



ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO: PONTES E BARREIRAS À COMUNICAÇÃO DA INFORMAÇÃO ECONÔMICA EM AMBIENTES DIGITAIS

Geovanna Adya Cordeiro Dantas - IESP - (geoadya@gmail.com)

RESUMO

O artigo fundamenta-se em conceitos referentes à informação e ao conhecimento econômico, como recursos capazes de orientar os indivíduos na tomada de decisões racionais, contribuindo para o desenvolvimento individual e social. Também, ancora-se nas características da atual conjuntura midiática e os possíveis entraves aos processos de geração, acesso e entendimento desse tipo de informação. Nesse sentido, identifica-se no ambiente digital, características que favorecem a quebra de barreiras ao acesso, bem como a apropriação desse tipo de informação, maximizadas pela Arquitetura da Informação e a adequada aplicação de seus sistemas de organização, navegação, rotulação e busca para obtenção de usabilidade e possivelmente interesse e uso da informação pelo usuário. Trata-se de um estudo de natureza bibliográfica, tendo como objetivo discorrer sobre as barreiras no acesso à informação econômica à luz da Arquitetura da Informação.

Palavras-chave: Informação Econômica. Arquitetura da Informação. Barreiras à Comunicação da Informação. Desenvolvimento Social.

ABSTRACT

The article is based on concepts related to economic information and knowledge, as resources able to guide individuals in making rational decisions, contributing to individual and social development. It also anchored itself in the characteristics of the current media situation and the possible barriers to the processes of generation, access to and understanding of this type of information. In this sense, is identified in the digital environment, characteristics that favor the breaking of barriers to access, as well as comprehension of such information, maximized by the Information Architecture and the appropriate application of their organization, navigation, labeling and search systems for obtaining usability and possibly interest and use of information by the user. This is a bibliographic nature study, aiming to discuss the barriers in access to economic information in the light of Information Architecture.

Keywords: Economic Information. Information Architecture. Barriers to Information Communication. Social Development.

1 INTRODUÇÃO

Arelada à atuação dos agentes econômicos, ou seja, indivíduos capazes de decidir e influenciar economicamente a sociedade, a economia vem aumentando continuamente sua aplicação em diversos campos de estudos. Nesse contexto, seu entendimento revela-se um aspecto fundamental para o desenvolvimento dos mais variados âmbitos sociais. Em particular, no cenário dos meios de comunicação, essa ciência contribui para o surgimento de pontos norteadores e de pontes que conectam saberes e indivíduos, gerando novas formas de interação, de socialização e, principalmente, de percepção do mundo. Sua atuação é ampla, abrangendo desde a decisão de compra da “dona de casa” até as

escolhas dos investimentos nacionais, da aplicação do dinheiro público e da designação de autoridades e dos governantes.

Embora um dos axiomas da economia considere a racionalidade dos agentes econômicos, percebe-se que “entender de economia” pode orientar os indivíduos a tomar decisões racionais e interferir no crescimento da sociedade através de possíveis “alterações marginais”, no sentido de possibilitar ajustes incrementais a um plano de ação inicial. Nesse contexto, fazem-se notórios certos entraves à recepção desse tipo de informação. Considerando-se que o meio de acesso mais popular a esta é a mídia, intui-se que o distanciamento de parte considerável da sociedade em relação aos informes econômicos decorra de alguns fatores, como por exemplo, a disposição do discurso, muitas vezes, utilizando demasiados termos técnicos conhecidos apenas por economistas; as condições impostas pelo próprio receptor, provenientes de hábitos de seu cotidiano; ou ainda as limitações próprias dos meios de comunicação, a exemplo da mídia de massa que ainda é a mais presente na sociedade, cujos usuários frequentemente assumem postura passiva, seja no sentido de feedback ou de acesso à informação bruta, original e verídica.

Identificam-se, então, inúmeras razões possíveis para essa problemática que pode transpassar o ponto específico do processo de comunicação da informação ou todo ele, delineando um quadro imbricado de dificuldades que remetem ao discurso, ao meio e ao receptor e evidencia a necessidade de aprofundamento no entendimento do que é informação econômica, das implicações sociais de seu (não) uso e das pontes e barreiras à sua comunicação onde se torna relevante a proposta midiática de acesso a mesma.

Sob essa perspectiva, compreende-se que o advento das mídias digitais passou a representar um leque de possibilidades para a aproximação entre o receptor e a informação econômica tendo em vista as potencialidades características do meio que favorecem, entre outras propostas, a busca por informação, o questionamento e o debate enfatizando a importância de sua disposição no ambiente digital e consequentemente da Arquitetura da Informação no processo de apropriação da mesma.

Sendo assim, propõe-se, a priori, uma discussão acerca da relação entre a informação econômica e o conhecimento econômico de forma a estimular o debate sobre sua relevância para o desenvolvimento social e cidadão; identificar os entraves que a atual conjuntura social e midiática impõem à produção e ao acesso do conhecimento econômico; bem como, estudar o potencial dos ambientes digitais na proposta de otimizar o acesso à informação econômica sob a ótica da Arquitetura da informação. Tem-se como premissa que a inserção do sujeito como parte ativa da sociedade está diretamente relacionada à forma como este interpreta as informações e consolida seu conhecimento e sua ideologia acerca da realidade.

