

Interatividade em ação: situações comunicacionais



Márcio Souza Gonçalves

*Doutor em Comunicação (UERJ)
Professor da Faculdade de Comunicação Social da UERJ
Coordenador-adjunto do Programa de Pós-graduação
em Comunicação da UERJ
E-mail: msg@uerj.br*

Larriza Thurler

*Jornalista e mestre em Comunicação Social (UERJ)
Defendeu sua dissertação sob orientação do professor Márcio Gonçalves
E-mail: larriza@gmail.com*

Resumo: O trabalho aborda a noção de interatividade e, partindo de Lemos, Jensen e Primo, propõe uma classificação que deve permitir a abordagem de qualquer processo de interação. Propõe-se também o conceito de situação comunicacional como definidor do *locus*, a partir do qual os processos comunicacionais concretos devem ser abordados. Assim, o artigo não discute interatividade em geral, mas categorias para a análise de interatividades concretas e localizadas.

Palavras-chave: interatividade, situação comunicacional, novas tecnologias de comunicação, Internet.

La interactividad en acción: situaciones comunicacionales

Resumen: El trabajo aborda la noción de interactividad y, partiendo de Lemos, Jensen y Primo, propone una clasificación que debe permitir el abordaje de cualquier proceso de interacción. Se propone también el concepto de situación comunicacional como definidor del *locus* a partir del cual los procesos comunicacionales concretos deben ser abordados. De este modo, el artículo no discute interactividad en general, sino categorías para el análisis de interactividades concretas y localizadas.

Palabras clave: interactividad, situación comunicacional, nuevas tecnologías de comunicación, Internet.

Interactivity in action: communicational situations

Abstract: The paper approaches the concept of interactivity and, based on Lemos, Jensen and Primo, it proposes a classification, which may enable the analysis of any interactive process. We also propose the concept of communicational situation to define the *locus* from which the concrete communicational processes should be considered. Thus, the article does not discuss interactivity in general but categories for the analysis of actual and localized interactivities.

Key words: interactivity, communicational situation, new communication technologies, Internet.

O conceito de interatividade vem sendo definido por autores de diversas áreas de conhecimento. Assim, por exemplo, Gilles Multigner lembra que “o conceito de ‘interação’ vem da física, foi incorporado pela sociologia, pela psicologia social e, finalmente, no campo da informática transmuta-se em ‘interatividade’” (*apud* Silva). Umberto Eco, em seu livro *Obra aberta*, formula dois conceitos que podem ser atribuídos à obra de arte que, para ele, “é uma mensagem fundamentalmente ambígua, uma pluralidade de significados que convivem num só significante” (1976:22). Um deles seria a abertura em primeiro grau, na qual pressupõe que cada receptor irá receber a obra de arte e interpretá-la subjetivamente. A outra abertura, em segundo grau, é encontrada em uma obra de arte com intenção da participação transformadora do espectador e é, portanto, flexível.

Neste trabalho, propomos um deslocamento da discussão da interatividade propriamente dita para a interatividade em ação em diferentes situações comunicacionais.

● Interatividade

Interatividade é um termo polissêmico, o que leva a alguns equívocos de interpretação, como reconhecem diversos autores, entre eles Janet Murray (2003), Alex Primo (1998), André Lemos¹ e Pierre Lévy (1999), para quem o termo interatividade é frequentemente utilizado de maneira vaga e difusa, de forma imprecisa e elástica.

Raymond Williams, já em 1979, entendia interatividade como a “possibilidade de resposta autônoma, criativa e não prevista da audiência, ou mesmo, no limite, a substituição total dos pólos emissor e receptor pela idéia mais estimulante dos agentes intercomunicadores” (*apud* Ferreira, 2004:45).

Jonathan Steuer define interatividade como “a extensão em que os usuários podem participar, modificando a forma e o conteúdo do ambiente mediado em tempo real” (*apud* Primo e Cassol). Steuer aponta três fatores que contribuem para a interatividade: velocidade – que vai influenciar na instantaneidade da interação em tempo real; amplitude – que se refere à quantidade de modificações que podem ter efeito no ambiente; e mapeamento – que se refere às formas com que as ações humanas são conectadas às ações no ambiente mediado.

