

# Folheando de mentira: leituras de jornais impressos na web

Ana Elisa Ribeiro<sup>\*</sup>  
Ana Ana Maria Nápoles Villela<sup>\*\*</sup>  
Ana Elisa Costa Novais<sup>\*\*\*</sup>  
Bernardo Diniz<sup>\*\*\*\*</sup>

## Resumo:

Com base em estudos do jornalismo digital, este artigo traz uma reflexão sobre a leitura de jornais simuladores de versões impressas e relata testes feitos com um grupo de sete usuários. Os periódicos lidos foram o *JBOonline* (de acesso aberto) e o *Estado de Minas Digital* (de acesso para assinantes). A investigação, de caráter qualitativo, analisa os dados gerados pela técnica do protocolo verbal e os processos de compreensão das propostas dos jornais, com base na interação dos usuários com os periódicos. Discute-se, então, o conceito de "transposição" do ponto de vista da recepção e da psicolinguística.

**Palavras-chave:** Leitura; Jornalismo Digital; Protocolo Verbal

## Abstract:

Based on digital journalism studies, this article offers a discussion about digital simulations of printed newspapers and describes a reading test of a seven users group. The journals were read are *JBOonline* (open-access) and *Estado de Minas Digital* (access for subscribers). This qualitative research analyzes generated data from the verbal protocol technique and the understanding processes of the newspapers proposals, based on user interaction with the journals. We also discuss, under the reception and psycholinguistics lights, the concept of "transposition".

**Key words:** Reading; Digital Journalism; Verbal Protocol

---

\* Doutora em Linguística Aplicada pela Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG. Licenciada e bacharel em Letras/Português, mestre em Linguística pela UFMG. Pós-doutoranda em Comunicação pela PUC-Minas. Professora do mestrado em Estudos de Linguagens do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais. [anadigital@gmail.com](mailto:anadigital@gmail.com)

\*\* Doutora em Linguística pela Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG. Pós-doutora pelo Instituto de Estudos da Linguagem da Unicamp. Professora do mestrado em Estudos de Linguagens do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais. [anapoles@uol.com.br](mailto:anapoles@uol.com.br)

\*\*\* Mestre em Linguística Aplicada pela Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG. Licenciada em Letras pela UFOP. Professora da Universidade Federal de Ouro Preto, MG - UFOP. [anaelisanovais@yahoo.com.br](mailto:anaelisanovais@yahoo.com.br)

\*\*\*\* Graduando em Engenharia Mecânica e ex-bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais, pelo Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais. [diniz.bernardo@gmail.com](mailto:diniz.bernardo@gmail.com)

## Login e senha

Em 2006, o *Estado de Minas* (maior jornal impresso dos Diários Associados em Minas Gerais) fez uma campanha de divulgação do lançamento do *Estado de Minas Digital*, uma versão do periódico na Internet que simulava, em áudio e movimento, o passar de páginas de um jornal de papel. A ideia não era nova e nem inovadora. O *Jornal do Brasil*, desde a década de 1990, mantinha versão similar. O que nos surpreendeu foi o *lançamento* de um jornal desse tipo em 2006. O que levaria uma empresa jornalística a fazer isso uma década depois da chegada e da relativa popularização da rede mundial? Que *feedback* do leitor tais empresas têm para proporem a experiência da leitura de jornal mediada por computador, sem, no entanto, aderir às (realmente) novas possibilidades da tecnologia digital? Que motivo levaria um leitor a gostar da experiência de ler uma simulação de jornal impresso?

Impulsionados por esses questionamentos, pesquisadores do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG) e colaboradores externos se propuseram alcançar algumas respostas a essas questões. Com o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais (Fapemig), esta investigação pretendeu discutir aspectos subjetivos da experiência do leitor com interfaces de jornais que simulam periódicos impressos, aparentemente sem demandarem operações ligadas a novos letramentos ou a novas possibilidades das mídias digitais.

## Brevíssima história do Jornalismo On-line

Em meados dos anos 70 do século XX, o jornal norte-americano *The New York Times* começou a utilizar os computadores e a Internet<sup>1</sup> para fazer jornalismo (RIBAS, 2004), disponibilizando textos, resumos de artigos e de edições diárias muito semelhantes ao jornal impresso, sendo seu formato apenas uma extensão do jornalismo tradicional. Os serviços oferecidos eram direcionados para públicos muito específicos e funcionavam por meio da distribuição de e-mails, boletins e recursos semelhantes. A Internet passou a ser empregada, de forma expressiva, para atender finalidades jornalísticas, a partir de sua utilização comercial, que se deu com o desenvolvimento da web, no início dos anos 1990 (MIELNICZUK, 2001).

No Brasil, o jornalismo na rede começou graças a iniciativas independentes de empresas jornalísticas. O primeiro registro de algo semelhante à iniciativa do *The*

*New York Times* foi a publicação digital do *Estado de S.Paulo*. Em 28 de maio de 1995, o *Jornal do Brasil* promoveu uma cobertura jornalística completa pela Internet. O primeiro jornal brasileiro em tempo real foi criado em 1996, o *Brasil On-line*, e permanece até hoje, com o nome de *Folha On-line*. Em 2000, surgiu o *Último Segundo*, produzido exclusivamente para a Internet<sup>2</sup>.

## Gerações digitais

Nos estudos de Comunicação Social, não há consenso a respeito das designações do jornalismo feito para a web. Jornalismo Digital, Jornalismo On-line, Ciberjornalismo e Webjornalismo são algumas das expressões que querem nomear formas de apresentação dos jornais na Internet<sup>3</sup>. Por não desejarmos nos aprofundar nos motivos pelos quais essa discussão se coloca, preferimos empregar, neste trabalho, webjornalismo e jornalismo digital como sinônimos e, quando a redação do texto exigir, qualquer outra designação nos poderá servir de operador da coesão textual.

Com base nos estudos do jornalismo feito para a rede em Portugal e no Brasil, Mielniczuk (2001) distingue três fases de apresentação dos periódicos na Internet: transpositiva, metáfora e "terceira fase". A "fase transpositiva"<sup>4</sup> consiste na transposição do jornal impresso para o ambiente digital. Trata-se de oferecer ao leitor o máximo de familiaridade na experiência de ler um jornal, que, embora acessado em meio digital, tem a aparência do jornal impresso.

A despeito da utilização do microcomputador como mediador da leitura, o leiaute da página é igual ao do impresso, sendo o periódico atualizado a cada 24 horas, como os de papel, não havendo (supostamente) qualquer apropriação de elementos do ambiente digital. Os modos de fazer a operação de transposição, presumimos, talvez seja o escaneamento ou o *upload* dos PDF's (*Portable Document Format*) do jornal.

A "fase metafórica"<sup>5</sup> (perceptiva, para Silva Junior, 2001) é mais orientada por recursos da rede, embora a narrativa noticiosa continue baseada no modelo do jornal impresso. Os recursos e as possibilidades do ambiente digital começam a ser explorados e oferecidos ao leitor.

Nesta fase, mesmo ainda sendo *meras cópias do impresso* para a Web, começam a surgir links com chamadas para notícias de fatos que acontecem no período entre as edições; o e-mail passa a ser

utilizado como uma possibilidade de comunicação entre jornalista e leitor ou entre os leitores, através de fóruns de debates; a elaboração das notícias passa a explorar os recursos oferecidos pelo hipertexto. (MIELNICZUK, 2001, p. 2. Grifos nossos)

Para os pesquisadores, há um descompasso entre as possibilidades acenadas pelo novo meio e o que realmente se faz na apresentação dos jornais. Por meio da adjetivação empregada pelos autores, é possível divisar o julgamento de que o jornalismo transpositivo ou o "metafórico" está aquém do jornalismo possível na rede, no entanto ainda fora do alcance de grande parte das redações.

A "terceira fase" do jornalismo digital seria aquela em que o diário se apropria, de fato, das possibilidades da Internet, não apenas incluindo links, sons e imagens, mas também empregando elementos que só podem se realizar nesse meio. Nesta fase, o jornalismo na web rompe com sua forma tradicional. Palácios (1999), Mielniczuk (2001) e Ribas (2004), com base em Bardoel e Deuze (2000), identificam as características mais relevantes do jornalismo de Internet como sendo: multimídia/convergência; interatividade; hipertextualidade; possibilidade de personalização; memória; e instantaneidade.

A multimídia seria a possibilidade de construir jornais com textos, imagens, sons e vídeos, todos no mesmo suporte (inovação desta tecnologia e de nenhuma outra, para grande parte dos estudiosos). Linguagens diversas convergiriam em um produto, graças aos recursos oferecidos pelo computador e pela rede.

A interatividade é característica importante e distintiva das novas mídias. Diferentemente de mídias tradicionais e analógicas, no jornalismo on-line o leitor/usuário não seria mero receptor<sup>6</sup> de informações, mas, graças à interatividade, poderia fazer parte do processo jornalístico. Embora reconheçam que mídias tradicionais, como rádio, televisão, jornais e revistas, também possuem alguma interatividade, especialmente por meio de seções de cartas e telefonemas, esses investigadores creem que a interatividade na leitura pode ser plenamente realizada no meio digital. O leitor/usuário teria condições de traçar seu próprio caminho por meio dos hiperlinks, interagir com o jornalista e com outros usuários, participar de fóruns e de enquetes e até participar da produção da notícia.

A hipertextualidade é a possibilidade de produzir textos ligados a outros por meio de links, propondo ao leitor uma trilha acessível por meio de cliques selecionados

por ele. O hipertexto possibilitaria o acesso não-linear ao texto e caberia ao usuário navegar e interligar notícias, partes delas, imagens, vídeos, fotos, etc.

A personalização seria a pré-seleção dos produtos jornalísticos pelo leitor, de acordo com suas preferências. Ela também abrange a interface gráfica. Essa pré-seleção poderia ser feita diretamente pelo leitor ou pelo monitoramento dos seus hábitos e gostos.

Memória, para os autores mencionados, seria a possibilidade de produzir textos jornalísticos no presente, oferecendo, no entanto, acesso a arquivos quase infinitos. Dessa forma, o produto jornalístico on-line poderia ser armazenado por tempo indeterminado, com custo baixo e preocupação alguma com espaço ou estocagem, com a oferta de bons buscadores. Outro benefício da memória é a possibilidade de construção de notícias potencialmente mais contextualizadas, já que o jornalista oferece links para textos precedentes ou sites, imagens e informações adicionais.

A instantaneidade seria a possibilidade de publicação "em tempo real"<sup>7</sup>, tentando reduzir o interstício entre a narrativa e o acontecimento. Muitos jornais prezam a rapidez e a constante atualização de suas páginas, o que parece se constituir tanto um diferencial procurado pelo leitor quanto estimular um novo jeito de escrever notícias "em pílulas"<sup>8</sup>.

Schwingel (2005) descreve uma quarta fase do jornalismo na Internet, relacionada ao uso de sistemas automatizados (bancos de dados) no processo de produção do conteúdo jornalístico. É importante frisar, com Ribeiro (2008), que as descrições dos modos de fazer jornalismo digital não são exatamente "fases", palavra que poderia, inapropriadamente, favorecer um sentido de sucessão e evolução no tempo, assim como o termo "geração". Trata-se, melhor explicando, de modos de fazer jornalismo na web que podem existir de maneira independente e concomitante, como de fato é na Internet, bastando, para isso, verificar que há, ainda hoje, jornais com todas essas características.

## **Leituras e leitores**

A proposta de analisar a experiência de leitura de um jornal disponível em meio digital, mas que apresenta uma simulação do material impresso, nos permite ir além dos aspectos do texto e de sua dinâmica de publicação. Buscar referências

nos estudos sobre leitura pode ajudar a compreender as razões que levam alguns leitores a apreciar a experiência de ler no computador um texto que simula um formato impresso. Que tipo de adaptação é necessária para que os leitores possam transitar tranquilamente por jornais impressos e digitais? Que tipo de experiência a simulação dos jornais impressos propõe ao leitor?

Preocupa-nos muito mais a qualidade das mudanças nos modos de ler textos impressos e digitais do que a quantidade de possibilidades surgidas nas últimas décadas. Assim orientados, optamos por distinguir *práticas de leitura de processamento cognitivo da leitura* (NOVAIS, 2008, p. 52), distinção que ajuda a compreender como o meio digital potencializa e provoca mudanças na *forma* como o leitor *lida* com os textos e na maneira como ele constrói sentido para suas experiências. Visualizar o modo como essas duas instâncias se complementam na leitura fica mais fácil se aceitamos que

toda leitura (...) é um momento privilegiado de interação, que articula questões formais dos textos a questões cognitivas e socioculturais externas à materialidade do texto. A leitura é um processo comunicativo no qual estão envolvidas questões extralinguísticas ligadas ao conhecimento prévio dos leitores, às condições de produção do texto e às intenções dos autores. (NOVAIS, 2008, p. 55).

A construção de sentidos de um texto requer, portanto, o que Ribeiro (2008, lembrando Daniel Pennac<sup>9</sup>) chama de “fusão” da tríade autor, texto e leitor, somando-se a essa tríade “o planejamento gráfico como balizador dos efeitos de sentido, o objeto em si, da forma como foi feito, da maneira como distribuiu o conteúdo, o texto, os prováveis sentidos” (p. 74). Esse planejamento gráfico (agora ajustado ao meio digital, portanto, planejamento web) influencia diretamente as práticas de leitura, assim como a circulação dos textos, sua dinâmica de publicação, etc. Tudo o que envolve as possibilidades do leitor quanto ao texto ou a partir dele é da ordem das práticas de leitura.

Já o processamento da leitura está ligado às estratégias cognitivas de que o leitor lança mão para reconstruir sentidos do texto. Assim, a leitura é vista como um

processo complexo que envolve desde a percepção dos sinais gráficos e sua tradução em som ou imagem mental do som até a transformação dessa percepção em idéias, por meio do raciocínio, isto é, da geração de inferências, reflexões, analogias, questionamentos, generalizações, etc. (COSCARELLI, 1999, p. 14)

Nesse sentido, do ponto de vista cognitivo, os leitores empregam as mesmas estratégias necessárias para ler diversos textos e para lidar com eles em diferentes suportes. Toda atividade de leitura requer, entre outros processos, a produção de inferências, de analogias e de generalizações. Processar um texto e atuar de forma dinâmica como leitor são atividades distintas, mas certamente complementares. É preciso compreender as regularidades do suporte textual, a dinâmica e o contexto de publicação e de circulação, a intenção do autor, as possibilidades de atuação sobre o texto (rabiscar, interferir, opinar, copiar, apagar, etc.), para que os sentidos sejam construídos e reconstruídos e as operações cognitivas possam ocorrer. Os processos inferenciais acontecem desde o acesso ao texto até a compreensão de seu conteúdo e das possibilidades de interação. Para melhor compreender essa distinção e entender como as práticas de leitura provocam o acionamento e o agenciamento de processos complementares à leitura e que a influenciam, descreveremos os testes propostos nesta investigação e apresentaremos nossas análises. Diante dos dados obtidos, é notável como certas práticas são necessariamente alteradas e como tais alterações evidenciam as operações cognitivas realizadas pelos leitores. Antes disso, no entanto, apresentaremos, brevemente, os jornais com os quais trabalhamos.

### **JB Online<sup>10</sup>**

O *JB Online* é um simulador da versão impressa do *Jornal do Brasil* e oferece aos leitores uma simulação da folha tradicional. Mesmo com essa aparência, a apresentação do periódico não pode dispensar tecnologias digitais para ser realizada. O *JB Online* foi desenvolvido pela VirtualPaper, empresa especializada em tecnologia para documentos eletrônicos, em formato Adobe Flash Player, com recursos de controle. Para acessá-lo, o leitor precisa de um computador com browser e o *plugin* compatível<sup>11</sup>.

Dos recursos oferecidos, o mais marcante é a simulação do folhear das páginas do jornal impresso. Como se o ponteiro do mouse fosse o dedo indicador do usuário<sup>12</sup>, as pontas das páginas virtuais são tocadas e reagem como uma folha de jornal impresso<sup>13</sup>, sendo que até mesmo a dobra do papel depende da posição do ponteiro/dedo.

Além dessa simulação, também são disponibilizados recursos como ampliação da página individual e da dupla, envio do jornal por e-mail e opção de impressão. Além

da interface programada, também é oferecida ao usuário uma ferramenta de busca por palavra-chave na edição atual ou em edições anteriores<sup>14</sup>. Também há atalhos para os cadernos (editorias).

Os ícones apresentados na interface são identificáveis por suas funções e por legendas que aparecem quando se aproxima o cursor: a carta indica a ação de enviar e-mail, a impressora dá o comando de imprimir e a lupa amplia o texto, por exemplo<sup>15</sup>.

A leitura da página inteira é tarefa impossível sem a ferramenta de aproximação. Caso algo chame a atenção do leitor<sup>16</sup>, ele deverá usar a lupa para explorar a página. As ampliações são mostradas em nova janela do browser, na qual aparece o indicador do nível do carregamento da página. Somente com o *download* em 100% a página é mostrada. O tempo para o carregamento total em conexão de banda larga de 600kbps é de 4 a 5 segundos. O tempo estimado de carregamento para conexão discada é de 50 segundos.

Na janela da página ampliada, há três ícones para que o usuário possa executar impressão, fechar a janela ou ver o texto puro (esta opção transforma a página em caracteres sem formatação).

Além das edições diárias do *JB*, o leitor também pode acessar outros produtos, como a *Revista de Domingo* e edições especiais do jornal, todos baseados no mesmo sistema.

O *JB Online* foi escolhido como elemento desta pesquisa principalmente por ser um dos mais antigos da Internet brasileira, também na versão simulada, e por oferecer acesso gratuito, a depender apenas do cadastramento do leitor.

## Folheando de mentira: leituras de jornais impressos na web



FIG. 1: Página inicial do JBOonline (versão eletrônica em <http://ee.jb.com.br/reader/>)

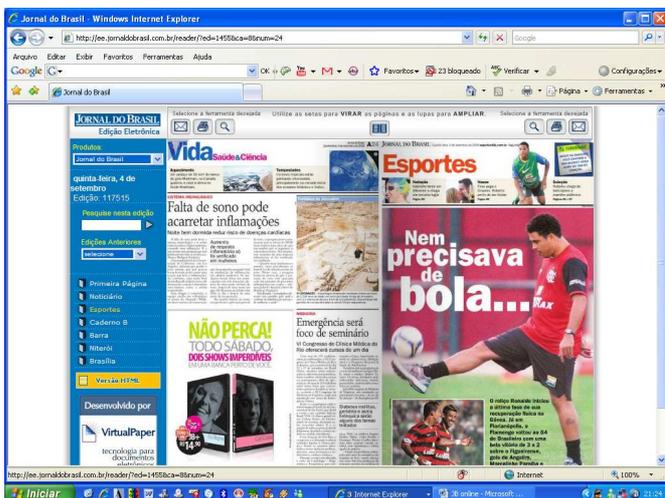


FIG. 2: Página flipada do JBOonline.

## Estado de Minas Digital

O *Estado de Minas Digital* é um simulador da versão impressa do *Estado de Minas*, com características muito próximas daquelas apresentadas pelo JBOonline. O que nos levou a incluí-lo na pesquisa foram as reclamações dos usuários sobre a abordagem de assuntos relacionados aos times de futebol do Rio de Janeiro no JB. O leitor queria ler notícias sobre Minas Gerais, tratadas, então, pelo *Estado de Minas*, que lançou versão simuladora em 2006.



FIG. 3: Página inicial do *Estado de Minas Digital* (em <http://www.uai.com.br/digital/>)



FIG. 4: Página sendo “folheada” no *Estado de Minas Digital*.

### Transposição, metáfora ou “terceira fase”?

No quadro dos estudos de Comunicação Social, o que são os jornais abordados nesta investigação: transpositivos, metafóricos ou web? A despeito de um primeiro impulso de classificar esse tipo de simulação como “transposição”, essas “versões” são tudo isso e nada disso, ao mesmo tempo. A existência desses jornais e sua operação pelo usuário/leitor parecem desarranjar tal classificação, estanque demais para as possibilidades híbridas não dos jornalismo na rede, como produtos, mas para os processos leitores dos usuários.

A “mera transposição” de jornais impressos (na expressão de Mielniczuk) tem aparência similar à do *JBOonline* e à do *Estado de Minas Digital*, especialmente no

que diz respeito à diagramação. À primeira vista, aquelas páginas lembram a digitalização por scanner. No entanto, é impossível obter, na tela, os mesmos tamanho e resolução dos diários de papel. Só essa experiência já seria suficiente para abalar o leitor, não existissem ainda outras, como a programação em Flash e a mínima multimodalidade, representada pelos sons e pelo movimento das páginas.

Clicando-se em uma matéria, acessa-se o conteúdo, que deve ser ampliado, após demorado *download*. Não há possibilidade de personalização, nem de instantaneidade, no sentido de que haja atualização constante das notícias. No entanto, há memória, caso se faça uma busca, e há acesso a edições anteriores.

A interatividade, mesmo que reativa, emerge da necessidade de clicar aqui e ali para ir, voltar, ler, ampliar, buscar. Sem isso, não há leitura depois da primeira página. E ainda que não haja hiperlink por trás das palavras no texto, eles estão no clique das páginas, nas matérias inteiras e nas fotos.

Em última análise, mesmo que *JB* e *EM* disponibilizassem versões escaneadas de todas as suas páginas, a experiência do leitor diante da tela, ao clicar a passagem das páginas sem som e sem movimento “de folha”, seria outra, não aquém nem além, mas certamente diversa da leitura do jornal impresso. Transposição, metáfora ou “terceira fase” se desarranjam na experiência empírica do leitor. O que parece ocorrer, nestes casos, é que as possibilidades da tecnologia digital são empregadas para simular o papel, tratando-se, então, de uma “problemática” não de nomenclaturas, nem de “fases”, mas de objetivos e pessoas.

### **Método e instrumentos de pesquisa**

Esta investigação teve o objetivo de compreender a experiência do leitor na lida com simulações digitais de jornais impressos. Trata-se, portanto, de pesquisa de caráter qualitativo, sem a pretensão de fazer generalizações em relação aos seus achados. É a tipicidade do comportamento do usuário que pode nos fornecer indícios da maneira como esses jornais são percebidos pelo público.

Convidamos um grupo de sete voluntários<sup>17</sup> para participar de testes de navegação do jornal, de agosto a setembro de 2008. O perfil desses leitores diferia em relação à idade, à formação escolar e à experiência com jornais. Dos sete voluntários, dois tinham mais de 50 anos, eram leitores de jornais impressos e tinham pouquíssima

experiência na rede. Ambos, um homem e uma mulher, eram aposentados, com formação superior. Outros dois usuários participantes eram recém-formados em cursos superiores tecnológicos, empregados em cargos administrativos de empresas privadas, leitores frequentes de jornais impressos e experientes em atividades na Internet. Os outros três leitores eram estudantes de graduação, leitores de jornais na rede e fora dela. Nenhum dos voluntários conhecia as versões simuladas dos jornais, assim como nenhum deles tinha contato com o *Jornal do Brasil*.

Para identificar os perfis dos leitores, aplicamos um questionário inicial. Os resultados desses questionários estão resumidos no quadro a seguir:

Perfis	
Mauro	Estudante. Lê jornal impresso uma vez por mês e jornais on-line uma vez por semana. Declara ter domínio da Internet. Não conhecia as versões dos jornais.
Rod	Estudante. Raramente lê jornais, impressos ou digitais. Considera ter domínio razoável da Internet, mas desconhecia versões de jornais.
Giba	Aposentado. Lê jornais impressos diariamente, há muitos anos. Inicia suas atividades de "internauta" e não conhece jornais on-line.
Ana	Recém-formada em design, experiente na Internet, leitora freqüente de jornais impressos e digitais, conhecia revistas on-line que utilizam efeitos semelhantes aos jornais apresentados.
Luiz	Estudante. Experiente na Internet, não conhecia as versões apresentadas. Leitor de jornais impressos.
Maria	Aposentada. Leitora experiente de jornais impressos, não conhece as práticas da web.
Mário	Estudante. Leitor de jornais impressos e de jornais na Internet. Não conhecia jornais como os apresentados.

QUADRO 1. Perfis dos leitores participantes.

No ambiente de pesquisa, não havia relógios e cada leitor se dispôs a cumprir as tarefas sem pressa. Os usuários não tinham conhecimento de que os jornais utilizados seriam o *JBOnline* e o *Estado de Minas Digital*. Nosso intuito era evitar que houvesse influência do conhecimento da interface nas percepções de cada um.

Cada leitor ficou em ambiente<sup>18</sup> o mais silencioso possível, para que pudesse se concentrar nas atividades. A tentativa de deixar o usuário à vontade pretendia dar ao teste qualidades próximas àquelas que se tem quando se lê notícias em situações cotidianas.

Utilizamos microcomputadores com o browser Mozilla Firefox 2.0, com *plugins* instalados, monitor 15" e conexão banda larga de 600kbps. Os pesquisadores registraram as ações e os comentários de cada leitor, incluindo expressão facial, corporal ou postura. Para auxiliar no registro dos testes, cada pesquisador utilizou gravadores de voz (MP3 ou analógico), software especializado (do tipo *spyware*<sup>19</sup>) e

anotações em caderno. Cada um desses registros foi transcrito e acrescido de análises e comentários.

Os jornais eram apresentados ao leitor, que devia navegar livremente, cabendo a ele determinar o momento de encerramento da leitura. Antes do início do teste, todos os arquivos temporários e pré-carregados do computador eram apagados para que o leitor experimentasse o tempo gasto com *downloads* de imagens e sons dos jornais. Caso fizesse perguntas aos pesquisadores, estes estavam limitados a dar respostas curtas e a estimular que o usuário falasse, navegasse e tecesse comentários.

Para geração de dados, empregamos o protocolo verbal, técnica que tem sido empregada em inúmeras pesquisas cujo objetivo é investigar processos de leitura. "Com base nos dados obtidos através da verbalização feita pelos participantes, o pesquisador faz inferências sobre os processos cognitivos subjacentes à compreensão do texto" (TOMITCH, 2007, p. 46). Neste caso, não tínhamos como foco a compreensão dos textos que cada um escolhia para acessar.

Segundo Boccato e Fujita (2006, p. 275),

A técnica introspectiva do protocolo verbal é aplicada a estudos de avaliação qualitativa onde os sujeitos, em voz alta, expressam o que pensam e o que ocorre em suas mentes durante a execução de uma tarefa. Essas declarações são gravadas, observando-se também o comportamento dos sujeitos como expressões faciais (gestos e movimentos dos olhos). Dessa maneira, a linguagem do pensamento realiza muitos processos cognitivos como a percepção e o raciocínio. (FUJITA, 2006, p. 275)

Após a experiência dos leitores com os jornais, os pesquisadores faziam breve entrevista com cada um, abordando suas experiências na leitura dos jornais.

## **Resultados e discussão**

Antes de iniciarmos a discussão sobre os itens apontados pelos usuários e considerados relevantes na experiência de leitura, destacamos o fato de que todos os participantes ancoraram-se, em algum momento, em suas experiências com o impresso. Certamente, essas experiências acumuladas emergem, de forma seletiva, durante o contato com as notícias. É isso o que faz com que a maioria dos leitores (cinco de sete) se sintam incomodada com a impossibilidade de aumentar o tamanho da fonte do texto, prática exclusivamente digital.

O conhecimento que cada leitor acumula será sempre convocado, em menor ou maior grau, no contato com textos e suportes inovadores. É esse conhecimento que os auxilia a desvendar os sentidos do texto, assim como reconhecer e aprender a lidar com as pistas e as formas de acessar seu conteúdo ou interferir nele.

O quadro a seguir oferece uma visão panorâmica dos temas abordados pelos leitores durante os protocolos verbais. Os itens da coluna à direita foram levantados com base na análise das proposições presentes nas falas dos participantes. Dessa forma, após a transcrição dos protocolos verbais e a revisão das anotações feitas pelos investigadores, chegamos a um elenco de 12 aspectos citados. Cada participante demonstrou incômodo ou manifestou algo em relação a esses elementos. A ausência do link nos textos das notícias, por exemplo, foi percebida pelos leitores mais jovens. A demora no carregamento das páginas foi mencionada por grande parte dos usuários. O processo de aprendizagem dos mecanismos do “aprender a folhear” as páginas virtuais causou estranhamento em quase todos os leitores, muito embora tenha sempre sido uma operação de sucesso (*eficaz*, para a usabilidade).

