

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS
CENTRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

ESPAÇO E TEMPO NO JORNALISMO ONLINE

JOSÉ ANTONIO MEIRA DA ROCHA

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO
Orientador: Prof. Dr. Ronaldo Henn

São Leopoldo, agosto de 2003.

*Dedico este trabalho
à mulher da minha vida*

AGRADECIMENTOS

*Agradeço a meus pais,
pelo amor, pela herança
de sólida cultura,
pelos princípios éticos
e morais cristãos.*

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
1.1 Contextualização.....	9
1.2 Problematização.....	11
1.3 Fundamentação.....	12
1.4 Objetivos.....	14
1.5 Justificativa.....	15
1.6 Metodologia.....	16
2 CARACTERÍSTICAS DO JORNALISMO ONLINE.....	23
2.1 Interatividade.....	25
2.2 Hipertextualidade.....	26
2.3 Multimedialidade ou multimediação.....	29
2.4 Instantaneidade e atualização contínua.....	30
2.5 Memória ou perenidade (time shifting).....	31
2.6 Personalização de conteúdo.....	32
3 ESPAÇO, TEMPO E SEMIOSE.....	34
3.1 Espaço no processo de semiose.....	35
3.2 Evolução do conceito de espaço.....	47

3.3 A semiose visual.....	72
4 ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS.....	88
4.1 Hábitos e ambiente de leitura online.....	90
4.2 Hábitos de uso de sites informativos.....	102
4.3 Questões relativas à parte gráfica dos site	131
4.4 Questões relativas à multimídia.....	164
4.5 Perenidade na mídia online.....	183
4.6 Leitura laboratorial.....	190
4.7 Relacionamento com computadores.....	193
4.8 Leitura de jornais de papel.....	200
4.9 Comparação entre mídias.....	209
5 SÍNTESE E REFLEXÃO.....	229
5.1 Sintaxe das mídias online.....	231
5.2 O movimento à notícia.....	234
5.3 Temporalidade.....	236
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	238
ANEXO A.....	242
ANEXO B.....	257

RESUMO

Este trabalho propõe uma reflexão acerca das concepções temporais e espaciais desenvolvidas pelos receptores de jornais online, usando a noção de semiose extraída de Peirce, aplicada em sentido amplo, envolvendo uma noção ontológica de espaço-tempo. Ao verificar a linguagem visual aplicada ao jornalismo, usa conceitos da escola Bauhaus, da Gestalt e estudos laboratoriais desenvolvidos em 1990 por Mario Garcia e Pegie Stark sobre o modo de leitura de jornais impressos ocidentais, e estudos semelhantes sobre o hábito de leitura de jornais na Web realizados por Lewenstein. Ao final, considera que os hábitos de leitura da mídia online são, em grande parte, herdados de mídias anteriores, mas que há uma prototendência ao desenvolvimentos de novos hábitos de leitura e de movimentação pelo espaço da informação hipermidiática.

Palavras-chave: jornalismo, internet, espaço-tempo, semiose, hipermídia

ABSTRACT

This work proposes to reflect upon the temporal and spacial concepts developed by the receptors of on-line newspapers, using a notion of semiose drawn from Peirce which is applied in a broad sense that involves an ontological idea of space-time. In verifying the visual language applied to journalism the concepts of the Bauhaus and Gestalt schools are used as well as those of laboratory studies undertaken in 1990 by Mario Garcia and Pegie Stark concerning the reading styles used with western printed newspapers and similar studies about the Web newspaper reading habits carried out by Lewenstein. In conclusion it is considered that on-line media reading habits are, to a great degree, inherited from earlier media, but that there is a prototendency towards the development of new reading habits and movement patterns through the space of hypermediatic information.

Key words: journalism, Internet, space-time, semiose, hypermedia

1 INTRODUÇÃO

Os hábitos de consumo e leitura se transformam com novos suportes midiáticos. Hoje, computadores e interfaces multimídia abrem novas possibilidades e novos modos de leitura. Neste trabalho, em particular, me interessa verificar que mudanças a tecnologia da informação induz e qual o comportamento do leitor frente a um jornal estático (jornal impresso em papel) e frente a um jornal dinâmico (jornal na Web), dentro da perspectiva das mudanças de percepção provocadas pela nova configuração espacial introduzida pela mídia online.

Parto do pressuposto de que a semiose não se restringe a questões de noticiabilidade, tradicionalmente concebidas, mas se estende às dinâmicas espaço-temporais em que se configura o jornalismo.