Andrew Lippman, por sua vez, defende que interatividade é “uma atividade mútua e simultânea da parte dos dois participantes, normalmente trabalhando em direção a um mesmo objetivo” (*apud* Primo e Cassol), com a presença das seguintes características: interruptibilidade – cada um dos participantes pode interromper o processo; granularidade – que se refere ao menor elemento após o qual se pode interromper para confirmar que o sistema interativo está aberto; degradação graciosa – quando o sistema não tem resposta para uma indagação, porque tem a característica de previsão limitada; e não-*default* – inexistência de um padrão pré-determinado que

não força uma direção a ser seguida por seus participantes.

Brenda Laurel também sugere variáveis para se caracterizar a interatividade: frequência – em que momentos se pode reagir; amplitude – quantas escolhas estão disponíveis; e significância – que impacto as escolhas têm (cf. Primo e Cassol). Levando em conta essas variáveis, um baixo nível de interatividade pode ser caracterizado pelo fato de o usuário dispor de poucas escolhas que apresentam um pequeno impacto. Já um alto nível de interatividade seria caracterizado por uma disponibilidade de muitas escolhas que podem influenciar significativamente no resultado final (cf. Rose e outros).

Pierre Lévy (1999) vai além e afirma que é possível avaliar o grau de interatividade de uma mídia ou de um dispositivo de comunicação baseado em diversos eixos, dentre os quais as possibilidades de apropriação e de personalização da mensagem recebida – se é possível interferir no conteúdo da mensagem em tempo real ou não; a reciprocidade da comunicação – se o dispositivo informacional é do tipo “um-um” ou “todos-todos”; a virtualidade – no sentido da possibilidade de cálculo computacional em tempo real, em função de um modelo e de dados de entrada; a implicação da imagem dos participantes nas mensagens – se o participante pode construir uma imagem de si mesmo ou simular espaços não-físicos e a telepresença. Desta forma, podemos chegar a diversas classificações de tipos de interatividade, o que, segundo Lévy, assinala um problema, pois não é possível atribuir uma característica simples e unívoca a um sistema específico.

Vamos nos ater aqui a três autores: (André Lemos, Alex Primo e Jens Jensen). Eles fornecem um quadro teórico que nos parece mais relevante e sintético para a definição de quatro parâmetros, usados para classificar as diversas situações comunicacionais do complexo mundo contemporâneo. Para isso, primeiramente serão expostas as visões desses autores em relação à interatividade, a fim de avaliar melhor seu conceito e seus níveis no novo ambiente comunicacional surgido das tecnologias digitais.

¹ Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interac.html>. Acessado em 8/8/2005.

É válido ressaltar que o conceito de interatividade não será usado aqui como oposto a formas de comunicação em que está implicada a passividade do receptor. Como ressalta Pierre Lévy, o termo interatividade remete a uma participação ativa; no entanto, nenhum receptor de informação é passivo, pois “mesmo sentado na frente de uma televisão sem controle remoto, o destinatário decodifica, interpreta, participa, mobiliza seu sistema nervoso de inúmeras maneiras, e sempre de forma diferente de seu vizinho” (1999:79). De acordo com Dominique Wolton (1996:54), ao comentar aquilo a que assistiram, os telespectadores emitem juízos sobre a televisão, não sendo assim espectadores passivos e sem reações.

Alex Primo

No contexto atual, em que muitos serviços e produtos são vendidos como interativos, percebe-se que a qualidade de interação não é sempre a mesma. Em seus estudos de interação em ambientes informáticos, Primo propõe os conceitos de interação mútua e reativa. A interação mútua é “caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, na qual cada interagente participa da construção inventiva da interação, afetando-se mutuamente”, enquanto a reativa é “limitada por relações determinísticas de estímulo e resposta” (Primo, 2001:118).

O autor faz um levantamento da discussão do princípio de abertura dos sistemas, que vai determinar se a interação pode ser classificada como mútua ou reativa. Um sistema aberto está presente em exemplos de interação mútua, enquanto um sistema fechado encontra-se em exemplos de interação reativa. Os seguintes fatores vão diferenciar sistemas abertos de fechados:

- Em um sistema fechado o meio não é visto a afetar o sistema, já em um sistema aberto existe uma troca entre o sistema e o ambiente;

- Um sistema fechado estável pode atingir um equilíbrio puro. Porém, um sistema aberto pode atingir uma estabilidade (nunca um equilíbrio perfeito);
- Condições iniciais necessariamente influenciam o estado de um sistema fechado. Por outro lado, um sistema aberto pode atingir um estado estável independentemente de suas condições iniciais – princípio da equifinalidade (Monge *apud* Primo, acessado em 30/8/05).

A partir desses elementos, a interação mútua forma um todo global, composto por componentes interdependentes – princípio da globalidade. O sistema é aberto, não-linear e, quando um componente é afetado, o sistema total modifica-se, pois “as transformações sucessivas que ocorrem não são rigidamente predeterminadas pelo contrário, a interação demonstra um alto grau de flexibilidade e indeterminação” (Primo, 2001:138) – princípio da retroalimentação ou circularidade. Como exemplo desse tipo de interação podemos citar o diálogo entre pessoas em *chats*.

Já a interação reativa estaria inserida em um sistema fechado, com relações unilaterais e lineares previamente estabelecidas (algumas permitidas, outras limitadas ou impossibilitadas), nas quais o reagente tem pouca ou nenhuma condição de alterar o agente. Quando um internauta escolhe sua programação dentro das opções oferecidas por uma grade de programas, “a interação estabelece [-se] como reativa, pois deve ocorrer nas cadeias seqüenciais de causa e efeito para as quais tal máquina foi preparada”. (Primo, 2001:139) Os vídeos *on-demand* enquadram-se nesse tipo de interação, pois ao internauta só é possibilitada a escolha de determinados vídeos dentre uma série de opções, no horário que lhe for mais conveniente.

Dessa forma, Primo considera que a interação mútua é caracterizada por um sistema aberto, em que os interagentes se afetam mutuamente em relações flexíveis, enquanto a interação reativa é caracterizada por um sistema fechado, com relações previamente estabelecidas.

André Lemos

Lemos classifica a interatividade em três níveis não excludentes: técnico “eletrônico-digital”, técnico “analógico-mecânico” e “social” (ou simplesmente “interação”). Como exemplo dos dois últimos níveis, o autor cita o fluxo do trânsito, em que o motorista tem uma interação com os motoristas, que ele chama de social, e outra com a máquina, chamada analógico-mecânica.

Segundo Lemos, a relação homem-técnica é uma atividade tecno-social presente em todas as etapas da civilização. A noção de interatividade digital é, assim, um tipo de relação tecno-social diretamente ligada às novas mídias digitais, uma nova qualidade de interação técnica, de cunho “eletrônico-digital”, correspondendo à superação do paradigma “analógico-mecânico” que caracterizou as mídias tradicionais. Portanto, o que se tem chamado de interatividade (“eletrônico-digital”) pode ser compreendido como

um diálogo entre homens e máquinas (baseadas no princípio da micro-eletrônica), através de uma “zona de contato” chamada de “interfaces gráficas”, em tempo real. A tecnologia digital possibilita ao usuário interagir, não mais apenas com o objeto (a máquina ou a ferramenta), mas com a informação, isto é, com o “conteúdo” (Lemos)².

Em alguns casos, ocorre simultaneamente interação analógica (com a máquina), digital (com o conteúdo) e social (com outros telespectadores e produtores do programa).

A evolução da interação técnica da televisão, é classificada por Lemos, em níveis. Num primeiro momento, na interação **nível 0**, a TV é em preto e branco, com apenas um ou dois canais e a ação do telespectador está limitada a ligar ou desligar o aparelho, mudar de canal ou regular o volume, brilho ou contraste.

O **nível 1** surge com a TV em cores, o controle remoto e outras opções de emissoras. Assim, o telespectador pode navegar pelos canais e “zappear” com o controle remoto – sendo o “zapping um antecessor da navegação contemporânea na rede”.

No **nível 2** há o acoplamento de equipamentos à TV, como vídeo, videogames ou câmeras, “fazendo com que o telespectador se aproprie do objeto TV (para outros fins, como ver vídeos ou jogar) e das emissões (gravar e assistir ao programa na hora que quiser), instituindo uma temporalidade própria e independente do fluxo das mesmas”.