Cada item será analisado de maneira particularizada, em contraponto com características de jornais transpositivos, metafóricos ou de terceira geração. Ao longo da discussão (sempre do lugar da psicolinguística), apresentaremos trechos das falas dos participantes, analisando os pressupostos de seus discursos. É importante salientar que o objetivo desta investigação não é julgar o valor dessas “versões” dos jornais, suas serventias ou seu grau de semelhança com os impressos, mas discutir aspectos da experiência de leitura dessas simulações. Esta reflexão também pode contribuir para o debate sobre as teorias do jornalismo na Internet.

Elementos relevantes	Mauro	Rod	Giba	Ana	Luiz	Maria	Mário
Link	∅	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	∅	∅	∅	<input type="checkbox"/>
Carregamento	∅	∅	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	∅
Simulação de flip	∅	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	∅	∅
Aprendizado da operação	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	∅	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Corpo da fonte	∅	∅	<input type="checkbox"/>				
Máquina de busca	∅	∅	∅	<input type="checkbox"/>	∅	∅	<input type="checkbox"/>
Sim e animação	∅	∅	<input type="checkbox"/>	∅	∅	∅	∅
Feedback	∅	∅	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	∅	∅	∅
Ancoragem no impresso	<input type="checkbox"/>						
Imagens	<input type="checkbox"/>	∅	<input type="checkbox"/>	∅	∅	∅	∅
Varredura da página	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	∅	∅	∅	<input type="checkbox"/>	∅
Anúncios e pop-ups	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	∅	∅	<input type="checkbox"/>

QUADRO 2. Aspectos recorrentemente mencionados pelos leitores. (a) identifica aspectos mencionados; (∅) identifica não-mencionados.

## **Link**

Apesar de ser um dos aspectos apontados como fundamentais para a navegação na rede, o link não estava presente nos textos dos jornais e não chegou a ser relevante para todos os voluntários. Dos sete leitores, apenas três demonstraram incômodo ou curiosidade quanto ao fato: Rod, Mário e Giba, que apenas iniciava sua experiência na rede e era o mais velho dos voluntários.

Rod demonstrou compreender o modelo simulado e se limitou a navegar pelo *JBOnline*: passou páginas, leu notícias, folheou. Ainda assim, demonstrou a expectativa de ler um jornal digital, tratando logo de perguntar: "Eu nunca tinha acessado algo assim. Tipo... esse negócio aqui tem link? Nas notícias..."<sup>20</sup>. É evidente o estranhamento do usuário diante do reconhecimento do "ambiente".

Giba descreveu a proposta do link como elemento facilitador: "Se eu conseguisse chegar aqui, ó, clicasse aqui e isto aqui aparecesse, era *vantagem*"<sup>21</sup> ou "Se você conseguisse entrar, cada um aqui chegasse na notícia, aí era *rápido*, né?".

Mário reprovou a ausência do link e argumentou sobre sua necessidade em um jornal on-line. "Aí, eu quero, por exemplo, ver a notícia de esportes... essa aqui. Agora como faço pra ir pra lá? Poderia ter tipo um negocinho aqui assim, aí, só clicar e *ir direto* na página." Ou, para tecer considerações à pergunta do pesquisador sobre se o leitor queria um link (que ele chamara de "negocinho"), Mário disse: "É, *ué*, como acontece em *todos* os jornais on-line", e ainda sobre se o link facilitaria muito a leitura, "Ah, com certeza, isso é *fundamental*. Bom, isso aqui, tenho que clicar e ir lá, pô, *não tenho que ficar* passando página, não".

Note-se que o leitor vê na tela um leiaute idêntico àquele que vê nas páginas do jornal impresso, no entanto, a experiência que ele espera ter no computador é outra, que não lhe é desconhecida e o deixa "insatisfeito" desde o momento em que percebe algo de "inapropriado" entre a proposta "impressa" e a experiência "digital". Giba fala em vantagens e rapidez, Mário menciona aspectos que lhe parecem fundamentais. A comparação com outros jornais também é importante na verificação dessa experiência como algo inclassificável.

Mário questiona, mais adiante: "Pra que ter essas chamadas de capa? Clico e não dá nada. *Totalmente desnecessário* isso aqui". Ele experimenta, estranha e julga. Ativamente, faz uma tentativa e conclui: "Xô ver aqui, índice. Índice geral... é, *se bem que* esse índice é bom, já *melhorou* aqui. Talvez *esse índice aqui já poderia ter ficado do lado de fora, né? Um atalhozinho, por exemplo*, tem gente que gosta de Opinião, aí clica e *vai direto*, não tem que ficar indo aqui em índice toda hora, aí sai direto". Experimentar, estranhar, generalizar, comparar e julgar não nos parecem processos restritos a uma prática leitora (na Internet, por exemplo). Mário também diagnostica e propõe (para o JB): "Aí cai nessa página aqui, *mas ela tá cheia de texto*. Tem texto aqui, outro ali... era *pra eu já ter caído no texto que eu pedi*. Seria bacana meio que se eu clicasse aqui no índice em Opinião, aí coloca, tipo, Desafio da fome... aí já aparecia o texto, *senão você tem que ficar procurando* duas vezes o índice e o texto.... isso porque o pessoal da Internet costuma ser um pouco *apressadinho*". Mais adiante: "Se tivesse links, *ficaria melhor... aproveitaria mais*. Porque o link acaba *resumindo*, né... assim, você clica no link, aí já abre várias opções...". Na navegação de Mário é possível divisar toda uma teoria das práticas on-line, bastante ligada à pressa, à assertividade e aos atalhos, que ele entende como propostas da web. No entanto, nada do que ele diz prescinde de parâmetro na experiência impressa. O que lhe pareceria rápido e, para Giba, vantajoso, está em contraponto com algo anterior: a prática leitora no papel, que também é mosaíquica (SANTAELLA, 2004), multilinear e pré-planejada.

Os demais voluntários, apesar de não demonstrarem qualquer reação, provavelmente se limitaram a reconhecer a interface e a operá-la como se fosse um jornal impresso "estranho".

## **Carregamento**

Embora experimentassem a leitura dos jornais em conexão de banda larga, a demora do carregamento foi sentida pelos leitores. Giba demonstrou expectativa e dificuldade de acompanhar o carregamento. Provavelmente, isso está relacionado à sua pouca experiência com a Internet. No impresso, o "carregamento" é tão ágil quanto nossas mãos. "Agora deu espera...". "Então eu clico. Agora não tem. Ele está falando<sup>22</sup> que está carregando. Cliquei naqueles quadrinhos vermelhos, né? Para ler você tem que... *demora muito, né?* Mas isso pode ser o computador, né?". Giba se mostrava impaciente e inseguro com a máquina. O andamento dos processos lhe parecia lento e pouco amigável. "Mudou tudo, as letras ficaram até

atrapalhadas. Ah, está carregando *ainda*, né? [Espera] *Tá carregando ainda. Não posso fazer nada enquanto está carregando, né?*" A compreensão de que a imagem serrilhada era sinal de que o carregamento não estava completo era nova para ele. Esse estranhamento também ocorreu a Maria.

Ana expressava impaciência durante a espera: "Mas não dá para ler não ou está carregando? Eu dei um zoom mais aqui e está carregando. *A imagem embaçou*". Mesmo com experiência na rede, a leitora demora a compreender que a imagem ruim é sinal de carregamento incompleto. Em condições normais de leitura, talvez fosse motivo para uma fuga em direção a sistemas que ela controlasse e compreendesse melhor. Ana duvida da origem da lentidão ("É um site pesado ou é a Internet?"), diagnostica, compara e propõe: "O *Estado de Minas* tem versão HTML? A versão HTML é *para ficar mais leve, não é?* Melhor".

Luiz tem boa interação com o jornal, mas desaprova a demora do carregamento e procede a uma comparação: "Acabou?" e "É bom. Melhor do que jornal [risos]. Só que demora um pouco mais, não demora?"

## Flip

*Flipar* (neologismo criado a partir do inglês *to flip*) é folhear o jornal. Nas versões em foco, era possível *flipar* clicando em áreas delimitadas da "folha". No *JBOnline*, o *flip* era possível quase na página inteira, enquanto o *EMDigital* reservava apenas as margens externas como zona clicável. Rod, por exemplo, demorou a aprender a *flipar*, mas compreendeu o manuseio da interface, assim como Giba: "Eu cliquei aqui, *achei que aqui ia dar a notícia. Então eu fui no lugar errado*." Há uma expectativa (já em relação a experiências digitais) e o diagnóstico explicativo de sua ação que deu "errado". Em seguida, Giba demonstra conhecer o ícone da mão (no Acrobat Reader, significa que a zona é manipulável) e exclama: "A mão fica em todo lugar, uai?!" (no *JB*). No *EM*, já conhecedor do *JB*, Giba explica: "Aqui zoom, imprimir. Zoom seria aqui em cima. Pois é, *mas pra eu passar a página, vai ser aqui?* Clique para zoom. Zoom. Zoom. Zoom. Aqui. Ah, *na beirada aqui*. É nesta beirada aqui, ó, no colorido aqui. Passar a página toda, só na beirada. *Era lá em cima lá no outro, né?* Este dá a impressão mais do que o outro. O outro embute a página. Sei lá". O aprendizado do controle da interface ocorre ininterruptamente e depende, como para todos os aprendizados, de processos generalizantes e

comparativos, como em "A página dá a impressão mais que está virando", em que esse "mais" é termo de comparação.