É nesse contexto que se desenvolve o presente artigo, de natureza bibliográfica, tendo como objetivo discorrer sobre pontes e barreiras no acesso à informação econômica à luz da Arquitetura da Informação nos ambientes digitais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A mídia, em especial no ambiente digital, vem apresentando continuamente novos formatos e possibilidades comunicacionais, potencialmente melhores, para a disseminação e apropriação da informação. Nessa perspectiva, informações de cunho técnico e de consumo perceptivelmente mais específico, como a economia, ganham uma nova oportunidade de formatar a emissão a partir da otimização do uso das ferramentas deste ambiente visando a geração efetiva de conhecimento.

A Arquitetura da Informação (AI) pratica a organização de sistemas visando a disposição das coisas, de forma que este seja compreensível. Nesse sentido, o trabalho

propõe-se a aprofundar o debate sobre esses temas considerando a relevância de uma boa exposição da informação como parte da jornada de aquisição de conhecimento.

A temática será abordada através de quatro prismas: o papel da informação econômica no desenvolvimento social, entraves e possibilidades que a mídia e o ambiente digital podem trazer à apropriação da informação, Arquitetura da Informação e, por fim, reunindo as informações bibliográficas supracitadas, observar alguns pontos de relação entre a Arquitetura da Informação e a disseminação da informação econômica em ambientes digitais.

2.1 INFORMAÇÃO ECONÔMICA: CONSCIÊNCIA PARA UM DESENVOLVIMENTO SOCIAL

A era da informação traz à luz um novo conceito de economia baseado no conhecimento, na qual a informação é insumo impreterível para o crescimento e desenvolvimento do país e da sociedade, seja pelo fato da “produção e distribuição de informação ser uma atividade econômica”; seja porque “a aplicação do conhecimento melhora a produtividade e a qualidade de outros bens e serviços” (VITRO, 1993).

O termo sociedade da informação enfatiza o papel da informação na sociedade. Mas afirmo que informação, em seu sentido mais amplo, por exemplo, como comunicação de conhecimentos, foi crucial a todas as sociedades (...). Ao contrário, o termo informacional indica o atributo de uma forma específica de organização social em que a geração, o processamento e a transmissão da informação tornam-se as fontes fundamentais de produtividade e poder devido às novas condições tecnológicas surgidas nesse período histórico. (CASTELLS, 1999, p.64-65).

Se faz relevante buscar aprofundar a compreensão da dinâmica que se estabelece no vínculo entre informação, economia e sociedade, Cavati (2005, p. 31) acredita que a realidade econômica é informada através dos indicadores econômicos que agregados, constituem-se por si só, dependendo do uso que lhes dêem, em informação econômica, normalmente representando a conjuntura total ou parcial desta mesma realidade, sendo o Produto Interno Bruto (PIB) um exemplo clássico de indicador, pois informa sobre a realidade econômica do país, sintetizando o somatório da sua produção, possibilitando inferências sobre políticas, empregos, capacitação de pagamento da dívida externa, dentre outros, quando associado a outros indicadores

Os estudos de Cavati (2005) apontam a informação econômica como, essencialmente, quantitativa e dotada de significados que permitem a tomada de decisões em diversos âmbitos sociais. Apesar dos números e linguagem técnica específica da área, esse tipo de informação pode ser entendida como uma leitura da conjuntura econômica como todo, apontando também seus aspectos sociais, dado que a ciência econômica além de contemplar “o estudo da forma pela qual a sociedade administra seus recursos escassos” (MANKIWI, 2001, p.4), também se preocupa com a atividade econômica existente na relação entre os agentes econômicos, ou seja, entre indivíduos jurídicos, físicos e a sociedade.

A economista evolucionária Hazel Henderson bem exemplifica a importância da informação econômica na construção do conhecimento e formação do cidadão e da sociedade através de uma imagem interessante:

[...] o engarrafamento de trânsito. Podemos deixar a mão invisível resolver o problema, ou seja, deixar que cada um se vire como puder. O resultado será provavelmente um engarrafamento maior segundo as soluções mais óbvias de alternativas de trânsito. Ou podemos fechar ruas e direcionar o trânsito através de um sistema de planejamento autoritário. Ou ainda, podemos deixar que cada um faça as suas opções, mas assegurar que no rádio haja um

bom sistema de informação sobre como está o trânsito em cada região. Esta última opção, que Hazel chama de planejamento indicativo, deixa ao cidadão a iniciativa, mas assegura que ele possa fazer a melhor opção de maneira informada, e não às cegas (HAZEL HENDERSON, 2001 apud DOWBOR, 2003, p. 1).

Numa sociedade onde houvesse a ausência da informação econômica os indivíduos tenderiam a buscar a maximização de suas vantagens individuais desconhecendo, muitas vezes, as conseqüências que isso lhes acarretaria em longo prazo e ao coletivo ou outras soluções possíveis à situação apresentada. No caso onde ocorre o que se apresenta como “sistema de planejamento autoritário” é oferecida uma solução ao problema, no entanto, não há a liberdade de se ter uma opção diferente, o que direciona o indivíduo a aceitar o que lhe é imposto. É apenas na presença da comunicação da informação econômica que o indivíduo iria adquirir liberdade intelectual e propriedade para tomar o tipo de decisão, democrática e informada, que lhe permite um comportamento esclarecido, favorecendo o desenvolvimento particular, econômico e social.

A decisão consciente e informada do indivíduo está atrelada ao conhecimento que o mesmo possui sobre determinado tema. O fundamento para esse conhecimento está na apropriação e, logo, na transmissão da informação. Nesse sentido, Barreto (1999) põe em foco a apropriação da informação por parte do receptor postulando a informação como conhecimento em potencial cuja concretização necessita de uma ação de comunicação eficaz e mutuamente consentida.

O autor menciona ainda que o “repositório da informação“, ou estoque de informação, remete à informação física, onde incluímos os meios de comunicação. Sendo este estático, não produz, por si só, qualquer conhecimento, ou seja, “as informações armazenadas em bases de dados (...) possuem a capacidade potencial de produzir conhecimento, o que só se efetiva a partir de uma ação de comunicação mutuamente consentida entre a fonte (os estoques) e o receptor” (BARRETO, 1999, p.1).

Evidencia-se, então, que o crescimento social só pode ser gerado se as informações forem transmitidas e apropriadas pelo receptor, o que aponta a comunicação e transmissão da informação como fundamental na apropriação informacional do indivíduo.

2.2 MÍDIA E AMBIENTE DIGITAL: ENTRAVES E PONTES AO CONHECIMENTO ECONÔMICO

O crescimento econômico de qualquer sociedade não é uma conseqüência natural da maior quantidade e inserção de informação. Ele está diretamente relacionado com o grau de desenvolvimento de seus mecanismos socioeconômicos, ou seja, mecanismos que numa sociedade estimulam a capacidade das pessoas de criar e aplicar conhecimentos caracterizando aquelas sociedades capazes de resolver suas várias e crescentes necessidades. Nesse perspectiva, a mídia assume esse papel de informar e comunicar a sociedade (VITRO, 1993, p.11).

Buscando aprofundar a compreensão desses “mecanismos socioeconômicos”, é primordial entender as condições de acesso e disseminação da informação que permitem maior apropriação do receptor no processo de comunicação midiático, ou seja, pontes e barreiras que a atual conjuntura social constrói através da mídia para o acesso à informação. Com base na premissa de que o acesso à informação, por si só, não gera conhecimento, enfatiza-se a importância de espaços para reflexão e interação que favoreçam e estimulem o interesse pela informação, seu entendimento e a formação de conhecimento e,

consequentemente, de mudanças. Torna-se, assim, perceptível o papel da mídia como grande socializador contemporâneo, no entanto, observando seu cenário atual percebe-se que, por inúmeras razões possíveis, a exemplo da ordem do capital na determinação do “o que” e “como” a informação é transmitida, este ambiente comunicacional pode encontrar entraves para a execução de um espaço adequadamente informacional no sentido de incentivador da busca e geração de conhecimento.

Moldam-se então, novos formatos para a comunicação da informação à população. Obedecendo à orientação financeira, muitos espaços midiáticos, que disseminam a informação econômica, cedem, primeiramente, a uma acumulação de espetáculos, onde tomam parte as headlines voltadas, por exemplo, às guerrilhas políticas, boatos ou até mesmo fake news, ressaltando uma sociedade fria, alienada, apoiada nas aparências e direcionada pelo “pensar de outrem”, visão que corrobora com a de Baudrillard (1992) e Bourdieu (1997) no sentido de uma sociedade condicionada a buscar o superficial.

No entanto, em meio aos entraves encontrados no contexto midiático atual percebem-se novas possibilidades de ultrapassar essas barreiras. Os avanços tecnológicos guardam efetiva congruência com a evolução da comunicação, ou seja, as novas técnicas desenvolvidas têm proporcionado à sociedade novas maneiras de acessar, disseminar e compreender a informação. Nesse sentido, a tecnologia e o ambiente virtual, leia-se ciberespaço, aparecem como fundamentais na nova conjuntura econômico-social abrindo um leque de possibilidades para apropriação da informação e geração do conhecimento sobre economia negadas pela mídia tradicional.

A mediação digital remodela certas atividades cognitivas fundamentais que envolvem a linguagem, a sensibilidade, o conhecimento e a imaginação inventiva. A escrita, a leitura, a escuta, o jogo e a composição musical, a visão e a elaboração das imagens, a concepção, a perícia, o ensino e o aprendizado, reestruturados por dispositivos técnicos inéditos, estão ingressando em novas configurações sociais. (LÉVY, 1998, p.17).

Lévy (1994) apresenta em sua obra “A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço”, várias instâncias da existência humana e da ocupação de seus “espaços” no mundo, dando início ao entendimento do que determinou como “espaço do saber”, que seria, tratando-se de um conceito primordialmente virtual, o “cenário de uma tomada da palavra contínua, mas de uma palavra efetiva, capaz de mudar a realidade” (LÉVY, 1994, p. 210).

O projeto da inteligência coletiva supõe o abandono da perspectiva do poder. Ele quer abrir o vazio central, o poço de clareza que permite o jogo com a alteridade, a quimerização e a complexidade labiríntica. (LÉVY 1998, 211-212).

Inúmeros autores, de diversas áreas do conhecimento, apresentam concepções de ciberespaço que corroboram e se complementam. Segundo o próprio Lévy (1999, p. 92), o ciberespaço pode ser compreendido como “um espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. Entretanto, enfatizando a natureza digital das informações comunicadas percebida nas qualidades particulares dessa condição no sentido de fluidez, plasticidade, hipertextualidade, interatividade e formato calculável e tratável em tempo real das mesmas, pontos chave para entendimento das contribuições desse ambiente para a compreensão da informação, aqui, especificamente da economia.

Concordando com essa visão e introduzindo novos elementos nesta discussão, Guimarães Jr. (2012) aponta que o ciberespaço representa mais do que um espaço de comunicação, ele impulsiona a existência de um espaço simbólico que estimula atividades de

caráter societário, aparecendo como palco de práticas, representações e espaço para debates dos grupos que dele participam.

Outro prisma para o ambiente é dado por Santaella, quando diz que “trata-se, portanto de um espaço informacional, no qual dados são configurados de tal modo que o usuário pode acessar, movimentar e trocar informação com um incontável número de outros usuários” (SANTAELLA, 2004, p. 45).

Ainda segundo Santaella (2004), a tecnologia básica favorece o processo comunicativo ao abrir um leque de probabilidades comunicacionais onde se reúnem novas e velhas mídias em um híbrido favorável ao trânsito do conectado por diversas esferas do conhecimento.

Dentro deste ambiente, onde a interação e o acesso a informação são viabilizados devido às características capazes de fomentar o processo de compreensão e aprofundamento intelectual do usuário, a exemplo da convergência de mídias, liberação do pólo de emissão, interatividade e quebra de barreiras de espaço-tempo, constitui-se não apenas uma nova plataforma comunicacional, mas uma possibilidade de democratizar o discurso, nesse caso específico, a informação econômica.

Percebe-se, então, que o ambiente digital concretiza um novo cenário informacional, onde a possibilidade de “voz” e a interação podem ser decisivas tanto no interesse do usuário pela informação procurada, quanto em sua verdadeira apreensão do conhecimento, mediante a condição de conexão a rede podendo dela extrair o que lhe é intelectualmente necessário.

Vale, no entanto, abrir um parêntese a este vislumbre de benefícios do ambiente digital, lembrando que o otimismo dessas afirmações consideram àqueles que possuem acesso à rede, como afirmou Lévy:

Novo pharmakon, a inteligência coletiva que favorece a cibercultura é ao mesmo tempo um *veneno* para aqueles que dela não participam (e ninguém pode participar completamente dela, de tão vasta e multiforme que é) e um *remédio* para aqueles que mergulham em seus turbilhões e conseguem controlar a própria deriva no meio de suas correntes. (LÉVY, 1999, p.30).

Não se alongando esse estudo a se aprofundar no aspectos pontualmente negativos possíveis.

Esse meio de comunicação plural e dinâmico relativizou e eliminou numerosas barreiras comunicativas como espaço, tempo, mobilidade, censura e passividade da recepção. A consolidação da existência do ciberespaço incentivou inúmeras transformações em diversos âmbitos sociais, a exemplo da cultura e da economia, atingindo grande contingente de usuários e tomando parte no processo constituinte da formação cidadã. No entanto, a eficiência desses resultados presume a adequada organização, estruturação e apresentação desse espaço fazendo da Arquitetura da Informação ponto imprescindível para o contexto informacional atual.

2.3 ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO: AMBIENTES INFORMACIONAIS DIGITAIS EFICIENTES

A priori, se faz necessário compreender que a Arquitetura da Informação, não corresponde apenas a uma técnica, ou seja, não existem receitas e roteiros para sua aplicação e sim a compreensão das demandas provenientes da relação entre usuários de determinado ambiente digital e o sistema de informação utilizado. Segundo Lara Filho (2003 p. 14)

Antes, ela é um conjunto de procedimentos metodológicos e sua aplicação não visa a criar uma camisa-de-força no conjunto da informação de um site. Aprisionar o hipertexto em organizações altamente estruturadas é não permitir escolhas. As especificidades e particularidades de cada caso podem ser mesmo determinantes no caminho a seguir. Cabe à arquitetura da informação balizar, sinalizar, indicar, sugerir, abrir possibilidades.

A Arquitetura da Informação (AI) é capaz de maximizar o papel das características intrínsecas ao ambiente digital para o acesso à informação. Segundo Vidotti e Saches (2003, p. 2), a AI atua “determinando primeiramente público e objetivos, e a forma de atingi-los com eficácia e eficiência.” se preocupando, para tal, em oferecer base teórica para apoiar os aspectos estruturais, informacionais, navegacionais, funcionais e visuais de ambientes de informação digital com intuito de auxiliar no desenvolvimento e na evolução da usabilidade de tais ambientes e de seus conteúdos (CAMARGO e VIDOTTI, 2011).

Dessa forma, a AI se propõe a disponibilizar condições informacionais mais adequadas, favorecendo, em suas nuances, inúmeras ferramentas, que alcançam o questionamento, o debate, a pluralidade, o dinamismo e a pesquisa, fundamentais para o entendimento do receptor.

Para Morville e Rosenfeld (2006), a AI para a Web, constitui-se por quatro sistemas interdependentes, compreendendo Organização, Navegação, Rotulação e Busca, apoiados por Estruturas de Representação da Informação, bastidores do cenário digital. Sob a premissa da boa execução dos sistemas supracitados que otimiza-se as condições de acesso e, possivelmente de apropriação da informação pelo usuário. Cabendo aqui ressaltar aspectos como usabilidade.

Cada um dos sistemas pilares da AI representa uma faceta fundamental para o bom desempenho informacional digital e obtenção de resultados. Segundo Vidotti e Saches (2003, p.2), o Sistema de Organização é “responsável pela estruturação dos conteúdos que irão compor o web site e é nele que terão que ser bem definidos os critérios de disposição dos itens informacionais, observando os esquemas e/ou estruturas que melhor satisfaçam a necessidade do usuário”. Esse sistema estrutura e categoriza as informações disponíveis na web buscando não comprometer a navegabilidade do web site.