A interatividade de cunho digital começa a surgir no **nível 3**, em que o usuário pode interferir no conteúdo das emissões através do telefone (por exemplo, o programa *Você Decide*, da Rede Globo – no caso de interação reativa, com opções pré-definidas que podem ser escolhidas por telefone), e-mail (por exemplo, o programa *Bom dia Mulher*, na Rede TV!, no qual a apresentadora Olga Bongiovanni tira as dúvidas de telespectadores, mandadas por e-mails, com especialistas – no caso de interação mútua, com alto grau de flexibilidade) ou fax.

A participação do conteúdo informativo das emissões em tempo real, sempre de acordo com Lemos, surge com a televisão interativa no **nível 4** (em que o usuário pode escolher ângulo e câmeras – no caso de interação reativa; e como na participação ao vivo por telefone no programa *Ponto P*, na MTV, em que os telespectadores tiram dúvidas sobre sexo com a apresentadora Penélope Nova – no caso de interação mútua).

Assim, para Lemos, a interatividade digital está associada às novas mídias e caracteriza-se pela interação não apenas com o objeto (como se dava na interação analógico-mecânica com as mídias tradicionais), mas também com o conteúdo. Dessa forma, em sua classificação da evolução da interatividade na televisão, a interatividade digital aparece somente quando o usuário tem a possibilidade de interferir no conteúdo das emissões, superando a interação analógico-mecânica disponível até então. Lemos, no entanto, não faz distinções entre a qualidade da intervenção no conteúdo.

² Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interac.html>. Acessado em 8/8/2005.

Jens Jensen

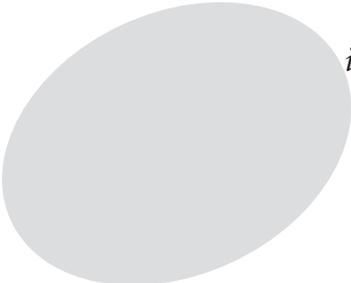
Em um retrospecto do conceito de interatividade (cf. Rose e outros), Jensen salienta que, para alguns autores, interatividade é uma extensão – talvez não tão surpreendentemente – do conceito de interação, conceito que significa em geral “troca” e “influência mútua”. No entanto, o termo “interatividade” pode ser entendido de diferentes maneiras em diversos campos acadêmicos.

Como destaca Jensen, “interação”, no sentido sociológico, refere-se à relação recíproca entre duas ou mais pessoas; no campo da informática, o termo significa a relação entre pessoas e máquinas, enquanto no campo da comunicação e de estudos de mídia o termo refere-se, entre outras coisas, ao relacionamento entre o texto e o leitor, às relações recíprocas humanas e à comunicação associada ao uso de mídias, ou seja, interação social via mídia. Já o termo “interatividade” não é geralmente usado em sociologia, enquanto na informática e nos estudos de mídia ele parece muitas vezes ser sinônimo de “interação”. Nesse sentido, o conceito de interatividade aplica-se a uma característica da nova mídia, que difere das mídias tradicionais. Define-se a partir de três parâmetros: interatividade como protótipo, interatividade como critério e interatividade como *continuum*.

Em relação à interatividade como protótipo, os sistemas de mídia interativa são definidos como aqueles que utilizam tecnologias variadas (telefone, áudio-conferência, televisão, computadores, e-mail etc.) para a troca de informações sob a forma de imagens estáticas, desenhos e dados. Refere-se, portanto, a padrões de comunicação do tipo conversacional (ações mutuamente interdependentes, relacionadas ao conceito sociológico de interação) e consultacional (ações entre o homem e a máquina, relacionadas ao conceito de interação no campo da informática). Para Jensen, tal definição é, no entanto, não muito informativa, pois não especifica quais características classificam uma mídia como interativa.

Se for pensada a interatividade como cri-

tério, as mídias interativas são definidas como aquelas que utilizam tecnologias capazes de proporcionar comunicação pessoa-pessoa mediada por canais de telecomunicações (telefone) e interação pessoa-máquina que simule uma troca interpessoal (por exemplo, uma transação em um caixa eletrônico). A interatividade como protótipo refere-se, assim, em maior ou menor grau, a padrões de comunicação do tipo conversacional ou consultacional. Segundo Jensen, essa definição é vaga e, por não usar classificações de diferentes níveis de interatividade, exclui muitas vezes mídias consideradas interativas que, na verdade, só permitem a escolha entre opções pré-definidas.



Para alguns autores, interatividade é extensão do conceito de interação. No entanto, são diferentes os sentidos, de acordo com os campos acadêmicos

Já a interatividade como *continuum* representa a qualidade que pode estar presente em maior ou menor grau, de acordo, por exemplo, com as dimensões que os conceitos apresentam (unidimensional, bidimensional, tridimensional... e n-dimensional). Tal definição parece ser, para Jensen, a mais apropriada e flexível em relação aos diferentes níveis de interatividade, que não podem ser classificados sob uma mesma fórmula.

Para tentar esclarecer essas imprecisões, Jensen prefere a tipologia de Bordewijk e Kaam, baseada em dois aspectos centrais do tráfego de informação: a questão de quem possui e oferece a informação e quem controla sua distribuição. Cruzando esses aspectos, tendo em conta o controle por um fornecedor central de informação ou por consumidor de informação, o autor fornece o seguinte quadro:

	Informação produzida por um fornecedor central	Informação produzida pelo consumidor
Distribuição controlada por um fornecedor central	1) TRANSMISSÃO	4) REGISTRO
Distribuição controlada pelo consumidor	3) CONSULTA	2) CONVERSAÇÃO

Fonte: Jensen (*White Paper on Interactive TV*, acessado em 30/8/05).

O caso da programação televisiva seria um exemplo de transmissão, pois constituiria o caso de comunicação unilateral, sem o canal de retorno do consumidor. No extremo oposto, encontraríamos a conversação, observada nos diálogos em *softwares* de conversação instantânea, como o MSN, nos e-mails ou telefones. Uma visita a um site da Internet classifica-se como consulta as pesquisas de opinião a audiência constituem um **registro**.

Partindo dessas classificações, Jensen sugere uma definição geral de interatividade como “a medida da habilidade potencial da mídia em permitir que o usuário manifeste influência no conteúdo e/ou forma da comunicação mediada” (Rose e outros). Jensen ainda refina sua definição e propõe quatro subdivisões:

Interatividade transmissional – medida do potencial do meio em permitir que o usuário faça escolhas numa corrente contínua de informação em mídia unidirecional, sem canal de retorno e, portanto, sem a possibilidade de fazer pedidos (são exemplos TV e rádio tradicionais, teleconferências, multimídia, teletexto, sistemas multi-canal etc.);

Interatividade consultacional – medida do potencial do meio em permitir que o usuário solicite informações em um sistema de mão dupla com canal de retorno (por exemplo, vídeo *on demand*, serviços de informação *online*, enciclopédias em CD-ROM, fontes de consulta de informação *online* como FTP, WWW, Golpher etc.);

Interatividade conversacional – medida do potencial do meio em permitir que o usuário produza e envie suas próprias informações num sistema de mídia bidirecional, seja por

arquivamento, seja em tempo real (telefone, videoconferências, correio eletrônico, listas de correspondência, grupos de notícias, ICR etc.);

Interatividade registracional – medida do potencial do sistema em registrar informações do usuário e responder às suas necessidades e ações, seja quanto à capacidade explícita de o usuário escolher o método de comunicação, seja quanto à capacidade intrínseca do sistema de “sentir” e adaptar automaticamente (por exemplo, sistemas de enquetes, agentes inteligentes, guias inteligentes, interfaces inteligentes, registro de conexão em sistemas de computador etc.).

Em suma, Jensen acredita que a interatividade é caracterizada pela influência na forma ou no conteúdo da comunicação mediada, não podendo ser classificada de uma única maneira, pois existe em um *continuum*. Para tal, ele propõe a subdivisão da interatividade nas quatro variáveis mencionadas acima, tendo como base a questão de quem possui e oferece a informação e quem controla sua distribuição.

Primo atenta para o fato de que o modelo proposto por Jensen centra-se especificamente nas características do canal, ou seja, no potencial técnico dos diferentes meios, e não decorre do estudo da relação entre os interagentes e da evolução desse relacionamento – ao contrário dos estudos de Primo, que enfocam a interação como um processo desenvolvido entre os interagentes e não como uma característica do meio. Primo critica os enfoques tecnicista, informacional, transmissionista, antropomórfico e mercadológico sobre os conceitos de interatividade e defende uma abordagem sistê-

mico-relacional, fundada nas contribuições oferecidas pelas pesquisas sobre complexidade e comunicação interpessoal (Primo, acessado em 20/9/05).