Por ter experiência com interfaces similares, Ana não teve dificuldade quanto ao *flip* e apenas desejava uma ferramenta para passagem de cadernos inteiros (que ela não percebeu disponíveis). "Nos cadernos, estou tentando entrar no Cultura. Tô procurando a mudança de página. Para cada página que eu for ler, tenho que dar o zoom para abrir? Este jeito de passar página aqui é igual site de revista. Revista de jovem, tem revista assim, umas *revistas mais modernas*". A experiência em outros periódicos serviu de baliza para a ação, assim como a experiência no *JB* foi parâmetro para a leitura do *EM*: "A forma de passar página aqui é a mesma, né?". Na comparação, "O outro é mais perfeito de virar a folha, né?". Ana compara esse tipo de jornal a interfaces "mais modernas", provavelmente fazendo algum julgamento sobre a tecnologia usada para simular folhas. No entanto, como se verá mais adiante, a leitora se surpreende com a simulação dos jornais, chamando-as de "horrorosas".

Luiz aprendeu rapidamente o uso do *flip*, apenas teve dificuldade quando, sem querer, acionou o *autoflip* (ferramenta que passa as páginas automaticamente): "Eu achei que eu estava virando. [Estava no autoflip]. Fui eu que fiz isso?"

### **Aprendizado da operação**

A experiência de navegação na Internet não garantia que os leitores deixassem de ter dificuldades nos testes. Dos usuários mais experientes, o que encontrou mais dificuldade foi Mário, que não identificou os atalhos para os cadernos de seu interesse, recorrendo assim à passagem de página por página: "Agora pra eu, por exemplo, ver a folha de esportes, eu tenho que passar todas as páginas ou tem como ir direto?".

O incômodo de Mário também se relacionava a possibilidades que apenas o ambiente digital dá: selecionar, copiar e colar. Para Mário, o jornal "tem a possibilidade de você vim aqui no texto e pegar ele aqui, ó, no cantinho... por exemplo, tô fazendo um trabalho, só que eu tô num jornal só pra ler as notícias, daí eu achei um artigo lá, uma coisa que tem tudo a ver com o meu trabalho, aí eu quero pegar esse texto aqui, aí eu não consigo pegar o texto, selecionar ele". Ao longo da exemplificação ao pesquisador, Mário ainda demonstra seu conhecimento de outros programas: "Então eu não consigo selecionar, o máximo que eu consigo é

copiar essa figura... *ué, não tem jeito de copiar não? Aí já é crítico, né, aff, não tem jeito de copiar. Cadê o Ctrl+C Ctrl+V? Só com printscreen? Aí vai ficar ruim, né. Aí vai gravar a tela toda, fica ruim demais, aí depois tem que jogar no Paint e ainda editar. É um trabalho artesanal*". O artesanato de editar, reescrever e fazer melhor é sinal da experiência impressa de Mário, mas o horror pela inexistência do recorta-e-cola digital, assim como a "criticidade" da indisponibilidade das operações esperadas são experiências digitais. O conhecimento dos resultados de um *printscreen* é genuinamente digital e faz diferença no julgamento do leitor. Para Mário, "até o cara descobrir isso, bicho... tem que estar bem acostumado", explicitando certa vontade de desistir. Na conclusão, ele diz: "mas, no geral, assim, pra mim foi um susto. Mas acaba que, quando vai usando, vai se acostumando. Interessante...".

Mauro tem facilidade em aprender a *flipar*. Rod quer ter certeza de que é preciso explorar: "tipo... vai fuçando o jornal?". Ana analisa os botões e conclui: "O zoom aqui é doido. De diminuir e aumentar a página. Mas é no mesmo botão aí confunde [zoom e imprimir são juntos]. E aqui preenche tela inteira? Mas dependendo da resolução da tela, dá barra de rolagem embaixo e não fica bom não". Mais adiante, define: "Site legal, tudo aqui em cima, tudo fixo. Menu fixo é bom. É um site fácil de navegar".

Maria, a mais inexperiente de todos, começa a navegar pela primeira página do *Estado de Minas*, mas não sabe operar o mouse. O pesquisador explica como dispor os dedos, clicar uma ou duas vezes, arrastar a página. A leitora se surpreende com a notícia da morte de um ator: "Esta notícia é do jornal de amanhã!", "Isto acabou de acontecer!". O "tempo real" parece encantá-la, a ponto de ela duvidar do que lê. A surpresa vem não apenas da relação com outras mídias em que isso é impossível (papel), mas da compreensão de uma relação entre Internet e televisão (ela havia acabado de assistir ao Jornal Nacional, em que a notícia da morte do ator era dada como ocorrência de última hora), assim como da expectativa de que, em impressos, aquela era a manchete de "amanhã". Uma mistura, portanto, de expectativas e experiências impressas e digitais.

Foi Giba quem mais se manifestou sobre o aprendizado das operações nos jornais. Disposto a experimentar e a perguntar, o leitor tateia: "Tem que clicar assim? Isso aí é a primeira página do jornal?", começando pelo reconhecimento da folha. Ainda

inseguro, pede apoio: "Aí, aonde que eu tenho que ir? Só clicar em cima". Pouco afeito à navegação na Internet, mas usuário do Word e dos programas do Windows, ele tira dúvidas que parecem pequenas, mas têm imensa carga na construção da aprendizagem (e dos sentidos): "Uma vez só ou duas?". Usuários de programas clicam duas vezes. Essa mínima operação denota que a experiência na Internet é peculiar. A identificação das possibilidades já demonstra a generalização e a comparação que ele teve de processar antes de tomar uma atitude.

Giba demora a se desvencilhar das operações no Windows: "Eu bati e não aconteceu nada. Não resolveu, né? Mas eu não sei usar a internet, né? Então eu vou clicar duas vezes aqui. Cliquei duas vezes aqui". A exploração do meio vem junto com o aprendizado: "Jornal do Brasil... ah, uma setinha ali, ah... pra abrir. Então tenho... mas não caiu no que eu pedi. Eu pedi futebol lá e caiu em política. Aqui é pra passar a página? Então para voltar eu volto aqui". Setas, botões, desfazer, fazer. Ainda inseguro pelo medo de errar, Giba se apóia no pesquisador. No *EM*, ele mantém a postura de aprendiz: "Aqui eu já teria que vir aqui. [Esporte]. Duas vezes? Não". E descobrir que o erro, na Internet, pode ser desfeito é uma experiência importante: "Então... agora então pra eu voltar, como é que eu volto para a página anterior?"

Giba navegou pelo *JBOonline*, pelo *Estado de Minas Digital* e pela versão de Internet do *Estado de Minas*, que, segundo as categorias de Mielniczuk, talvez pudesse se enquadrar na segunda geração (metafórica) do jornalismo na rede ou na terceira geração, mas, a esta altura, do ponto de vista do leitor (da recepção, como diria Natansohn, 2007), as categorias se esvaem entre o que parece e o que é. Não há transposição possível entre essas experiências<sup>23</sup>.

O processo de comparar está sempre presente e é fundamental para o aprendizado: "Ele é bem diferente daquele. Só tem o Ronaldinho. [Vê as chamadas do transpositivo e compara com a versão de internet]. Não tem, é diferente. Só tem este aqui, ó. A primeira página do caderno de esporte é diferente da outra, ó". O estranhamento ao navegar a versão web do *EM* não foi menor do que o estranhamento de conhecer a versão simulada do impresso ("Daqui passa para outro? Como é que eu faço?"). O interesse em saber se as notícias eram as mesmas (inclusive na comparação com o impresso) também motivou a exploração das páginas.

## Corpo da fonte

Em quase todos os testes, o tamanho da fonte foi problema. O corpo da fonte estava vinculado ao *zoom*, uma ferramenta que era preciso aprender a usar. De forma geral, a necessidade de aplicação do *zoom* para a leitura da notícia não foi aprovada pelos usuários.

Ana, na contramão, acha "legal" aumentar a letra e compara a ferramenta às possibilidades desenvolvidas para deficientes visuais. Maria faz questão de aprender rapidamente uma forma de ampliar os textos. Mário reclama primeiro ("Mas tá muito pequeno...") para depois julgar: "Esse negócio de ampliar não dá muito certo, não. Mas tá legal assim... dá pra pegar as notícias... dá pra ler as coisas".

Giba tece críticas, faz comentários e julga os recursos da navegação simulada: "a letra é pequeniníssima. Se eu quiser ler uma tabela dessa aqui. Esta tabela aqui, tem jeito de aumentar ela, não, né? Se eu quiser enxergar uma tabela desta. Ah, aqui. Mas aí eu levo lá no zoom?". Mais adiante, insistindo na tabela do campeonato brasileiro de futebol: "Se eu quiser ver esta tabela, aumentar... Mexi aqui para aumentar aqui, mas não deu, né. Ler. Para ler isto aqui, para mim é muito difícil. Eu não... a pessoa lê deste tamanho mesmo? Muito difícil". Ainda: "A letra é muito pequena pra ler. Eu não consigo ler este trem, não". Lê instruções ("Ferramentas desejadas. Utilize as setas para virar e as lupas para ampliar. Tá escrito, né?"), rememora operações ("Duas vezes. [Clica]"), reclama ("A letra é muito pequena"), tenta ("Mesma coisa. Dá para ler os títulos das reportagens. Subtítulo não dá para ler. Com um clique não. Com dois também não. Os títulos de cada matéria. Não dá pra ler não, né?") e propõe melhorias ("não, está as duas. Se fosse uma página só..."). Na descoberta da versão web do *Estado de Minas*, logo compara: "Este dá para ler, né?". A mistura entre três experiências (ler no papel, ler na tela, ler simulações) não lhe parece confortável.

## Busca

Apenas dois leitores sentiram falta das máquinas de busca. Ambos estavam motivados por assuntos específicos e tinham objetivos claros. O jornal simulado, ao contrário da maioria dos jornais de Internet, não disponibilizava essa ferramenta, assim como jornais impressos, que obviamente não têm meios de dispor de busca direta.