A produção de notícias envolve um processo complexo que se entende, aqui, como semiose. As notícias formam signos cujos objetos são as ocorrências que pululam no cotidiano, estão aptas a produzir de opiniões sobre determinados episódios até a geração de ações concretas na sociedade. Ou seja, uma notícia tem a possibilidade de gerar os interpretantes previstos por Peirce, inclusive o “emocional”, que se restringiria a uma apreensão quali-

tativa tanto do aspecto gráfico como de alguma poética [...] (HENN, 2003, p. 50).

É esta semiose que o presente trabalho pretende desvendar.

No capítulo **Características do jornalismo online**, página 19, descrevo algumas caracterizações que orientaram o questionário aplicado a leitores desta mídia. No capítulo **Espaço, tempo e semi-ose**, página 28, apresento alguns conceitos da semiótica de Charles Sanders Peirce, a partir dos quais pretendi . No capítulo **Análise dos questionários**, página 72, tabulo o resultado da aplicação do questionário, tecendo alguns comentários sobre as respostas dos leitores. Finalmente, em **Síntese e reflexão**, página 176, procuro contribuir com algumas idéias para o debate sobre a mídia online a partir do resultado deste estudo.

1.1 Contextualização

A difusão de redes de computadores (a partir dos anos 1980, com os CBBS¹, e a partir de 1995, com a internet pública²) permitiu que essas máquinas, de simples calculadoras e organizadoras de dados, fossem elevadas à categoria de dispositivos de alto potencial midiático.

¹ Quadro de avisos por computador: redes assíncronas, conectadas por modems e linhas telefônicas discadas, populares até o desenvolvimento da internet pública.

² Não cabe, aqui, um histórico do desenvolvimento da internet no ambiente acadêmico, já que, como mídia, ela só veio a adquirir importância no momento em que o público não-acadêmico pode ter acesso à sua infra-estrutura, nos Estados Unidos e no Brasil, a partir de 1995.

Sua característica de canal de comunicação de duplo sentido permitiu a criação de comunidades com membros separados por grandes distâncias físicas, levando a mídia tradicional a popularizar o termo “ciberespaço”, para designar esta forma de socialização.

Paralelamente ao uso interpessoal da mídia computadorizada, se popularizaram nas redes (notadamente na internet, através do sistema World Wide Web) os conteúdos midiáticos tradicionalmente divulgados em jornais, revistas, rádios e tv, que são divulgados segundo o modelo *broadcast* da mídia de comunicação de massa.

Pretendo, com este trabalho, além dos objetivos empíricos dessa processualidade, fazer uma reflexão acerca das questões que envolvem a espacialidade no seu amplo espectro midiático.

Postulo que estamos diante de semioses potencialmente inovadoras, mas ainda cercadas por “atratores” de hábitos a serem investigados.

1.2 Problematização

A partir do contexto acima descrito, saliento algumas questões instigantes:

- a) Quais as concepções espaciais desenvolvidas pelos receptores de jornais online?
- b) Existe, evidentemente, diferenças entre a espacialidade do jornal impresso e do jornal online. Quais seriam, então? as características desta espacialidade?

- c) Como os fatores tempo e movimento se articulam para desenharmos este novo quadro midiático?

1.3 Fundamentação

Numa tentativa de buscar respostas a algumas destas questões, tentarei pensar as processualidades desenvolvidas por leitores de mídias visuais através do conceito de semiose extraído da Teoria Geral do signos, de Charles S. Peirce.

Na definição das características de mídias online, especificamente da World Wide Web, buscarei o aporte de professores e pesquisadores como Doug Milisson, Jo Bardoel, Mark Deuze e Marcos Palacios, além de contribuições de Palacios e Mielniczuk sobre o papel do *link* em documentos hipertextuais.

Também lançarei mão de contribuições dos movimentos modernistas e da psicologia da Gestalt sobre linguagem visual, do início do século 20, consolidados durante as décadas seguintes nas artes gráficas, para definir o papel do espaço na composição e na percepção visual.

Usarei estudos laboratoriais desenvolvidos em 1990 por Mario Garcia e Pegie Stark sobre o modo de leitura de jornais impressos ocidentais, e estudos semelhantes sobre o hábito de leitura de jornais na Web realizados pela Universidade de Stanford e pelo Instituto Poynter em 2000. Agrego, a estes, a pesquisa laboratorial desenvolvida por mim, e que descrevo adiante.

1.4 Objetivos

São objetivos deste trabalho:

- a) Detectar o tipo de apreensão informativa diferenciada que o receptor vai ter diante de uma nova dinâmica espacial proporcionada pelas mídias online.
- b) