacidade de interatividade para o leitor.

No exemplo da Figura 16 apresentado na página seguinte, pode-se conferir que o uso das ferramentas hipertextuais e de hipemídia, que elevam o potencial de interatividade para o usuário. Há links internos e externos, para matérias relacionadas no espaço 'Leia também', vídeos, palavras-chave relacionadas, espaço para realização de comentários – aqui com alguns já registrados etc.

Essa parte do site é a que recebe mais atualizações. Portanto, ganha mais espaço de destaque no conteúdo da página principal, além de possibilitar a aglutinação de várias ferramentas, como vídeo, áudio, links internos e externos, espaço para comentários, texto etc. Assim, essa parte pode ser considerada como um bom exemplo da funcionalidade de ferramentas interativas para realizar parâmetros com as demais partes do site. É claro, que dependendo o que conteúdo que é proposto, e da quantidade de material referente a determinada notícia e em distintos espaços do site, é natural que haja variações no potencial de interatividade.


Twitter | Newsletter | RSS

NOVAS MULTIMÍDIA BLOG GUIA MOBILE ENQUETE CONCURSOS ASSINE NAVEGUE POR SEÇÃO

Novas

Home > Novas > 10 de fevereiro de 2010, 16h10

Lady Gaga e Cyndi Lauper aparecem juntas em programa de TV

Da redação

Tamanho do texto: A A A

Cantoras divulgaram linha de batons que tem verba revertida ao combate à aids; assista aqui

Foto: Divulgação



Lady Gaga e Cyndi Lauper em foto de divulgação da campanha

Duas gerações do pop uniram suas forças em benefício a uma boa causa. As cantoras Cyndi Lauper e Lady Gaga foram escolhidas para serem as novas representantes da Viva Glam, linha de batons da grife de cosméticos M·A·C. Toda a verba obtida com a venda será revertida ao fundo de combate à aids e ao vírus HIV mantido pela marca. O projeto já arrecadou cerca de US\$ 150 milhões.

As cantoras estiveram, nesta quarta, 10, no programa *Good Morning America*, da rede norte-americana ABC, para divulgar a campanha e incentivar o público feminino. "Esperamos que mães, irmãs e amigas comprem esse batom umas para as outras e digam 'Ele representa você se protegendo, tendo sexo seguro'", disse Lady Gaga. Sobre a parceria, completou: "Para nós, é muito fácil trabalharmos juntas. Temos muito em comum." Assista abaixo:

Lady GaGa and Cyndi Lauper at Good ...



0:00 / 8:12

Durante a entrevista, Lady Gaga falou sobre seu momento na carreira, de como se sente por ter chegado ao posto de uma das maiores cantoras pop da atualidade - chegando a assumir o papel porta-voz de um tipo de campanha dessa natureza. Sobre o trabalho de Gaga, Lauper elogiou a cantora e aconselhou: "É a hora para ser criativa. Se tiver uma ideia, faça, pois você pode esquecer e ficar frustrada."

Para mais informações sobre a campanha Viva Glam, confira o [site oficial](#) da MAC.

Tags relacionadas
cyndi-lauper lady-gaga campanha-mac-viva-glam

Leia também

- Lady Gaga se inspira n'O *Magico de Oz*
- Lady Gaga diz que era motivo de piada na escola
- Ozzy Osbourne diz que gosta de Lady Gaga
- Cyndi Lauper faz show emocionado

VEJA MAIS NOVAS

COMENTÁRIOS

22/02/2010 às 21h14 - any
tava faltando isso a versão 2000 da cyndi lauper com a original
kkkkkkkk
very tosko

11/02/2010 às 12h50 - Júnior
Podem esperar que o Fabio vai comentar esta notícia...

Nome

E-mail

Comentário

Enviar



Indique para um amigo

Assine o Feed da Rolling Stone

Tela de Impressão

Adicionar aos Favoritos

Anuncie

Assine

Twitter

Fale Conosco

Spring Publicações - R.Ferreira de Araújo, 202, 9º andar - 05428000
www.rollingstone.com

Figura 16: visualização de um dos conteúdos da categoria Novas do site Rolling Stone Brasil.

3.2.2 Multimídia

A navegação dessa seção se subdivide em três categorias, que serão apresentadas separadamente.



Figura 17: visualização do Menu com destaque para as subcategorias apresentadas na área destinada aos elementos de Multimídia.

3.2.2.1 Fotos

Essa subcategoria é apresentada em forma de arquivo em ordem decrescente de publicação, contando com uma chamada e uma linha fina como destaque do conteúdo, que ao clicado é direcionado para a página com o material completo. Pode-se ter acesso às galerias de imagens já publicadas, bem como as matérias que contenham várias fotos. Nessa segunda opção, que une material jornalístico publicado em outras categorias com o material específico de imagens, primeiramente o usuário pode contemplar o conteúdo jornalístico na íntegra e, num segundo redirecionamento, para ver a galeria de imagens. Ela é apresentada de forma que uma imagem está em destaque em maior escala no centro da página e as demais em menor escala, localizadas logo abaixo. Ao clicar em uma das opções, esta se alterna com o espaço de destaque, enquanto a que o ocupava passa a ser visualizada junto com as demais. Há ainda espaço para realizar comentários.

Há um fator interessante nessa navegação proporcionado pela aplicação hipertextual contida nesse espaço: mesmo o leitor podendo traçar um caminho singular entre o conteúdo, é possível que se navegue de maneira coerente observando cada parte de todo o material que compõe a notícia. Fato que valoriza as partes, e acrescenta ao todo uma dimensão de um trabalho que passa a sensação de credibilidade, justamente pela aplicação de várias ferramentas e trâmites de links que insinuam ao leitor um complexo noticioso agregador.



Figura 18: visualização das etapas dentro da categoria fotos.

3.2.2.2 Áudios

Essa subcategoria agrega a publicação de todas as fontes de áudio utilizadas no site, geralmente música. Ao escolher uma das opções, que são demonstradas com o nome do artista e da canção, há um redirecionamento em que é apresentado um link para baixar o arquivo para o computador pessoal, mas não há qualquer outra informação, ou link para conteúdo que se relacione com outro do site. Através desta não apresentação de material relacionado à página, esta subcategoria se configura apenas como um banco de áudios. Não há possibilidade de comentários dos usuários.

3.2.2.3 Vídeos

Nessa subcategoria se concentram todos os arquivos de vídeos já publicados no site Rolling Stone Brasil. Conteúdo exclusivo em vídeo do site também é apresentado aqui, conforme é feita sua publicação, um banco de vídeos em que são também apresentadas as tags relacionadas que podem exercer a relação de interatividade entre o mesmo tema já publicado pelo canal. Não caracteriza espaço para comentários de usuários. Mesmo se concretizando nessa página como um banco de

imagens, acrescido da possibilidade de interatividade através das tags, o potencial multimídia do site, principalmente relacionado aos vídeos é grande, pois em qualquer parte do site há sempre algum vídeo compondo o conteúdo noticioso, o que atrai o usuário para o seu conteúdo.



Figura 19: visualização do conteúdo de um dos vídeos da categoria Multimídia.

3.2.3 Blog

Aqui são apresentadas informações de hipertextos de conteúdo interno e externo de forma decrescente à data de publicação. Parte do material publicado nessa seção contém hipermídia. Há espaço para comentários, e um histórico dividido por mês e ano, para apresentação do conteúdo já publicado de modo mais prático. A interatividade baseia-se no conteúdo disponibilizado, alguns dos conteúdos disponibilizados aqui contém hipermídia, mas todos são considerados hipertexto, por trazerem espaços para comentários dos usuários, links internos e externos. A maioria das informações publicadas nessa parte do site são conteúdos não publicados em nenhuma outra parte do site e da revista, cujo material publicado está baseado em informações que saíram em outros veículos jornalísticos do mesmo ramo e os vídeos publicados em outros sites que tiveram grande destaque na mídia

em geral. Ou seja, o blog é tratado como um espaço para aglutinar informações que não foram cobertas pela equipe da Rolling Stone Brasil. Pratica-se uma filtragem de conteúdo para repassar para seus usuários, mais um modo encontrado para centrar a participação ativa do usuário no site, de forma a segurar sua atenção.

3.2.4 Guia

Ao entrar na página da seção Guia, é apresentado um campo de pesquisa para busca do conteúdo crítico das resenhas que são publicadas na revista Rolling Stone Brasil, por ordem de CD's, DVD's, HQ's, Filmes, Shows, Livros e Games, que podem ser acessados separadamente, em links logo abaixo do campo de pesquisa. Há uma amostra, separada por categoria de produto, em que se observa as últimas resenhas publicadas.

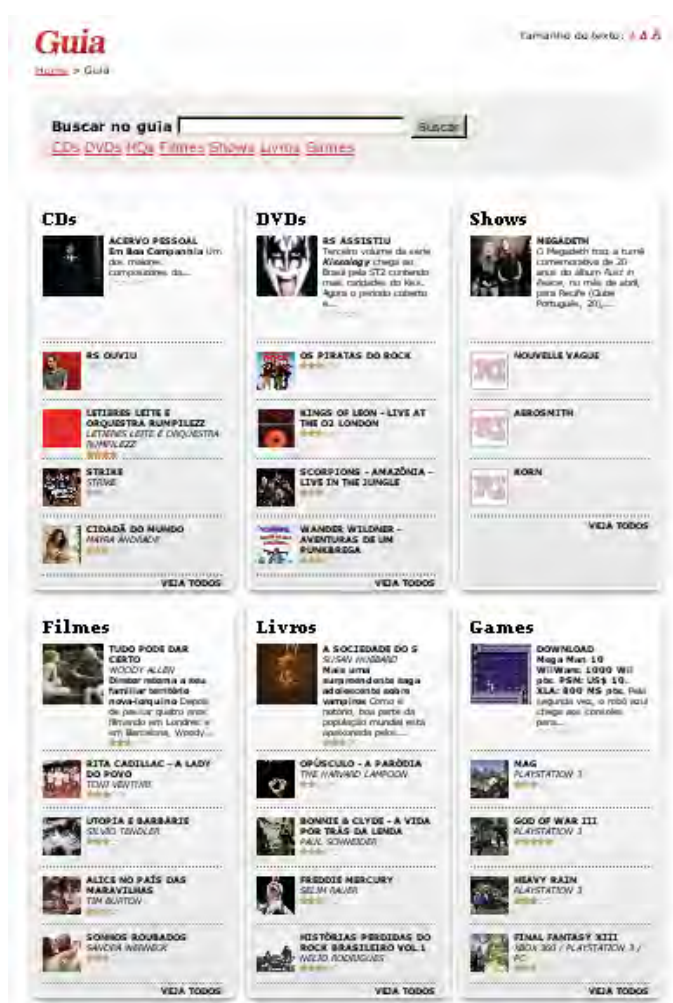


Figura 20: visualização da página principal do conteúdo da categoria Guia.

Ao escolher uma das categorias de produtos, o usuário é redirecionado para a página em questão em que é apresentada uma imagem, geralmente relacionada ao produto resenhado, com manchete, linha fina e grau de avaliação – esse grau pode variar de acordo com o número de estrelas apresentadas, num parâmetro de zero a cinco. Ao selecionar uma das opções o usuário é enviado para a resenha completa, com a avaliação e nome do autor, informações básicas do material resenhado e a opção para voltar à categoria geral do tipo de produto.

Em nenhuma das subcategorias demonstradas na categoria Guia há possibilidade de realizar comentários, ou outras formas de interatividade para o usuário.

Mesmo sendo possível que o usuário tenha acesso às críticas dos produtos analisados, igualmente como são demonstradas na revista, a interatividade poderia ser ampliada, pois, com a aplicação de ferramentas hipertextuais e, principalmente neste caso, do uso da hipermídia, daria maior credibilidade ao conteúdo das críticas através de amostras de áudio, vídeo, trechos de textos etc. dentro do aspecto expositivo. Isso facilitaria a percepção do usuário sobre o conteúdo, facilitando sua decisão pela apreciação do produto analisado.