Ana demonstra curiosidade ("Se eu quiser ler uma notícia, eu tenho que entrar aqui no caderno ou tem alguma busca?" e "Se eu quiser ler uma notícia específica, eu tenho que saber o dia que ela saiu? Mas eu não sei dia de nada") e Mário se apercebe da necessidade de ser objetivo na leitura ("Pera aí... eu não quero ver nada disso, eu quero ir pra esportes").

### **Som e animação**

Animação e som, duas festejadas possibilidades da hipermídia, não surtem efeitos nestes leitores. O folhear do jornal e o barulho do papel foram percebidos por Giba, que se manifesta: "Faz até barulho, né? Barulho de jornal, né?". Para os demais leitores, especialmente os mais jovens e experientes na rede, sons não parecem mais do que trivialidades e esta experiência, não mais que uma "gracinha".

### **Feedback**

Para melhor orientação do usuário no uso de dispositivos técnicos é comum que exista *feedback*. Sons, cores, luzes e textos oferecem ao utilizador meios de ele saber se um processo está completo, em andamento ou falhou. No caso do *JB* e do *EM*, o momento de importância do *feedback* era o carregamento de páginas. Os voluntários que mais se sentiram "perdidos" foram os menos experientes no ambiente digital.

Maria ficou confusa, manifestando dificuldade de perceber se a página do jornal estava ou não pronta para leitura. Giba esteve desorientado: "Ele não está mandando esperar, então é porque já foi! Já foi, mas não apareceu nada, né?" ou "Ele não dá sinal de espera, né?". No site da versão web do *Estado de Minas*, Giba questionava: "Falta aquela setinha de espera, né? Por que é que não tem?", de certa forma, reclamando da falta de padronização dos elementos gráficos de um site para outro. Após algumas tentativas, o leitor aprende que os *feedbacks* eram mais demorados e mais discretos do que o que sua expectativa previa. "Mudou tudo, as letras ficaram até atrapalhadas. Ah, está carregando ainda, né? [Espera] Tá carregando ainda. Não posso fazer nada enquanto está carregando, né? Ah, carregou". Em outros momentos, tinha a impressão de que o computador fazia o que o usuário não pedira: "Por que é que está carregando? Eu não pedi nada". No final, Giba sugere uma simbologia mais clara para cada ação.

Ana, por sua vez, também manifesta dúvidas em relação ao *feedback*: “Mas não dá para ler não ou está carregando? Eu dei um zoom mais aqui e está carregando. A imagem embaçou”. Assim como outros usuários, ela se incomoda: “Demorou a carregar”. A expectativa dos leitores de telas parece girar em torno da rapidez e da objetividade.

### **Ancoragem no impresso**

O fato de o *JBO*Online e o *Estado de Minas Digital* fazerem explícita referência a suas versões impressas faz emergirem comparações e julgamentos cuja base são jornais de papel. A explicitude dessa semelhança entre as interfaces, de certa forma, provoca a comparação e faz concluir que estas simulações estão aquém da experiência leitora, seja ela impressa ou digital. As práticas dos leitores sugerem que navegar à procura de notícias traz expectativas obrigatoriamente relacionadas a outras experiências, sendo, portanto, impossível atribuir a algo a “originalidade”. Em todos os casos, houve algum comentário que remetesse ao impresso, tecesse comparações ou fizesse julgamentos. O fato de estes jornais provocarem análises comparativas não se restringe a este tipo de proposta. Provavelmente, o parâmetro empregado por qualquer leitor para experimentar novos ambientes será seu histórico de práticas de leitura, mesmo em ambientes que tentam desfazer referências impressas. Esses parâmetros se entrecruzam e não são hierarquizados, sendo aplicados tanto do digital para o impresso quanto na mão contrária.

Mauro, Luiz e Maria se manifestaram pouco em relação a este tópico. O primeiro, ao visualizar um anúncio publicitário, precisou comparar e tirar conclusões: “Ah, tá, agora sim... entendi. Igualzinho um jornal”. O segundo faz uma generalização a partir da nova experiência: “Deste jeito assim eu não tinha visto. Bom ué. É bom. Melhor do que jornal [risos]. Só que demora um pouco mais, não demora?”. Maria narrou seus trajetos de leitura de impressos: “Leio o primeiro parágrafo da notícia. Depois leio último. Na maioria das vezes, entendo tudo. Se não der para entender, leio o meio”. Intuitivamente, a leitora percebe a estrutura da notícia e tem expectativas sobre ela. Mais interessante do que isso é ela declarar ler não-linearmente, muito ao contrário do que diz certa teoria ao postular textos impressos como lidos necessariamente do começo ao fim. Maria afirma que tem a “sensação de que o primeiro parágrafo é um resumo do texto inteiro”, o que nos alerta para sua atitude ativa no processamento, nas expectativas sobre o texto e despreendida de uma suposta linearidade.

Mário, Ana, Rod e Giba se alongaram nas comparações entre ler simulações e impressos. O primeiro mostra um processo de analogia que demora a se estabilizar: "Isso aqui seria a página inicial. E aqui seria o que habitualmente você vê em folha, né? Tá meio confuso isso aqui. É como se fosse passar uma folha mesmo, né?". Mais adiante, Mário confere: "Hum... parece aquele negócio de passar papel de jornal, uma coisa meio *estranha* assim... É *como se tivessem preguiça de digitar* assim mais ou menos, como se achassem mais fácil escanear a página". Em seu julgamento, Mário afirma que "não ficaria lendo esse jornal, não. Assim, prefiro no papel, tenho mais *controle*". É esse controle que traduz a expectativa de muitos leitores. Na comparação, Mário diz: "agora uma das *vantagens* que eu vejo nesse jornal aqui é que tem muitas pessoas que têm medo de perder o contato com o papel, né, e como as pessoas vêm habitualmente lendo o jornal de papel, aqui, basicamente, tá igual, né". Mesmo não sendo especialista em Computação, o leitor postula uma heurística básica da usabilidade, segundo a qual é preferível que se *reconheça* em vez de *aprender do zero*. Mário continua: "É meio que como uma união, uma *fusão* de Internet e o papel, né. Assim, pra quem não sabe mexer em Internet é uma boa mesmo. Aí o cara chega mais tranqüilo, que é igual ao papel, aí o cara fica, né... mas, pra isso, tem que saber...". Muito embora o leitor faça boas análises do que encontra na tela, parece enganado em alguns aspectos. Pelo que pudemos observar entre nossos participantes, quem não "sabe mexer em Internet" não se confunde nas experiências, ele é, o tempo todo, capaz de perceber entrecruzamentos entre elas. A "fusão" de Internet com papel não passa despercebida.

Ana avalia: "Que coisa horrível. Este jornal é novo? Do ano passado?". O horror parece residir no fato de um ambiente "novo" ter, em princípio, uma "cara velha". "Ah, tá. Mas aqui é navegando como no jornal?". Após o susto, a compreensão da proposta deixa a usuária mais confortável. Quanto à estrutura do periódico, Ana percebe as trilhas das editorias: "É todo separado, caderno, suplemento, tem dia pra chegar". Também percebe a afiliação: "Aqui são todos do mesmo grupo do *Estado de Minas*". Em seguida, tenta encontrar uma justificativa para a proposta: "O site é para ler o jornal pelo site. Você não conhece o jornal, aí, em vez de comprar, você lê pelo site?". Finalmente, dá seu veredicto: "Eu não leria este jornal pelo computador. Não tenho paciência, não. Não leio muita coisa no computador. O de papel eu leio, os cadernos que me interessam. Mas acho melhor de ler do que...". Tenta "salvar" o site, mas reafirma: "Acho legal o site, os flashes, os

efeitos, mas eu ia olhar uma coisa ou outra. Pegar para ler assim, não pego não, eu não. Na tela do computador cansa”.

Rod também explicita seus parâmetros: “Esse é o próprio jornal? *Como se fosse* um *Super* digitalizado, com primeira página e tudo mais?”. Mais adiante, discorre sobre suas preferências (que não são muito diferentes das de outros leitores): “Particularmente, eu prefiro essas colunas pequenas porque, assim, eu tenho uma base do que trata o assunto, que normalmente está junto. *É como se fosse* um aperitivo pra você ler a notícia toda. Tipo... eu gostei desse, mas esse outro já não me interessa. Aí, como esse daqui é pequeno, eu leio, tenho paciência. Mas pra ler esse daqui, tudo que é algo maior, não”. O leitor se refere aos fragmentos da notícia que servem como “iscas”. Os trajetos de leitura de Rod beiram a experiência não-linear, a despeito de serem normalmente impressos: “Mesmo quando eu compro um jornal *normal*, eu faço justo isso. Tipo... eu vejo qual que é o título: PF implode megaquadrilha no MS, aí eu leio esse destaque, vejo as legendas das imagens, daí, se me interessar, eu leio tudo, ou passo direto. *Isso pra qualquer tipo de jornal*. Mas pra esporte, por exemplo, é uma coisa que eu gosto de ler. Esporte, cultura, notícias de shows é algo que eu gosto, mas eu não leria nesse jornal porque só vai falar de Fluminense, Botafogo, igual tá lá, e os espetáculos lá do Rio, aí foge do meu propósito”. Não há passividade quanto às preferências por assuntos ou à forma de entrar e de fazer o percurso por entre os textos. Rod está sempre, em “qualquer tipo de jornal”, disposto a navegar.