Situações comunicacionais

Considerando que a interatividade sempre se realiza em situações concretas, e sendo problemático o seu tratamento em abstrato (como quando se fala da interatividade da Internet), estamos propondo abordar sempre a interatividade de tal como esta se presentifica concretamente em diferentes situações comunicacionais³. Entende-se por situação comunicacional situações concretas e localizadas em que há comunicação, o que inclui o(s) meio(s), os participantes, as mensagens e os usos dos meios. A opção por trabalhar com situações comunicacionais, em vez dos meios de uma maneira geral, deve-se ao fato de que a interatividade existe em diferentes níveis, e não pode ser generalizada para classificar uma mídia como um todo. Deixando o campo das possibilidades, a noção de situação comunicacional leva-nos ao cerne do que está efetivamente se operando em termos de comunicação, do que efetivamente se desenrola nas situações analisadas.

A noção de situação comunicacional remete, filosoficamente, ao uso que Alain Badiou (1996) faz de “situação” em sua filosofia: uma situação é para ele o “espaço” em que os eventos têm lugar, não havendo eventos fora de situação (ainda que realizem sempre cortes nos regimes regulares de funcionamento de situações). Ora, considerando que a comunicação é sempre “localizada” e encarnada em situações concretas, parece-nos que estas são o *locus* primeiro para a abordagem dos processos comunicacionais. Em suma: há que pensar não a interatividade possível, mas a que efetivamente acontece em situações dadas.

A partir das discussões acima desenvolvidas, dada uma situação comunicacional, propomos que se considerem a existência e a forma de inte-

³ Conceito sugerido por Márcio Gonçalves, que vem desenvolvendo um trabalho análogo analisando a relação entre meios de comunicação e subjetividade.

ratividade, a partir de quatro parâmetros:

Tipo de meio(s) presente(s) – os meios presentes permitem comunicação unidirecional ou bidirecional;

Como se dá a interação em relação ao meio – para que a interação se dê, são acionados um único meio (unimeio) ou vários meios (multimeio);

Como se dá a relação com o conteúdo – interação mútua e interação reativa (cada uma dessas comportando diversos níveis internos em um *continuum*)⁴;

Velocidade – intervalo longo, intervalo curto, tempo real (cada uma dessas comportando diversos níveis internos em um *continuum*, sem ser determinada por valores absolutos).

Entende-se por meio unidirecional aquele sem um canal de retorno – por exemplo, a televisão –, enquanto o meio bidirecional possibilita um *feedback*, via um canal de retorno – como no caso de um jornal *online* com espaço para comentários dos leitores.

Quando a interação é classificada em relação ao meio, entende-se que essa relação pode se realizar com um meio apenas (unimeio) – como acontece com o telefone – ou com a utilização de mais de um meio (multimeio) – por exemplo, a participação do telespectador em um programa de televisão, por telefone.

Em relação ao conteúdo, a interação pode ser mútua, quando há interferência no conteúdo – como ocorre em salas de bate-papo de TVs *online*, ou reativa, quando há apenas a escolha entre um leque de opções pré-definidas – como acontece nas escolhas de vídeos *on-demand*.

Uma situação comunicacional pode ser mútua em diferentes graus de interferência⁵. Por exemplo, quando há a intervenção no conteúdo do programa através de comentários em um bate-papo, observa-se uma intera-

⁴ Tomamos a liberdade de aplicar a classificação de Primo para mídias não-digitais, como, por exemplo, no caso da comunicação por cartas e das interações presenciais, como ocorre em programas de auditório.

⁵ Observação feita a partir de um comentário de Ana Maria Brambilla, mestre em Comunicação e Informação pela UFRGS, no Intercom 2005, por ocasião da apresentação do paper “TV na Internet: reflexões sobre remediação e interatividade”.