3.2.5 Mobile

Essa categoria do Menu principal leva o usuário para a informação de que o conteúdo do site Rolling Stone Brasil pode ser visualizado através de telefones celulares, daí o nome da categoria *Mobile*, que em inglês britânico é referente ao telefone móvel. Aqui a interatividade se baseia na opção de interatividade da tecnologia móvel para que o usuário possa acessar o conteúdo do site Rolling Stone Brasil de qualquer lugar, não precisando necessariamente utilizar um computador, é uma das mais atuais formas de comunicação entre produto e consumidor disponíveis no mercado. Demonstrando uma interatividade satisfatória através do uso da tecnologia aplicada a aparelhos celulares. Essa opção indica que a Rolling Stone Brasil tem buscado se aprofundar nas variações de apresentação de conteúdo para seus usuários, expandindo o conceito da revista tanto para a internet, através do site, quanto para celular.



Figura 21: visualização da página da categoria Móbile.

3.2.6 Enquete

Nessa opção é apresentada uma página cuja qual são disponibilizadas por ordem de publicação decrescente todas as enquetes do site Rolling Stone Brasil, que geralmente estão relacionadas a algum material noticioso publicado. O tema é apresentado com um questionamento. Se a enquete está aberta, há opção para votação, e verificação de resultado. Do contrário, é demonstrada que ela já foi encerrada, e opção para visualizar o resultado final. Se a opção for de uma enquete já encerrada, o usuário averigua a porcentagem das opções. Nas duas situações, o usuário tem a possibilidade de fazer comentários, sendo direcionado para a página da matéria jornalística em questão, pode-se registrar a opinião do leitor. Esse é um fator que potencializa a continuidade do assunto, ou seja, carrega um potencial de interatividade que pode intensificar a participação do leitor como agente ativo da notícia, complementando-a.

Há um grande potencial de interatividade nesta parte do site, pois a interatividade resultante da enquete conduz o usuário a realizar um acompanhamento do material

noticioso, o que o possibilita criar uma atenção para a leitura do periódico, para realizar seus apontamentos nos comentários e elevar a um próximo nível a discussão proposta.



Enquete

Tamanho do texto: **A A A**

[Home](#) > [Enquete](#) > 29 de março de 2010, 12h11

Bandas em games

Beatles, Metallica, Aerosmith: essas são apenas algumas das bandas que ganharam versões exclusivas dos games musicais *Guitar Hero* e *Rock Band*. O próximo a entrar na fila deve ser **Jimi Hendrix**, que pode ter o nome ligado a mais um lançamento do *Rock Band*, da Harmonix e da MTV Games.

Para você, que banda ou artista deveria ganhar um game musical exclusivo?

- ☐ Iron Maiden
- ☐ B.B. King
- ☐ Oasis
- ☐ AC/DC
- ☐ Foo Fighters
- ☐ Outro? [Comente aqui](#)

Figura 22: visualização de uma das enquetes da categoria em questão.

3.2.7 Concursos

Essa categoria apresenta todos os concursos realizados periodicamente pela Rolling Stone Brasil, também demonstrados de forma decrescente a data de publicação. Caso o usuário escolha uma opção de concurso que esteja em andamento, o mesmo é redirecionado a página específica onde consta o regulamento, a premiação e opção para participar. Se o usuário optar por visualizar um concurso já encerrado, ele irá ser direcionado para uma página em que consta o conteúdo da promoção, e as opções de regulamento, premiação e ganhadores. Nesta última, são apresentados os nomes dos premiados e o material produzido por estes que foi julgado como vencedores do concurso. A interatividade aqui está relacionada na participação do usuário nas promoções, sendo regularmente feito um pedido que se

crie uma frase que será julgada pelo corpo de jornalistas da Rolling Stone, os premiados são informados por e-mail e recebem gratuitamente na sua casa o prêmio do concurso. A ação sugere ao usuário o acompanhamento periódico do site. O espaço detém destaque na página principal do site, e aliado à posição no Menu principal, se apresenta como meio direto para o acompanhamento dos concursos.

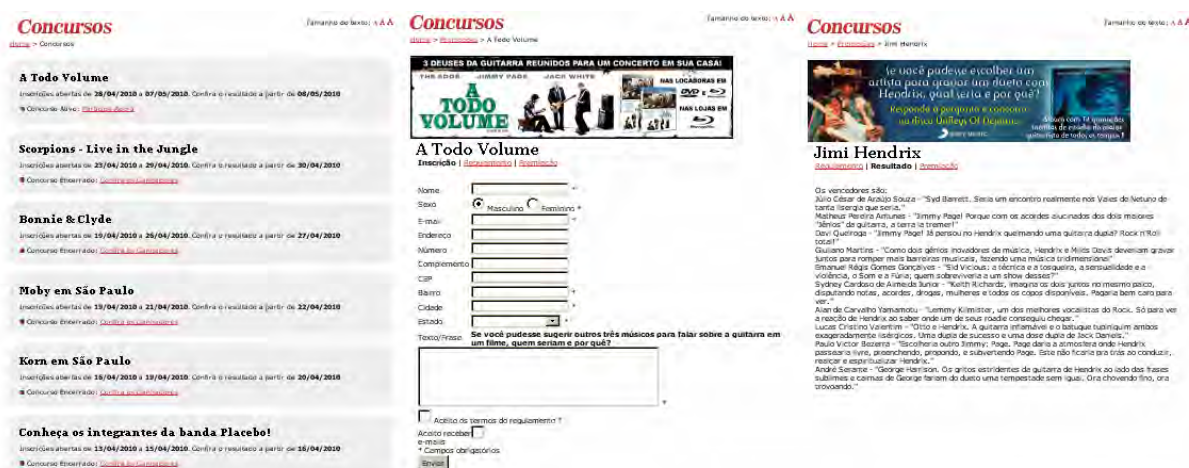


Figura 23: visualização de algumas das etapas dentro da categoria Concursos.

3.2.8 Assine

Esse menu se iguala à opção de assinatura contida na página principal do site Rolling Stone Brasil, e já explicitada anteriormente. O usuário é redirecionado para a apresentação das formas de assinatura mantidas para a revista Rolling Stone Brasil. O fato de haverem vários caminhos que resultam em um mesmo ponto é um fator comum em sites de veículos jornalísticos que tenham um produto vendável como fator principal de sua produção, o que sugere um intenso trabalho para sugerir ao usuário a compra do material vendável a que o site se propõe.

Na página seguinte é apresentada a figura do conteúdo da página de assinatura. Um ponto que chama a atenção nessa parte comercial do site é a inclusão de um vídeo do personagem Zé do Caixão, utilizando suas características para entreter o leitor em um espaço do site onde comumente não se repassa informações sobre entretenimento, deixando o espaço mais amigável para o leitor.