No que concerne a navegação, o autor afirma ser a responsável pela locomoção do usuário dentro do web site, sua navegação pelo espaço informacional e hipertextual que se apresenta mediante a estrutura construída. Em suma, “é a forma de interação do usuário com o ambiente e com o conteúdo informacional disponível” (VIDOTTI e SANCHES, 2003, p.3) cujo bom desempenho possibilita a este usuário aproveitar melhor seu tempo de acesso, mapeando quais caminhos são mais indicados para atender suas necessidades.

O Sistema de Rotulação responde pelas formas de apresentação da informação contida no web site, tratando de representar os conteúdos informativos tornando-os inteligíveis, familiares ao usuário facilitando seu acesso em consonância com os sistemas de navegação e organização.

Por fim o autor debruça-se sobre o Sistema de Busca apresentando-o como auxiliar na “localização e no acesso direto às informações armazenadas em um web site” (VIDOTTI e SANCHES, 2003), atuando como determinante dos questionamentos e respostas feitas e obtidas pelos usuários. Para tanto, menciona que à recuperação dessas informações precedem a análise das possíveis intenções dos usuários e a adequação das representações aos conteúdos.

Explanados de forma sucinta, os sistemas pilares da AI demonstram aplicação entrelaçada, onde um sistema é base para o bom funcionamento do outro, enquanto todos

trabalham para atender os objetivos do usuário da forma mais eficiente possível. Nessa perspectiva, torna-se fundamental entender a essência da usabilidade onde

Um sistema interativo é considerado eficaz quando possibilita que os usuários atinjam seus objetivos. A eficácia é a principal motivação que leva um usuário a utilizar um produto ou sistema. Se um sistema é fácil de usar, fácil de aprender e mesmo agradável ao usuário, mas não consegue atender a objetivos específicos de usuários específicos, ele não será usado, mesmo que seja oferecido gratuitamente. (DIAS, 2003, p. 28).

Segundo a Associação Brasileira de Normas Técnicas pela norma NBR 9241-11, a usabilidade ainda pode ser definida como “a medida na qual um produto pode ser usado por usuários específicos para alcançar objetivos específicos com eficácia, eficiência e satisfação em um contexto específico de uso” (ABNT, 2002, p. 3). Nesse raciocínio, compreende-se que para atingir a usabilidade de um website sua interface deve de fácil acesso, fácil ser memorização, com poucos erros, eficiência na utilização e ser subjetivamente agradável (NIELSEN, 1993).

Apenas em um ambiente cujas informações encontram-se organizadas de forma adequada será possível entender o conteúdo disponibilizado, o que ele significa no contexto do site e nesse sentido, unindo-se a navegação, a rotulagem e a busca, providenciar a informação necessária não apenas atendendo uma solicitação de uso e mantendo a usabilidade, mas podendo encaminhar a novas informações e opções que incrementam os resultados iniciais.

3 METODOLOGIA

Uma pesquisa pode ser qualificada a partir de seus objetivos e dos procedimentos técnicos que serão utilizados, afirmam os autores Gil (2002) e Santos (2002). Para Gonsalves (2007) mais dois critérios podem ser acrescentados de forma a determinar o tipo da pesquisa: fontes de informação e natureza dos dados. Importante perceber que a adoção por um tipo de pesquisa, não significa a exclusão de outro, representando, geralmente, que na verdade os tipos de pesquisa se complementam durante o percurso científico-metodológico.

Com base no conhecimento da classificação das pesquisas supracitado, considera-se que o tipo de pesquisa mais adequado para desenvolvimento da questão norteadora desta investigação científica, onde se propõe discorrer sobre pontes e barreiras no acesso à informação econômica à luz da Arquitetura da Informação nos ambientes digitais, é a de natureza exploratória e qualitativa, fundamentadas pela pesquisa bibliográfica e observação.

Para Gil (2002, p.41), a pesquisa exploratória é a que busca “maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses”, proporcionando, através dessa aproximação com o problema investigado, dados que servem de suporte para estudos mais embasados, envolvendo, basicamente, levantamento bibliográfico; e, em outros casos, entrevistas e análise de exemplos.

No que concerne a pesquisa bibliográfica como procedimento técnico para obtenção dos resultados exploratórios, o autor diz que

A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho dessa natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas. Boa parte dos estudos exploratórios pode ser definida como pesquisas bibliográficas. (GIL, 2002, p. 44).

Quanto à natureza dos dados, esta pesquisa classifica-se em qualitativa, onde o “ambiente natural é fonte direta para coleta de dados, interpretação de fenômenos e atribuição de significados” (PRADANOV E FREITAS, 2013, p.128) preocupando-se com a compreensão, a interpretação do fenômeno, levando em consideração o significado que os outros dão às suas práticas. Relaciona-se com a interpretação de fenômenos e significados que não podem ser traduzidos por números, cuja análise é indutiva e seu processo e significado são primordiais nessa abordagem. (GONSALVES, 2007).

4 RESULTADO E DISCUSSÃO

4.1 ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO NO CONTEXTO DOS SITES DA WEB COM CONTEÚDO ECONÔMICO

Os ambientes digitais, como exposto anteriormente, fomentam enorme potencial para que a informação econômica seja melhor disseminada podendo facilitar sua compreensão nos websites, levando o usuário ao efetivo conhecimento sobre o assunto. Seria então capaz de permitir uma mudança social reflexo de uma população mais consciente da situação econômica de seu país e pessoal favorecendo melhores decisões e o bem estar geral.