Giba também demonstra estranhamento na versão web do *Estado de Minas* (“Isso aí, o que que é? O jornal normal é assim?”). Como não tem o hábito de ler jornais on-line, pergunta se se trata do mesmo jornal (“Esta é a primeira página dele?”). Nas comparações, conclui que “a primeira página dela é diferente daquela outra? Esta é igual à do jornal mesmo, em compensação, não dá para ler”. Infere-se que, mesmo um leitor inexperiente na rede não se engana com as propostas. Giba trafega entre os jornais e conclui que “*em compensação, não dá para ler*”, ou seja, embora a interface simulada lhe seja familiar, uma outra, mais estranha, lhe parece mais legível. A percepção do leitor coincide com a ideia de que a proposta precisa se ajustar ao ambiente. Mesmo na programação do *flip* em Flash, Giba avalia: “Começa parecendo que vai virar, mas não tem jeito. O movimento não é de virar, o movimento é de... como é que fala? Deslizar”.

Quando parte para a leitura do *EM Digital*, Giba faz um diagnóstico do que vai encontrar: "Você pode ler o jornal assim, se você quiser, né? Bom, este é o de hoje ou de amanhã? É diferente do que eu leio. Deixa eu ver a capa. Não, é igual. Vamos ver. Até bom para ler né. Jornal. É, acho que a capa é exatamente igual. Eu te falei ó, *pendrive*". O leitor procura semelhanças entre a versão impressa (que ele lera pela manhã) e a simulação digital.

## Concorrências

Dos sete participantes da investigação, cinco se manifestaram em relação à recepção de notícias por outros meios, como rádio e televisão. Essa comparação levava o leitor à possibilidade de, na rede, haver atualização "em tempo real" de notícias que não poderiam ser encontradas no jornal impresso.

Mauro se lembra da notícia transmitida pela mãe, que, por sua vez, fora informada pela televisão ("Ouvi falar desse tiroteio, minha mãe assistiu algo assim no jornal"); Maria conta que sabe todas as notícias do impresso antes de lê-lo porque assiste a jornais desde bem cedo; Mário diz que costuma "entrar em jornal de Internet mais pra ver notícias de opinião e notícias mais atuais. Assim atualidades, o que que saiu há 15 minutos atrás". E logo percebe que, dada a desatualização relativa da versão simulada, "isso aqui é o jornal que sai do dia, né?". Giba, que escutava uma partida de futebol em um MP3 enquanto fazia os testes, ficou perplexo quando leu, na versão web do *Estado de Minas*, o resultado parcial do jogo: "Este aqui não, aqui é o que está acontecendo agora. Este eu estou ouvindo aqui [Mostra o MP3]". Rod, por seu turno, declara que não leria jornais simulados porque, além de terem textos muito grandes, as versões contêm "assunto que passa no jornal na TV a cada 5 minutos", e conclui: "são notícias repetitivas".

## Imagens

As imagens, apesar de serem importantes para o jornalismo, não tiveram relevância para os leitores. Apenas Mauro e Giba se dedicaram a elogiar as fotos no jornal simulado. Giba comenta: "As fotos ficaram até bonitas. Só para olhar assim e tal".

## Varredura da página

A varredura (*scanning*) é a "olhadinha" que o leitor dá em seu primeiro contato com a página. Embora possa ser rápida, ela é importante para o processamento da

leitura. É com base nisso que o leitor toma decisões, percebe similaridades e contrastes, diagnostica problemas e toma atitudes. Ao que parece, os usuários participantes da investigação preferiam iniciar a navegação pelo escaneamento, optavam, em seguida, por folhear e, só então, se fixavam nos que pontos de interesse. Na comparação com o impresso, Rod afirmou que tal prática também é importante no papel: “Quê isso!? Esse jornal é gigante, achei que fosse menor. Vou só dar uma folheada pra ver o que tem nele e tal”.

Maria escaneia a página a fim de avaliar “por onde começa” a ler. E Mauro se alonga na varredura, repassa a imagem da página ampliada e depois a minimiza. Rapidamente, passa o ponteiro do mouse pelos ícones de comando, provavelmente para ler as legendas das funções. “Vou dar uma passada rápida nas páginas e depois eu volto pra ver com mais calma”, explica. “Vou deixar o esporte por último porque sei que vou ficar mais tempo nele mesmo”. Depois dessas declarações, retorna aos esportes. No caderno de cultura, passa as páginas mais rapidamente até se interessar pelas sinopses dos filmes em cartaz. A partir daí, faz comentários sobre cinema.

### **Pop-ups**

Embora os livros *pop-up* já existissem, a expressão ficou mais conhecida depois que a propaganda se apropriou desse modo de chamar a atenção do consumidor na Internet. Os *pop-ups* digitais são janelas que “pulam” na tela, adiante do texto principal do site. Elas estavam presentes nas navegações dos jornais e incomodaram quase todos os leitores. Ana insiste em alertar que “eu não fiz nada, ele abriu um *pop-up*, eu não fiz nada”. Mauro e Rod confundem anúncios estáticos com *pop-ups* e tentam fechá-los, como se fossem janelas: “Tipo... “cadê o X”? É... achei que as propagandas eram tipo um banner fora, e não como impressão das páginas propriamente”. As duas experiências contrárias demonstram processos similares: na fala de Rod, é possível observar o quanto a expectativa das possibilidades do ambiente digital prevalecem em relação à simulação, o processamento desautomatizado da compreensão do usuário e a manifestação de certa frustração ao perceber que o banner é estático. Na fala de Ana, a necessidade de fechar um anúncio que ela não solicitara.

Giba sequer sabia o que era um *pop-up*. A experiência, no entanto, não o intimida: “O que que é *pop-up*?”. E, mais adiante: “Isto aqui não tem nada a ver com o

jornal, é outra coisa, né?”. Enquanto Mário explica as possibilidades da propaganda em hiperlinks: “Eu vi essa propaganda... aí, se tivesse um link que clicasse aqui, aí já apareceria, por exemplo, o site dessa empresa”.

### **Log-off**

As situações descritas demonstram como a leitura provoca, mesmo em usuários menos experientes em ambientes digitais, expectativas, hipóteses e inferências relacionadas a esse meio, sempre na relação com outros. Essas expectativas fazem parte do processamento cognitivo da leitura, ou seja, dos processos leitores que levam a construir o sentido de um texto, antes mesmo de se acessar propriamente as palavras.

As expectativas estão ligadas a outras práticas de leitura com as quais o leitor esteve em contato ou das quais possui relativo conhecimento. Um usuário experiente de computador certamente já vivenciou situações que lhe permitem tirar conclusões sobre o que é possível realizar em ambientes digitais. A facilidade, a rapidez e o encurtamento de caminhos geram expectativas de que, no computador, há sempre formas mais fáceis de agir. No entanto, essas expectativas não são geradas apenas em usuários experientes. Giba e Maria demonstram certo conhecimento sobre o meio com o qual estavam lidando (vide tentativas de ampliar o corpo do texto ou a busca por links). Esses leitores têm uma noção, mesmo que ainda não estabilizada, do que é possível fazer no computador.

A transposição, melhor dizendo, a tentativa de simulação de um jornal impresso em meio digital causa estranhamento justamente porque as expectativas dos leitores, sejam elas vagas ou precisas, não encontram correspondência no ato de ler. Do impresso para o digital, mesmo com o formato “transposto”, os leitores, independentemente de sua proficiência, esperam contar com links, *pop-ups* e recursos como copiar e colar, por exemplo.

Um conhecimento mínimo sobre as possibilidades do ambiente digital influencia as expectativas e escolhas dos leitores, e não é à-toa que Giba afirma que: “Se eu conseguisse chegar aqui ó, clicasse aqui e isto aqui aparecesse, era vantagem”. Ele não faria uma observação como essa se estivesse diante de um jornal impresso e só pode fazê-la quando emerge sua experiência variada nas práticas leitoras.

Mário teve dificuldade para identificar os atalhos que levavam aos cadernos. Luiz, experiente na Internet e leitor de jornais impressos, teve dificuldade quando acionou o *autoflip* e não conseguiu identificar a origem do problema. Aumentar o corpo da fonte com o *zoom* é um bom indício de como as experiências digitais e analógicas são inextricavelmente diferenciadas. O formato do suporte altera as expectativas dos leitores e faz com que a “transposição” precise recorrer a ferramentas tipicamente digitais. Nesse ponto, a dificuldade dos usuários é compreensível. Leitores sem experiências digitais acionam o conhecimento que têm, mas ele não é adequado à experiência que terão, o mesmo ocorrendo do digital para o impresso.

Quando um texto é materializado em determinado meio, as propriedades desse meio passam a compor as expectativas dos leitores. Quando tais expectativas não são cumpridas, há um descompasso inicial, mas o leitor, seja onde for, tende ao ajustamento. Giba, por exemplo, declarou que não sabia usar a Internet, mas muitas de suas ações foram construídas com base em expectativas relacionadas ao ambiente digital. Mário, ao sentir falta do link, manifestou expectativas sobre o que ele esperava do texto nesse meio. Mário sabe que “o link facilita muito” e “acaba resumindo”, conhece o recurso que atende, oportunamente, pela metáfora de “atalho”.

A proposta de simular um jornal impresso em ambiente digital provoca, no máximo, a emergência de comparações mais óbvias entre práticas. Sequer é possível confundi-las, já que, rapidamente, os usuários se apercebem das peculiaridades da experiência. Nem mesmo a disposição dos textos, idêntica na tela e no jornal, os faz “entrarem no jogo” da sensação de ler um jornal impresso. Movimentos e ações precisam ser alterados para que seja possível ler o jornal simulado<sup>24</sup>.

No ambiente digital, o usuário se incomoda com a “letra pequena”. O problema só se dissolve com o uso do mouse, que aciona uma ferramenta (a lupa) que simula um dispositivo analógico. Mário levanta a hipótese de que talvez a proposta funcione bem para leitores que gostam de jornais de papel. As práticas de Giba, no entanto, relativizam isso, já que o leitor não conseguiu identificar de imediato a primeira página do jornal e não lhe foi possível evitar o estranhamento diante desta

experiência. Se ainda existe resistência de alguns leitores em relação à mediação do computador, ao que tudo indica, uma simulação não resolverá o problema.