Assine Agora a Maior Revista de Entretenimento do Mundo.



ASSINE OU RENOVE SUA ASSINATURA DA REVISTA ROLLING STONE E CONCORRA A UMA GUITARRA GIBSON LES PAUL

CLIQUE AQUI E SAIBA COMO

CONHEÇA A REVISTA

WWW.ASSINEROLLINGSTONE.COM.BR
ASSINE@ROLLINGSTONE.COM.BR
TEL: (11) 3038-1440

Foto meramente ilustrativa / CA Caixa Econômica Federal N° 1-1209/2009

24 Exemplares / 2 Anos

Preço de Capa: R\$ 9,90 x 24 = R\$ 237,60
No Site: R\$ 190,08
 Você Economiza: R\$ 47,52
 Desconto Exclusivo: 20%
 Brinde: Caderno e Bolsa Exclusiva Rolling Stone



Assine já por 2 anos

12 Exemplares / 1 Ano

Preço de Capa: R\$ 9,90 x 12 = R\$ 118,80
No Site: R\$ 106,92
 Você Economiza: R\$ 11,88
 Desconto Exclusivo: 10%
 Brinde: Bolsa Exclusiva Rolling Stone



Assine já por 1 ano

Renovação - 12 Exemplares / 1 Ano

De R\$ 118,80 por apenas R\$ 99,00
 Ou 6 x R\$ 16,50
 Brinde: Bolsa Exclusiva Rolling Stone

Renove já por 1 ano



Sobre a sua assinatura

Prazo de entrega: você receberá o primeiro exemplar da sua Rolling Stone em 4 semanas após o pagamento da 1ª parcela da sua assinatura.

Brinde: você receberá o seu brinde em até 20 dias após o pagamento da 1ª parcela da sua assinatura anual.

Sistema de entrega: utilizamos a Abril, um dos melhores sistemas de entregas diretas do país, para enviar a sua Rolling Stone todos os meses. As cidades onde a Abril não atua (aproximadamente 5%) são atendidas pelos Correios.

Site seguro



Formas de pagamento



Cartão de crédito e boleto bancário

Figura 24: visualização da área de assinatura do site Rolling Stone Brasil.

3.2.9 Navegue por seção

De todos os conteúdos demonstrados nas categorias do Menu principal, esta é específica para apresentação de material publicado nas edições impressas da Rolling Stone Brasil, como forma de demonstrar ao usuário o conteúdo já publicado. A categoria se subdivide em seções fixas da revista, a saber: Acontece, Arquivo RS, Conexão Brasília, Entrevistas, Guia, Mix Mídia, Mundo, P&R, Perfis, Política Nacional e Rock & Roll. Ao selecionar uma destas, o usuário é redirecionado para a apresentação do conteúdo dividido por edições, também em forma decrescente de data de publicação. Caso ele opte por entrar no material da edição corrente é apresentado parte da matéria noticiosa, com a informação de que ele pode ter acesso ao conteúdo na íntegra através da edição impressa. Já se a opção escolhida for das edições anteriores, é apresentado o conteúdo completo. Em ambas, o usuário tem a possibilidade de acessar conteúdo referente através de tags, realizar comentários, bem como ser encaminhado para a página central de conteúdos da edição em que se encontra o conteúdo.

A interatividade relacionada às seções da edição impressa e a publicação no site demonstra a intenção de aproximar o usuário do site ao material publicado, suscitando nele a necessidade de acompanhar a revista.



Figura 25: visualização do destaque da categoria Navegue por Seção dentro do Menu do site Rolling Stone Brasil.

3.3 Características de Interatividade Externa

O site da Rolling Stone Brasil demonstra aplicações diversas de interatividade externa, que possibilitam o recebimento de informações através de outros meios existentes na Web. Na página principal do site Rolling Stone Brasil, tanto no topo quanto na parte inferior, há possibilidades de interatividade externa que podem ampliar o conteúdo agregado. O usuário pode ter acesso às informações sobre atualização do conteúdo publicado por meio do Twitter, do Newsletter e do RSS, que são ferramentas úteis para que o usuário não tenha que, necessariamente, buscar o site Rolling Stone Brasil aleatoriamente para averiguar as atualizações do mesmo. Ao estar conectado com tais opções, o usuário recebe as principais informações sobre atualizações no site, que são hipertextuais, pois incluem links para que o usuário acabe acessando o site a partir desses pontos externos, que funcionam como apoio ao usuário, mas que também favorecem o veículo comunicador ao ampliar o número de visitas de seus usuários.

- Twitter: o link segue para um endereço externo ao site, o perfil da Rolling Stone Brasil no Twitter. Trata-se de um site de relacionamento, tido como uma rede social, conforme relata Crucianelli:

“é um serviço de microblogging gratuito que permite aos usuários enviar e compartilhar textos curtos, chamados “tweets”, de até 140 caracteres. Para enviar essas mensagens, pode-se usar a Web, serviço de mensagens (SMS) de telefones celulares, programas próprios para celular e até programas de mensagens instantâneas ou aplicativos de e-mail, Facebook (outra rede de relacionamentos – grifo meu) ou agregadores de conteúdo. Há também ferramentas para enviar documentos grandes, fotos, vídeos, áudio etc” (CRUCIANELLI, 2010, p. 88).

Essa autora ainda aponta que novos conteúdos podem ser adicionados através de links, o que leva para outros endereços e conteúdos, que são exibidos na página do perfil do usuário e são enviados para os perfis dos usuários que escolheram recebê-los. A autora aponta que o Twitter “foi um dos sites mais importantes de 2009, com

quase 40 milhões de usuários” (idem). Portanto, demonstra que o site da Rolling Stone Brasil está atualizado com uma das redes sociais mais utilizadas na atualidade da web. No momento desta observação foram constatados 72,340 seguidores no perfil da Rolling Stone Brasil (@rollingstoneBR).



Figura 26: visualização do perfil da Rolling Stone Brasil no site de relacionamentos Twitter.