“Nossos meios de comunicação são nossas metáforas Nossas metáforas criam o conteúdo da nossa cultura”. Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo. (CASTELLS, 1999, p.414).

O presente estudo se propôs, a priori, observar o cenário midiático sob o prisma das possibilidades inerentes ao processo de emissão e recepção da informação econômica. Apesar de não propor a análise de web ambientes com conteúdo econômico específicos ou algum estudo de caso, objetivou abrir a porta para o pensamento mais profundo sobre a formação do conhecimento econômico e algumas qualidades do ambiente digital em seu favor, apontando a Arquitetura da Informação como uma das ferramentas auxiliares desse pleito.

Nessa perspectiva, cabe aqui apresentar sugestões e identificar pontos a serem analisados nesses espaços que considerem os princípios de Arquitetura da Informação e parâmetros gerais identificando se uma melhor organização, até mesmo de diferentes formas, maiores facilidades de navegação, um sistema de busca mais adequado, dentre outros aspectos relacionados podem impactar ou melhorar o acesso a informação buscada nesses websites.

Com base no debate desenvolvido neste estudo, entende-se que a busca por informação é um processo intencional do homem que exige a existência de um objetivo cuja informação deve contribuir para atender (MARCHIONINI, 1995; CHOO, 2003). Sendo assim, as estruturas de representação da informação devem ser capazes de suportar um sistema de organização eficiente para o tipo de informação disponibilizada. Faz-se notória a importância da estruturação (sistema de organização) de portais e sites econômicos para o acesso a esse conteúdo repleto de termos técnicos, números e informações gráficas de difícil disposição e entendimento.

Considerando que o homem busca a informação para atender um objetivo, como citado por Marchionini (1995) e Choo (2003), entendemos a possibilidade de um padrão que eleva o risco de uma busca incentivada por necessidades individuais como uma curiosidade, resolução de um problema pontual, pelo sensacionalismo ou pela ideologia presente nos discursos dos veículos de informação, sem abrir espaço para o tempo de maturidade da

informação que ele pode absorver. Considerando a complexidade do conteúdo informacional trazido pela economia, se torna muito comum a poluição de ambientes transmissores o que pode levar aos usuários enquadrados nas situações supracitadas, abandonar o ambiente digital sem gerar conhecimento.

O cansaço visual, a “angústia” gerada pela disposição da informação pode ser responsável pela continuidade do processo comunicativo ou não. Cabe a rotulação, representar o conteúdo do site de forma a facilitar que a abordagem a este tema seja e a navegação seja agradável e bem sucedida dando continuidade a presença do usuário e permitindo maior tempo de reflexão da notícia.

Esse “tempo” de reflexão pode ser notoriamente vinculado também ao “espaço” de reflexão no ambiente digital, já que o mesmo fornece possibilidades de conectividade, revelando ser fundamental, a disposição de ferramentas de interatividade e de seu fácil acesso e uso proporcionando debates, discussões que elucidem os questionamentos do interessado na informação econômica.

Para Jenkins (2008), o caráter interativo do ciberespaço tem conceito sutilmente diferenciado da participação, onde o primeiro concerne primeiramente à tecnologia utilizada e a segunda ao usuário. A interatividade é o “modo como as novas tecnologias foram planejadas para responder ao feedback do consumidor” (JENKINS, 2008, p. 182), e a participação é uma ação “moldada pelos protocolos culturais e sociais” (JENKINS, 2008, p. 183). Sendo assim, nota-se a natureza interativa do ciberespaço que o caracteriza como uma plataforma participativa e colaborativa.

Nesse aspecto, retomando a noção de inteligência coletiva de Lévy, essa participação viabilizada pelo ambiente digital favorece a construção de subjetividades que no sentido econômico não apenas remetam a ganhos financeiros e de melhorias em gastos domésticos e negócios, mas acima disso, ganhos sociais e éticos.

Uma vez que um verdadeiro engajamento subjetivo é requerido dos atores humanos, as finalidades econômicas devem remeter ao político, no sentido amplo, ou seja, à ética e à vida da cidade. Devem fazer eco, igualmente, a significações culturais. (...) A empresa não é só consumidora e produtora de bens e de serviços, como quer o enfoque econômico clássico. Não se contenta em aplicar, elaborar, distribuir *savoir-faire* e conhecimento, como mostra a nova abordagem cognitiva das organizações. Deve-se reconhecer, além disso, que a empresa, com outras instituições, acolhe e constrói subjetividades. (LÉVY, 1998, p.21).

De grande relevância, o sistema de navegação permite ao usuário movimentar-se por outros espaços, até mesmo no uso da hipertextualidade, buscando maior compreensão quanto ao que lhe está sendo apontado, tornando o sistema de busca uma forte arma, imprescindível para compreensão de termos, busca por referências, exemplos.

o sistema permite não só o armazenamento de grande quantidade de informações, mas também ampla liberdade para combiná-las (permutabilidade) e produzir narrativas possíveis (potencialidade). Permite ao usuário a autoria de suas ações. Dependendo do que ele fizer acontecer, novos eventos ou combinações podem ser desencadeados. E quanto mais ele percorre o aleatório, mais encontra-se à disposição do acaso que o convida a mais combinações, a novos percursos. (SILVA, (2000, p. 137)

Outros pontos importantes para dissiminação da informação econômica no ambiente digital são os aspectos, previamente mencionados, de Busca e Rotulação, ambos atrelados aos aspectos anteriores. Por ser uma informação, consideravelmente técnica, a rotulação é de extrema importância para a economia. É possível observar que, socialmente, muitas vezes, as

escolhas para tratar destas informações direcionam-se para um lado imagético, com revistas e jornais fazendo uso de infográficos que resumem e facilitam a compreensão de informações. Essa noção pode ser comparada à disposição dessas informações no ambiente digital. A identidade, completude, sintaxe e estilo devem priorizar a amigabilidade e a linguagem do público alvo, no caso dos leitores da informação econômica que está sendo divulgada.