Ao que parece, a simulação do impresso no ambiente digital é uma experiência curiosa e rica, especialmente porque aciona hipóteses e expectativas múltiplas no leitor. No entanto, não parece concorrer para a estabilização de práticas leitoras e nem nos sugere que seja um empreendimento de sucesso. A despeito de dizerem que o leitor foi passivo um dia (até que os norte-americanos o reinventassem), as operações cognitivas de seleção, generalização, comparação, construção de referências, parâmetros e ajustes finos se mostraram mobilizadas e vivas, para todos os nossos perfis de voluntários.

### Referências bibliográficas

- BOCCATO, Vera R. Casari; FUJITA, Mariângela Spotti L. Estudos de avaliação quantitativa e qualitativa de linguagens documentárias: uma síntese bibliográfica. *Perspect. ciênc. inf.*, Belo Horizonte, v. 11 n. 2, p. 267-281, mai./ago. 2006.
- COSCARELLI, Carla Viana. *Leitura em ambiente multimídia e produção de inferências*. 1999. 322 f. Tese. (Doutorado em Estudos Lingüísticos). Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 1999.
- DALMONTE, Edson Fernando. O Webjornalismo enquanto bem de experiência: do receptor ao leitor participante. *IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Nordeste*, 2007.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. As novas configurações do jornalismo no suporte on-line. *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación* www.eptic.com.br, v. VI, n. 3, Sep./Dec. 2004.
- MIELNICZUK, Luciana. Características e implicações do jornalismo na web. *II Congresso da SOPCOM*, Lisboa, 2001. Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001\\_mielniczuk\\_caracteristicasimplicacoes.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf)>. Acessado em dez. 2006.
- MIELNICZUK, Luciana. Webjornalismo de Terceira Geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web. *Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom*, 2004.
- MOHERDAUI, Luciana. *O usuário de notícias no jornalismo digital – Um estudo sobre a função do sujeito no Último segundo e no A Tarde online*. 2005. 120 f. Dissertação. (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005.
- NATANSOHN, L. Graciela. O que há e o que falta nos estudos sobre recepção e leitura na web? *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – E-Compós*, v. 10, 2007.
- NOVAIS, Ana Elisa Costa. *Leitura nas interfaces gráficas do computador – Compreendendo a gramática da interface*. 2008. 240 f. Dissertação. (Mestrado em Estudos Lingüísticos, Linguagem e Tecnologia). Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.
- PALACIOS, Marcos. *O que há de (realmente) novo no jornalismo online?* Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FACOM/UFBA, 21.09.1999.

PALACIOS, Marcos et al. Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro. *XXV Congresso anual em Ciência da Comunicação*, 2002.

PEREIRA, Fábio Henrique. *O jornalista on-line: um novo status profissional?* Uma análise sobre a produção da notícia na internet a partir da aplicação do conceito de 'jornalista sentado'. Dissertação. Mestrado em Comunicação, Universidade de Brasília, 2003.

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

PRIMO, Alex. Quão interativo é o hipertexto? : Da interface potencial à escrita coletiva. *Fronteiras: Estudos Midiáticos*, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 125-142, 2003.

PRIMO, Alex. Enfoques e desfoques no estudo da interação mediada por computador. *404NotFound*, n. 45, 2005. Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404\\_45.htm](http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404_45.htm)>.

RIBAS, beatriz. Características da notícia na web - considerações sobre modelos narrativos. *II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor*, 2004.

RIBEIRO, Ana Elisa F. *Navegar lendo, ler navegando – Aspectos do letramento digital e da leitura de jornais*. 2008. 248 f. Tese. (Doutorado em Estudos Lingüísticos, Linguagem e Tecnologia). Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

RIGOLIN, Daniele C. *Saliências visual e subjetiva como elementos norteadores na leitura de hipertextos jornalísticos*. Dissertação. Mestrado em Linguística, Campinas, UNICAMP, 2006.

SANTAELLA, Lucia. Antecedentes da Alinearidade hipermediática nas mídias mosaíquicas. In: BRASIL, André et al. (Orgs.) *Cultura em fluxo: novas mediações em rede*. Belo Horizonte: Editora PUC Minas, 2004.

SCHWINGEL, Carla. *Jornalismo digital de quarta geração: a emergência de sistemas automatizados para o processo de produção industrial no Jornalismo Digital*. 2005

SILVA JÚNIOR, José Afonso da. A relação das interfaces enquanto mediadoras de conteúdo do jornalismo contemporâneo: Agências de notícias como estudo de caso. Recife, out. 2001. Disponível em: <[www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)>. Acessado em: jan. 2006.

TOMITCH, Lêda Maria Braga. Desvelando o processo de compreensão leitora: protocolos verbais na pesquisa em leitura. *Signo*. Santa Cruz do Sul, v. 32 n. 53, p. 42-53, dez. 2007.

ZAMITH, Fernando. Dos jornais-fax de Moçambique aos web-jornais. *III Lusocom – Encontro Lusófono de Ciências da Comunicação*, Universidade do Minho, Braga, Outubro, 1999.

## Notas

---

<sup>1</sup> A WWW é uma das redes da Internet. Aqui, nem sempre faremos essa distinção.

<sup>2</sup> Para conhecer a produção do *Ultimo segundo*, ver Moherdauí (2005), segundo quem o funcionamento da redação deste jornal é muito parecido com a de jornais impressos.

<sup>3</sup> Moherdauí (2005) utiliza apenas Jornalismo Digital, assim como Schwingel (2005). Silva Junior (2001) e Franciscato (2004) empregam Jornalismo On-line. Palácios (2002; 2003) utiliza vários nomes, propositada e indistintamente. Dalmonte (2007), Mielniczuk (2001; 2004), Ribas (2004) e Palácios et al. (2002) utilizam o termo webjornalismo. Segundo eles, na rede, os webjornalismos se dividem em estágios ou fases ou gerações.

<sup>4</sup> Mielniczuk (2001) se refere a "fases". No trabalho de (2004), a pesquisadora se apropria do termo "geração". Silva Junior (2001) menciona "estágios".

<sup>5</sup> Não entraremos na discussão sobre o funcionamento da metáfora e seu processamento pela mente humana. As expressões "fase metafórica" e "metáfora do impresso" foram amplamente adotadas pelos

estudos da Comunicação Social, mesmo sem o aprofundamento das implicações trazidas por essas expressões.

<sup>6</sup> Essas são as considerações dos pesquisadores citados. É bastante improvável que investigadores de extração psicolinguística postulem a passividade e a falta de interatividade em qualquer processo de leitura.

<sup>7</sup> Ver, por exemplo, Pereira (2003), Franciscato (2004) e Moherdau (2005).

<sup>8</sup> Para ver algumas análises desses aspectos, ver Zamith (1999), Moherdau (2005) e Dalmonte (2007).

<sup>9</sup> Na obra *Como um romance*, publicada, no Brasil, pelas editoras Rocco e L&PM.

<sup>10</sup> Manteremos a grafia do nome do jornal, a despeito de os dicionários *Aurélio século XXI* e *Houaiss* apontarem como padrão o uso de *on-line*.

<sup>11</sup> Adobe Flash Player.

<sup>12</sup> O que Scolari (2005), citado por Natansohn (2007), chama de "simulacro do corpo do usuário".

<sup>13</sup> Essa interatividade mínima, apenas uma reação do leitor à possibilidade dada pela interface, é considerada por Primo (2000; 2003; 2005) "interação reativa".

<sup>14</sup> Esta ferramenta não funcionava plenamente na época dos testes.

<sup>15</sup> Para uma discussão sobre o processamento desses ícones pelo leitor, ver Novais (2008).

<sup>16</sup> Para uma discussão sobre as saliências da página, ver Rigolin (2006).

<sup>17</sup> Os sete leitores participaram voluntariamente da pesquisa. Cada um dos participantes autorizou a transcrição dos protocolos verbais gerados. Os nomes dos leitores foram alterados e suas identidades serão preservadas.

<sup>18</sup> Os ambientes foram o Laboratório de Pesquisa em Leitura e Cognição (LPLC), no campus II do CEFET-MG, e os escritórios dos pesquisadores.

<sup>19</sup> My Screen Recorder Pro 2.6. Esse tipo de software espião tem diversas restrições de uso, mas todos os leitores participantes sabiam que o recurso seria usado e com que finalidade. Para mais detalhes, ver Moherdau (2005).

<sup>20</sup> Optamos por fazer transcrições o mais possível próximas do modo como os leitores falam.

<sup>21</sup> Todos os grifos nas falas dos participantes são nossos.

<sup>22</sup> Giba personifica a máquina durante a navegação. É curioso prestar atenção à maneira como se refere às respostas do computador a seus comandos.

<sup>23</sup> Pretendemos problematizar também, em outro trabalho, a noção de "metáfora" difundida nestes estudos.

<sup>24</sup> Essa afirmação se baseia no argumento de venda da assinatura do *Estado de Minas Digital*, que não dá acesso gratuito ao leitor. O telemarketing feito para esse produto tenta encantar o consumidor vendendo a ideia de que "do jeito que você conhece o jornal impresso, de papel, você vai ver na tela, e até pode folhear, ouvir o barulho do papel, etc.". Na página de login do jornal, lê-se: "Agora você vai poder ler o seu jornal na internet exatamente como você lê na sua casa. Poderá folhear todos os cadernos e ver as páginas como elas foram publicadas. É muito simples. Experimente agora!". Há um link para uma página de "degustação" e a imagem de um notebook sendo manipulado por uma mão de homem (de terno) que folheia as páginas.