No caso do objeto de estudo, essa relação interativa permite que sejam divulgadas informações com links que podem ser levados às páginas do site em pontos específicos, garantindo assim um maior acesso ao site a partir de pontos externos ao site. Crucianelli ainda faz uma avaliação sobre o Twitter como facilitador para o trabalho jornalístico, pois está ‘relacionado com o imediatismo’. A autora aponta que os jornalistas usam a rede para comunicar com agilidade as notícias de última hora, fatos cotidianos entre outros dados. E que sua presença inserida no contexto jornalístico pode ser utilizada como uma forma de propaganda do conteúdo produzido, já que a função primordial do Twitter é de difundir em tempo real a atualização de ‘blogs, sites ou meios de comunicação on-line’ (idem, p. 89).

- Newsletter: aqui há um redirecionamento para uma página interna do site da Rolling Stone Brasil. Essa ferramenta permite que os usuários recebam em seu

e-mail informações produzidas pela Rolling Stone Brasil. Para ter acesso a esse conteúdo é necessário um cadastro do usuário.

Twitter | Newsletter | RSS

NOVAS MULTIMÍDIA BLOG GUIA MOBILE ENQUETE CONCURSOS ASSINE NAVEGUE POR SEÇÃO

Newsletter

Preencha os campos abaixo para receber o boletim de notícias semanal da *Rolling Stone* Brasil.

* = Campos obrigatórios.

Nome Completo: *

E-Mail: *

Data de Nascimento: Formato: dd/mm/aaaa

Telefone: *

Sexo: -- Escolha --

Endereço

Cidade

Estado: -- Escolha --

CEP:

Enviar

Figura 27: visualização da página de cadastro no site da Rolling Stone Brasil.

A newsletter é um boletim eletrônico cuja aparência remete à página inicial do site da Rolling Stone Brasil, fator que evidencia a identidade visual do veículo jornalístico, facilitando ao usuário sua identificação e aceitação.

Na página seguinte é apresentada uma imagem do conteúdo completo de uma edição da newsletter da Rolling Stone Brasil. Ela contém grande parte da estrutura da página principal do site, o que facilita a navegação para o usuário que acompanha o veículo jornalístico.

Newsletter Rolling Stone Entrada | X

Rolling Stone para mim mostrar detalhes 24 fev Responder




Rolling Stone Twitter @rollingstoneBR



Korn fará show no Brasil
Apresentação acontece ainda este ano; banda atualmente trabalha em disco sucessor de Korn, de 2007



Bruce Willis quer Duro de Matar 5
Ator diz que sequência da saga pode começar a ser filmada no ano que vem



Iê-iê-iê moderno
Nevilton sai de Umuarama, interior do Paraná, para buscar o sucesso com rock indie abraçado



Ian McShane pode fazer Piratas do Caribe 4
Ator está em negociação para interpretar o vilão Blackbeard; Johnny Depp confirma saída de Keira Knightley e Orlando Bloom da franquia



Baixe "Turma da Pilantragem", de Ed Motta
Música, parte do disco *Piquenique*, tem participação da cantora Maria Rita



Roger Daltrey quer trabalhar com Jimmy Page
"Ele precisa de um vocalista para guiá-lo e eu sou um ótimo cantor de blues", afirmou o vocalista do The Who; futuro da banda está ameaçado por conta de problemas auditivos do guitarrista Pete Townshend

VEJA TODAS AS NOTÍCIAS

Enquete



Faça suas apostas: quem merece ganhar o Oscar de melhor filme?

Concurso Cultural



Concorra a ingressos para o show do Coldplay em São Paulo e a um netbook

Guia de Livros



O Símbolo Perdido
Dan Brown



Lula do Brasil
Richard Bourne



Estive em Lisboa e Lembrei de Você
Luiz Ruffato

VEJA TODOS OS GUIAS



Edição 41
Sempre cercada por pequenas multidões, Claudia Leite vivencia um momento de intensas mudanças profissionais que devem definir sua posição dentro do universo da música brasileira
VEJA MAIS



- Acesse agora www.rollingstone.com.br
- Siga a Rolling Stone no **Twitter**
- **Assine agora** a Rolling Stone
- **Anuncie** na Rolling Stone

[Descadastre-se](#) caso não queira receber mais e-mails.

Responder Encaminhar

Figura 28: visualização de uma newsletter da Rolling Stone Brasil no e-mail.

- RSS: outro redirecionamento interno no site com fins de cadastro e de retransmissão para outro meio, externo ao site, do conteúdo publicado neste. A sigla se desmembra em 'really simple syndication'. Aqui há a possibilidade de se realizar a inscrição para receber as atualizações de informações do site. Estas também estão disponíveis logo abaixo do espaço destinado à inscrição.

Nota-se que esse segmento serve para a redistribuição de conteúdo na Web. Crucianelli (2010) faz um relato conciso de sua serventia ao relatar que é uma ferramenta que faz a informação chegar até o usuário sem que o mesmo tenha que ir até a informação (p. 94).

Em uma explicação mais detalhada, a mesma autora observa que,

“o formato permite distribuir o conteúdo sem a necessidade de um navegador, usando o software projetado para ler o conteúdo de RSS. Mas você pode usar até o seu navegador da Web para ver o conteúdo RSS. As versões mais recentes dos principais navegadores permitem ler RSS, sem software adicional. (...) Se um usuário assiná-lo, o recurso de RSS é adicionado ao seu menu do navegador que, ao ser clicado com o botão direito, na pasta “Propriedade”, mostrará a URL correspondente ao canal de Feed, com o domínio RSS.” (CRUCIANELLI, 2010, p. 95).

Com a utilização dessa ferramenta, o veículo jornalístico passa a disponibilizar o conteúdo e seus cadastrados recebem a informação em tempo real. Isso demonstra que é necessário um determinado grau de credibilidade depositado no veículo jornalístico e, obviamente, o interesse do usuário em receber o conteúdo informativo.