De outra forma, imbricada ao aspecto de organização, o ambiente digital pode desfavorecer à compreensão e apreensão desse tipo de informação mais complexa.

Na Arquitetura da Informação, a Busca remete ao sistema de pesquisa dos usuários, como eles pesquisam a informação, a exemplo das caixas de pesquisa encontradas em alguns sites onde você pode ao digitar palavras restringir os resultados para que se aproximem dos tópicos que deseja. Em relação a disposição da informação econômica, a busca é um recurso fundamental.

Como já foi anteriormente dito, uma das hipóteses para um possível distanciamento do público com a economia, pode estar vinculado a sua linguagem demasiadamente técnica e complexa. Conectada diretamente à hipertextualidade do ambiente, o sistema de pesquisa de um ambiente digital pode fornecer e complementar a informação necessária para a geração do conhecimento do usuário, nesse caso, o conhecimento econômico, precisando ser eficiente e de fácil uso. Em acordo com esse pensamento, Camargo (2008, p. 2) afirma que os projetos de Arquitetura da Informação

[...] visam tanto auxiliar o desenvolvimento do ambiente, quanto auxiliar a utilização do ambiente pelos usuários. Isto é, apresentar arquitetura da informação que visa o aumento da usabilidade do ambiente informacional digital, considerando que a estruturação descritiva e temática pode facilitar o resgate da essência do conteúdo informacional, que tanto o usuário busca na recuperação da informação.

A Organização, Navegação, Rotulação e Busca, de um ambiente digital apoiados por Estruturas de Representação da Informação e fundamentados na Arquitetura da Informação são peças fundamentais na atual conjuntura social informacional. Tão importante quanto emitir uma mensagem é como esta será transmitida e a preocupação com a apropriação de conhecimento gerado.

Quando relacionamos essa temática aos estudos do ambiente digital, ao estudo de entraves midiáticos à dissiminação e apropriação de conhecimento da informação econômica, mediante o grau de complexidade técnica da mesma, se torna perceptível que sistemas e páginas digitais assumem papel relevante na aproximação ou afastamento do leitor a esse conteúdo, fato que classifica a Arquitetura da Informação como essencial para divulgação desse tipo de informação no ambiente digital.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A informação econômica se revela parte importante no desenvolvimento social. No entanto, o contexto contemporâneo, em especial no que concerne aos mecanismos majoritariamente responsáveis pela transmissão da informação econômica, segue a métrica da instantaneidade, da segmentação consumista, da mercantilização da informação e da limitação do tempo e das condições de reflexão do receptor, gerando uma série de barreiras à apropriação da informação e do conhecimento econômico, tendo em vista a necessidade de condições adequadas para a exposição e a maturação requeridas pela mesma, considerando sua linguagem técnica, quantidade e importância social.

Condicionado pelo paradigma pós-moderno, o indivíduo aparece como peça primordial nos processos de geração e utilização do conhecimento econômico, sendo responsável por buscar e compreender a informação que é do seu interesse. No entanto, sendo o conhecimento prévio o grande propulsor da busca pela informação, pode-se cogitar um ciclo vicioso na procura pelo frequente, pelo cômodo e pelo agradável, reforçando as condições para uma apatia social gerada pela ausência da apreensão, do debate e da reflexão acerca da informação econômica relevante.

O contato diário com a economia deve refletir em mesma instância o contato com a ciência econômica, tendo em vista que apenas ciente de sua relevância no cotidiano, e do convívio com a mesma se daria a busca por este tipo de informação. Para tanto, vislumbram-se possíveis iniciativas no que concerne à maior presença do tema na formação educacional do cidadão, com uso de plataformas mais democráticas que incentivem fóruns, debates e interesse pelo assunto, incentivada pelo governo e pelos próprios agentes econômicos.

Nesse contexto, o ambiente digital, as “novas” mídias, enfatizam sua importância na condução de um espaço mais propício ao acesso e a recepção da informação econômica, que apesar de observar-se que a questão aqui abordada excede uma simples solução para o entendimento da informação econômica penetrando no complexo seio social que silenciosamente demanda essa forma de conhecimento, percebe-se o potencial do ambiente digital no auxílio mudança nessa condição frente suas potencialidades.

No caso da informação econômica, presume-se constantemente um entendimento prévio por parte do leitor, no entanto, apesar da importância do significado desses “dados” para sociedade poucos têm repertório para decodificá-los. Ganha foco, então, a contribuição da Arquitetura da Informação para a apropriação deste tipo de informação materializada na possível interação, busca e circulação de informação digital.

Percebe-se, então, não tratar-se apenas de disponibilizar a informação econômica na mídia. Para que esta gere conhecimento, tendo em vista sua natureza proeminentemente técnica, não obstante, inseparável da vida social, é preciso que essa mídia seja adequada, oferece as ferramentas certas e seja canal estimulador, potencializador de seu acesso, uso e apropriação buscando assim derrubar as barreiras possivelmente impostas pela atual conjuntura midiática construindo pontes para a geração de conhecimento sobre o assunto.