ção mútua em um menor grau – como ocorre nos *chats* do *Jornal Interativo*, da TV online AllTV. Quando há a intervenção no conteúdo do programa, através da produção de conteúdo pelo próprio participante, observa-se uma interação mútua em um maior grau – como no caso dos vídeos produzidos por amadores divulgados na TV americana Current TV (www.current.tv). No momento, 25% da programação da TV a cabo Current TV são criadas pelo público – e o projeto prevê que essa proporção aumente nos próximos anos. A emissora recebe vídeos de menos de dez minutos do público em seu *site*, que passam por um processo de votação pelos internautas. Através do voto, são escolhidos quais vão ao ar no canal a cabo, que atinge 20 milhões de domicílios americanos. Por esse motivo, muitos a chamam de blog TV, numa referência à produção e disseminação do conteúdo por diversas pessoas, e não por um distribuidor e consumidor central. Trata-se do *grassroot journalism* ou jornalismo de base, ou seja, o noticiário produzido para as pessoas e pelas pessoas, conforme Gillmor (2004).

Uma situação comunicacional também

pode ser reativa em diferentes graus de interferência. Quando se interfere apenas na temporalidade, ao escolher um vídeo *on-demand*, observa-se a interação reativa em menor grau – por exemplo, assistir a um programa dentre as várias opções no Globo Media Center. Quando se interfere no conteúdo do programa com um leque de opções pré-definidas, observa-se a interação reativa em um maior grau – por exemplo, quando escolhemos um final no programa *Você Decide*, da Rede Globo.

Todos os processos podem ocorrer em diferentes velocidades, que não podem ser definidas em valores absolutos. Por isso, optou-se por classificar a velocidade em intervalo largo, intervalo curto e tempo real.

Em resumo, dada uma situação comunicacional, trata-se de saber a qualidade dos meios presentes, se temos um ou mais meios, se há alteração no conteúdo e se a situação ocorre de forma rápida ou lenta. Acreditamos que a análise do que efetivamente se opera em diferentes situações comunicacionais deverá revelar-se profícua no atual estado das pesquisas no campo da comunicação no Brasil.

Referências

- BADIOU, Alain. *O ser e o evento*. Rio de Janeiro: Zahar-UFRJ, 1996.
- ECO, Umberto. *Obra aberta*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1976.
- FERREIRA, S. *Um estudo sobre a interatividade nos ambientes virtuais da Internet e suas relações com a educação: o caso da AllTV*. Santa Catarina: UFSC. Dissertação de Mestrado, 2004.
- GILLMOR, Dan. *We the media: grassroots journalism by people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly, 2004.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.
- MURRAY, Janet H. *Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo: Editora Unesp, 2003.
- PRIMO, Alex. "Interfaces de interação: da potencialidade à virtualidade". *Revista da Famescos*. Porto Alegre, n. 9, 1998.
- PRIMO, Alex. "Ferramentas de interação em ambientes educacionais mediados por computador". *Educação* (PUC/RS). Porto Alegre, n. 44, 2001.
- WOLTON, Dominique. *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Editora Ática, 1996.
- Sites**
- LEMOS, André. "Anjos interativos e retribalização do mundo:

sobre interatividade e interfaces digitais". Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interac.html>. Acessado em 8/8/2005.

PRIMO, Alex. "Interação mútua e interação reativa: uma proposta de estudo". Disponível em <http://usr.psyco.ufrgs.br/~aprimo/pb/esprialpb.htm>. Acessado em 30/8/2005.

PRIMO, A. e CASSOL, M. "Explorando o conceito de interatividade: definições e taxonomias". Disponível em <http://www.psyco.ufrgs.br/~aprimo/pb/pgie.htm>. Acessado em 30/8/2005.

PRIMO, Alex. "Enfoques e desfoques no estudo da interação mediada por computador". Disponível em http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404_45.htm. Acessado em 20/9/2005.

ROSE, M., DORMANN, C., OLESEN, H., BEUTE, B., JENSEN, J. F. "White Paper on Interactive TV". Disponível em <http://www.cti.dtu.dk/~berco/html/cti/research/ITV%20white%20paper.html>. Acessado em 30/8/2005.

SILVA, M. "O que é interatividade". Disponível em <http://www.senac.br/informativo/BTS/242/boltec242d.htm>. Acessado em 24/7/2004.

www.current.tv