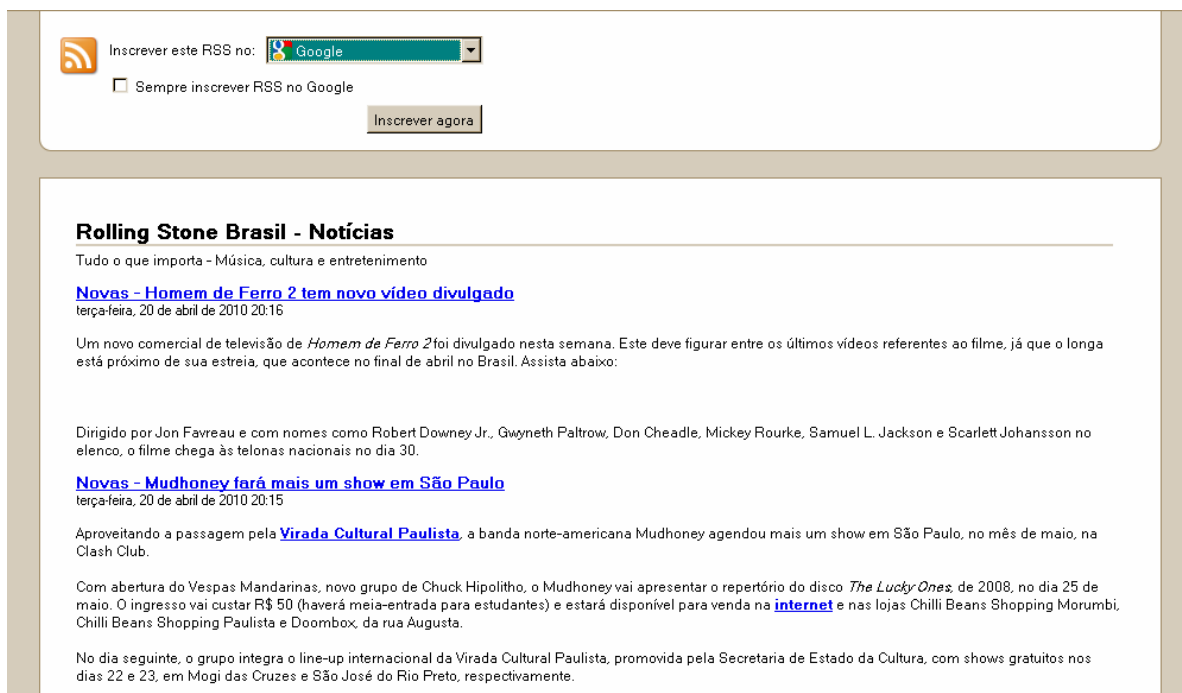


Figura 29: visualização da página sobre o sistema de envio de conteúdo por RSS.

3.4 Conteúdo exclusivo e na íntegra

Através da página principal do site Rolling Stone Brasil, o usuário pode ter acesso a conteúdo exclusivo, que não é apresentado na edição impressa. Aqui é demonstrado um caminho inverso de conteúdo, pois tendo o produto revista como principal mote para a existência do site, a Rolling Stone Brasil publica material que complementa o conteúdo da revista, levando ao leitor a possibilidade de ter um bônus no site do material impresso. Em uma página da edição impressa é apresentado o que há de exclusivo no site, bem como em outras partes da revista também são apresentadas opções de visualização do material publicado somente do site.



Figura 30: visualização da página de escolha de edições.

Na opção de amostragem de todas as edições da revista Rolling Stone publicadas no site, é possível averiguar as edições para capa de publicação impressa. Ao selecionar uma edição, é apresentado o conteúdo por tópicos referentes às seções da revista. Caso o material selecionado seja da edição corrente, o usuário tem acesso na íntegra apenas ao conteúdo exclusivo, do contrário é apresentada apenas parte da matéria e o aviso de que o conteúdo na íntegra é disponibilizado apenas na edição impressa. Se a opção desejada for de uma edição anterior, o conteúdo é disponibilizado na íntegra, seja de material exclusivo do site ou da edição impressa.



Figura 31: visualização da página específica do conteúdo geral da edição abril de 2010.

3.5 A Interatividade como valorização do público

O atual padrão estabelecido de uso das ferramentas comunicativas no site Rolling Stone Brasil possibilita que se crie uma oferta conjunta de informações – através da aplicação de textos, áudios, vídeos, links e serviços, numa estrutura hipertextual e multimidiática - que se diferenciam da ação distinta dos demais meios: a interatividade com o público e, automaticamente, a potencialidade de interatividade de utilização que esse público tem a partir daquilo que lhe é oferecido como notícia.

No site Rolling Stone Brasil, a participação do público como consequência no material que é publicado reforça instantaneamente a importância desse leitor como integrante do processo da comunicação jornalística e de sua produção, fato que em outras épocas, antes da implementação maciça dos elementos hipertextuais e de multimídia, pode ser considerado inexistente. A explicação de Canavilhas (2001) aponta para o fato de que nos meios convencionais não há possibilidade plausível de se conceber uma interatividade ideal entre o jornalista e o seu leitor:

“Num jornal tradicional o leitor que discorda de uma determinada ideia veiculada pelo jornalista limita-se a enviar uma carta para o jornal e a aguardar a sua publicação numa edição seguinte, tendo habitualmente que invocar a Lei de Imprensa para o conseguir. Por vezes a carta só é publicada dias depois e perde completamente a actualidade. Outras vezes o jornalista não responde, ou fá-lo de forma a encerrar a discussão, fechando a porta a réplicas” (CANAVILHAS, 2001, p. 2).

Esse mesmo autor (1999) também aponta que a relações de interatividade nas vias digitais são imediatas e funcionam como mesa de debates sobre o assunto levantado pela produção jornalística.

“A própria natureza do meio permite que o webleitor interaja no imediato. Para que tal seja possível o jornalista deve assinar a peça com o seu endereço electrónico. Dependendo do tema, as notícias devem incluir um “faça o seu comentário” de forma a poder funcionar como um fórum” (idem, p. 2).

Assim, a possibilidade de relações com comentários no site Rolling Stone Brasil permite um alto nível de interatividade entre o jornalista que produziu a notícia e o usuário, que pode lançar comentários sobre o conteúdo e expandir a relação comunicativa do produto. A relação proporcionada pelos meios interativos da internet tem potencial de uma espiral infinita, pois, conforme aumenta a possibilidade de interatividade, se torna consequente a interatividade.

“No webjornalismo a notícia deve ser encarada como o princípio de algo e não um fim em si própria. Deve funcionar apenas como o "tiro de partida" para uma discussão com os leitores. Para além da introdução de diferentes pontos de vista enriquecer a notícia, um maior número de comentários corresponde a um maior número de visitas, o que é apreciado pelos leitores” (idem, p. 3).