REFERÊNCIAS

ABNT. Associação Brasileira de Normas Técnicas. NBR 9241-11/1998 – **Requisitos Ergonômicos para Trabalho de Escritórios com Computadores**. Parte 11 – Orientações sobre Usabilidade. Rio de Janeiro: ANBT, 2002.

ALTHUSSER, L. **Aparelhos ideológicos do Estado**: notas sobre os aparelhos ideológicos do Estado. 10. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2007.

AVRITZER, Leonardo; COSTA, Sérgio. Teoria Crítica, Democracia e Esfera Pública: Concepções e Usos na América Latina. **Dados**, Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, v. 47, n. 4, p. 703-728, 2004.

BARRETO A. A. Os destinos da Ciência da Informação: entre o cristal e a chama. **DataGramZero**: Revista de Ciência da Informação, Rio de Janeiro, n. 0, p.1-9, dez. 1999. Disponível em: < http://www.dgz.org.br/dez99/Art_03.htm>. Acesso em: 07 nov. 2013.

BAUDRILLARD, Jean. **A transparência do mal**: ensaio sobre fenômenos extremos. Campinas: Papirus, 1992.



BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

CAMARGO, L. S. A. **Uma estratégia de avaliação em repositórios digitais**. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS – SNBU, 15. Anais... São Paulo, 2008.

CAMARGO, L. S. A.; VIDOTTI, S. A. B. G. - Arquitetura da Informação: uma abordagem prática para o tratamento de conteúdo e interface em ambientes informacionais digitais - 2011. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 1, n. Especial, art. 1, p. 210-212, 2011.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CAVATI, Heliomar. **Informação econômica no Brasil: uma análise dos boletins de conjuntura econômica**. 2005. Dissertação (Mestrado em Ciência da informação) – Curso de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Pontifícia Universidade Católica de Campinas, 2005.

CHOO, C. W. **A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões; tradução: Eliana Rocha**. São Paulo: Editora Senac, 2003.

CONGRESSO INTERNACIONAL DO CLAD, 10., 2003. **Anais...**, Santiago, 2003.

DEMO, Pedro. **Educar pela pesquisa**. Campinas: Autores Associados, 1996.

DIAS, C. **Usabilidade na web: criando portais mais acessíveis**. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2003

DOWBOR, Ladislau. Informação para a cidadania e o desenvolvimento sustentável. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DO CLAD, 10., 2003. **Anais...**, Santiago, 2003.

DUPAS, Gilberto. **Ética e poder na sociedade da informação**. São Paulo: UNESP, 2002.

FISHKIN, James S. Possibilidades democráticas virtuais. In.: EISENBERG, José; CEPIK, Marco. (Org.). **Internet e política: teoria e prática da democracia eletrônica**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002. 17-45.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, Itania Maria Mota. **Efeito e recepção**. Rio de Janeiro: E-paper, 2004.

GONSALVES, E. P. **Conversas sobre iniciação a pesquisa científica**. 4 ed. Campinas: Alínea, 2007.

GUIMARÃES JR., Mário J.L. **O ciberespaço como cenário para as ciências sociais**. Disponível em: <http://www.cfh.ufsc.br/~guima/papers/ciber_cenario.html> Acesso em: 20 out. 2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.



LARA FILHO, D. **O fio de Ariadne e a arquitetura da informação na WWW.** DataGramZero – Revista de Ciência da Informação, v. 4, n. 6, dez. 2003.

LEMOS, André. **Cibercidades.** In: LEMOS, A.; PALACIOS, M. (Orgs.) Janelas do ciberespaço: comunicação e cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2001.

_____. **Cultura das redes:** ciberensaios para o século XXI. Salvador: EDUFBA, 2002.

LEMOS, André; CUNHA, Paulo. **Olhares sobre a cibercultura.** Porto Alegre: Sulina, 2003.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva:** por uma antropologia do ciberespaço. 1994.

_____. **A máquina universo.** Porto Alegre: ArtMed, 1998;

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

MANKIW, N. G. **Introdução à economia:** princípios de micro e macroeconomia. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

MARCHIONINI, G. **Information seeking in electronic environment.** Cambridge: Cambridge University, 1995.

MORVILLE, P.; ROSENFELD, L. **Information Architecture for the World Wide Web.** 3. ed. Sebastopol: O'Reilly, 2006.

NIELSEN, J. **Usability Engeneering.** San Francisco: Morgan Kaufmann, 1993.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico:** métodos e técnicas de pesquisa e do trabalho acadêmico. 2 ed. Novo Hamburgo/RS: Feevale.

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

SANTOS, I. E. **Textos selecionados de métodos e técnicas de pesquisa científica.** 3 ed. Rio de Janeiro: Impetus, 2002.

SILVA, Marco. **Sala de aula interativa.** Rio de Janeiro: Quartet, 2000.

UNESCO. **Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura.** Indicadores de desenvolvimento da mídia: marco para a avaliação do desenvolvimento dos meios de comunicação. Brasília, UNESCO, 2010.

VITRO, R. A. Para uma economia do desenvolvimento baseada em conhecimento. **R. Bibliotecon.** Belo Horizonte, v. 22, n. 1, p. 9-37, jan./jun., 1993.

VIDOTTI, S. A. B. G; SANCHES, S. A. S. **Arquitetura da informação em web sites.**

Disponível em: < www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?down=8302>. Acesso em: 20 de Nov de 2013.