Essa observação também fica visível se consideramos que no webjornalismo a notícia passa a ter a capacidade de suscitar no leitor a sensação de fazer parte do processo. As possibilidades da ocorrência de interatividade no site Rolling Stone Brasil se iniciam a partir da troca de e-mails, passando pelo acompanhamento dos comentários dos jornalistas no espaço do blog, ou mesmo em comunidades entre os leitores engendrados pelo ponto em comum que é o veículo em questão do acompanhamento, até mesmo na utilização da multimídia ou na lista das músicas preferidas da equipe de redação oferecida mensalmente para audição no site do veículo. Outro bom exemplo dessa relação são os comentários que podem ser realizados praticamente em qualquer matéria ou notícia publicada no site. É uma sensação shakespeareana: “Interajo, logo existo”.

Canavilhas (2001) relata que os leitores levam em consideração os elementos de multimídia como facilitadores da interatividade, pois “alteram para melhor a percepção do utilizador acerca do conteúdo”. É inevitável que a produção noticiosa do site Rolling Stone Brasil administre as ferramentas do webjornalismo para alçar melhores relações com o público leitor, para, com isso, garantir tanto o acompanhamento periódico da marca Rolling Stone pelo usuário, quanto o aumento do número de assinaturas da versão impressa.

A Rolling Stone Brasil passa a aglutinar conteúdos da revista e do site possibilitando uma interatividade entre os dois meios que leva o usuário do site a buscar a revista como forma de complementação para o que ele não tem disponível no site e, ao mesmo tempo, leva o leitor da revista a se tornar um usuário assíduo do site para acompanhar o conteúdo exclusivo deste, que complementa boa parte do que está divulgado na edição impressa, levando a interatividade praticamente nula da revista para uma gama de possibilidades mais abrangente por meio do site.

Um meio passa a alimentar o outro, que reforça o acompanhamento dos dois por parte do usuário, atraído pelo conteúdo exclusivo de ambos. Isso é representado pela abordagem de Primo (2007) ao relatar as variáveis de interatividade, argumentando que ela pode ocorrer em distintos planos.

4 Considerações finais

Ao observar a estrutura de ligações de conteúdo de hipertexto e hipermídia no site Rolling Stone Brasil, tendo como base as definições e conceitos teóricos apresentados no primeiro capítulo desta monografia, notou-se que a disponibilidade de ferramentas que compõem o panorama de interatividade é bastante vasta. Mas, ao mesmo tempo, esse panorama ainda se demonstra um tanto quanto limitado para o alto grau de interatividade que as ferramentas e aplicativos da internet são capazes. A estrutura disponível no site Rolling Stone Brasil ainda contém outras opções de aplicação que podem ser exploradas, enquanto as ativas carecem de um melhor aproveitamento: há partes que necessitam de uma prática ativa das ferramentas de hipertexto e hipermídia para serem plenamente funcionais na ação de interatividade.

Mesmo sem explorar todo o potencial de interatividade, o site Rolling Stone Brasil se configura como um projeto de interatividade relevante. O hipertexto, que é a base para a montagem da produção jornalística na Web, ainda não é totalmente explorado no site Rolling Stone Brasil. A hipermídia não está presente totalmente, mas apresenta conteúdo integrado através de vídeo, áudio, texto, foto por várias partes do site, inclusive na categoria Multimídia, que ainda pode ser melhorado, com um trabalho que amplie a interatividade dos elementos e a participação do público usuário, de forma a interagir com esses elementos objetivando compor uma linguagem jornalística única e integrada, como observa Lévy (1993), ao apontar que a apreensão dos elementos numéricos da realidade permite que as conexões entre elementos heterogêneos se processem automaticamente e com um grau de precisão quase absoluto.

Em uma visão específica, há possibilidades de interatividade externa, por levar vários elementos independentes que combinam elementos hipertextuais e de hipermídia, oferecendo diversas possibilidades de acesso ao conteúdo do site.

Ao trabalhar com hipertexto e hipermídia na produção de jornalismo cultural cria-se uma valorização e uma aproximação com o objeto da informação, ampliando a

experiência do leitor ao se informar sobre assuntos referentes a esse gênero jornalístico, pois a matéria-prima do objeto de informação trabalhada são as produções de artistas que envolvem músicas, vídeos, livros, filmes, imagens etc.

Os conteúdos que apresentam opções de hipermídia e hipertexto, como por exemplo a opção para fazer comentários, assistir a vídeos, ou ouvir música, ou obter outras informações por meio de possibilidades hipertextuais externas e internas, como para informações que já foram produzidas anteriormente pelo corpo editorial da revista, conteúdo exclusivo do site e da edição impressa corrente, demonstram outra possibilidade hipertextual apontada por Lévy (1993), em que uma rede que contenha hipertextos é construída na base da proximidade, cujos links aproximam espaços e temporalidades – por exemplo, uma notícia apresentada em tempo real se relaciona com o conteúdo de arquivo, e o conteúdo da edição impressa se relaciona com o material publicado no site, e vice-versa.

Mesmo diante de um panorama de interatividade ainda não totalmente explorado no site Rolling Stone Brasil, ainda assim é um bom exemplo das possíveis relações entre o público e o veículo de comunicação. Podemos apontar, com base no material observado, que o site Rolling Stone Brasil atua como um ponto de apoio à revista impressa Rolling Stone Brasil, funcionando como um complemento dos conteúdos publicados nas edições mensais impressas, através da apresentação de material relativo ao conteúdo impresso, que fornece maior interatividade para o usuário, além de apresentar material exclusivo também relativo ao conteúdo da publicação impressa. E diante da tendência de publicação em tempo real de conteúdo jornalístico na internet, as notícias exclusivas do site apresentam um diversificado material noticioso que, se publicado na edição impressa, acabaria passando a sensação de que a publicação impressa estaria antiga já em seu lançamento.

Embora as duas funcionem de maneira independente, já que o usuário pode acompanhar o conteúdo da edição impressa e não fazê-lo com o material publicado no site, e que o contrário também se faz funcional, a relação revista-site Rolling Stone Brasil se caracteriza como complementar, ao unir material diferenciado entre a edição impressa e o conteúdo disponibilizado no site. Essa relação conjunta

demonstra um novo poder de interatividade, que carrega em sua relação de conteúdos distintos, mas relacionados, um poder atemporal para uma revista, que é em sua essência um material de vida útil mensal, ficando “antigo” com a publicação de uma nova edição impressa. Através da publicação de notícias periodicamente, podendo ser consideradas publicações em tempo real, o site fornece subsídios para que a revista se mantenha atual por um tempo mais extenso e indeterminado – essa característica se configura como um assunto que extrapola o objetivo desta pesquisa -, garantindo ao nome Rolling Stone Brasil uma identidade de produto em dia com o seu tempo e retransmitindo essa sensação aos produtos que ostentam sua insígnia, no caso a revista impressa.

Nota-se com essa ação, uma relação interativa que faz com que o conteúdo impresso se mantenha atraente para o leitor, separando o material que pode ter um tempo de vida noticiável estendido, do conteúdo produzido praticamente em tempo real e que, eventualmente, passa a ser datado, diante da concorrência de notícias publicadas pela via digital.

Ou seja, as potencialidades hipertextuais e hipermediáticas do conteúdo digital atraem os leitores para a navegação pelo site e resultam determinados graus de interatividade. O site, ao trazer informações que são atualizadas diariamente, que não comportam na periodicidade da versão impressa, além de proporcionar a interatividade com o leitor através das seções de comentários, áudios, imagens, enfim dos conteúdos de multimídia exclusivos etc., provoca um direcionamento distinto para os dois segmentos: no digital, o conteúdo diversificado pelas ferramentas de hipertexto e hipermissão, bem como o material exclusivo; e no conteúdo impresso, por trazer um referencial característico de uma publicação mensal.

Ainda nesse quesito o usuário que acompanha apenas o site Rolling Stone Brasil pode ter acesso ao conteúdo na íntegra do que é publicado nas edições impressas, logo após o período de atividade mensal desta. Depois que uma edição impressa dá lugar a uma nova, o conteúdo da primeira passa a ser disponibilizado na íntegra no site.

Há na iniciativa da apresentação no site de excertos do conteúdo da versão impressa corrente, um intuito de caráter mercadológico, que em linguajar comum pode ser compreendido através do ditado popular “é como tirar doce da boca de criança”, pois ao disponibilizar parte do material noticioso de exclusividade da edição impressa o site suscita o interesse pelo consumo da informação completa, só disponível na revista, portanto um produto que tem um valor financeiro agregado.

Todo esse amálgama na interatividade entre revista e site serve como mecanismo de fidelização do leitor à marca Rolling Stone Brasil, e para a venda do conteúdo impresso. Isso contribui para a lucratividade da empresa que produz o produto informativo, e reforça o conceito de que a informação virou um produto de consumo na sociedade atual.

5 Referência

ADORNO, Theodor. **A Indústria Cultural**. In: COHN, Gabriel (Org). Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo: Cia. Editora Nacional/Edusp, 1971. p. 287-295

AMARAL, Inês A. **A Interactividade na esfera do ciberjornalismo**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/amaral-ines-interactividade-esfera-ciberjornalismo.pdf>> Acesso em: 3 fev. 2010.

AQUINO, Maria Clara. **Um Resgate Histórico do Hipertexto**: o desvio da escrita hipertextual provocado pelo advento da Web e o retorno aos preceitos iniciais através de novos suportes. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/aquino-maria-clara-resgate-historico-hipertexto.pdf>> Acesso em: 3 fev. 2010.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 10520**: informação e documentação: citações em documentos - apresentação. Rio de Janeiro, 2008.

_____. **NBR 6023**: informação e documentação: referências – elaboração. Rio de Janeiro, 2008.

_____. **NBR 14724**: informação e documentação: trabalhos acadêmicos – apresentação. Rio de Janeiro, 2008.

CANAVILHAS, João Messias. **Webjornalismo**: considerações gerais sobre jornalismo na web. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>> Acesso em: 9 fev. 2010.

CRUCIANELLI, Sandra; SOARES, Marcelo (trad.). **Ferramentas Digitais para Jornalistas**. Disponível em: <<http://knightcenter.utexas.edu/hdpp.php>> Acesso em: 10 mar. 2010.

DANTAS, Edmundo B. **Mídia eletrônica, novas mídias e sustentabilidade**. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/dantas-edmundo-midia-electronica-novas-midias-sustentabilidade.pdf>> Acesso em: 10 mar. 2010.

LEÃO, Lúcia. **O Labirinto da Hipermissão**: arquitetura e navegação no ciberespaço. 3ª ed. São Paulo: Iluminuras, 2005.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: 34, 1993.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 1999.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**: Considerações iniciais. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-redes-sociais-na-internet.pdf>> Acesso em: 31 mai. 2010.

ROLLING STONE BRASIL. Disponível em: <<http://www.rollingstone.com.br>> Acesso em: 16 abr. 2010.

REVISTA ROLLING STONE BRASIL. São Paulo: Spring, ed. 43, abr. 2010. ISSN 1980-1130.

6 Glossário

Blog – palavra estrangeira que designa os diários virtuais na internet. São páginas em que um ou mais usuários tem acesso em realizar, conforme padrões estruturais pré-estabelecidos, conteúdos distintos. Tido como uma ferramenta da internet, é muito utilizado por jornalísticas, bem como internautas para disseminar informações.

Feed - O termo é oriundo do verbo em inglês “alimentar”. Na internet, este sistema também é conhecido como “RSS Feeds” (*RDF Site Summary* ou *Really Simple Syndication*).

Link - "Ligação", em inglês. Texto ou imagem que, num documento de hipertexto, leva a outros documentos e sites.

Mass Media – formado pela palavra latina media (meios), plural de medium (meio), e pela palavra inglesa mass (massa). São sistemas organizados de produção, difusão e recepção de informação padronizados, seriam os meios de comunicação de massa (televisão, rádio, imprensa, etc.). Porém, esta denominação sugere que os meios de comunicação são agentes de massificação social.

Newsletter – palavra estrangeira mas que está inserida no vocabulário comum da internet, e que significa boletim eletrônico, cujas informações são enviadas para os endereços de correio eletrônico que optaram por receber a informação.

Tag – palavra selecionada dentro do texto podendo ser hiperlink ou apenas uma explicação da palavra. Vem do inglês rótulo, etiqueta.

Twitter – site com aparência de microblog em que cada pessoa possui um perfil e uma página de recados aonde vai enviando pequenos recados para sua lista de “seguidores”.

Web – uma das redes dentro da Internet. Vem do protocolo WWW (World Wide Web).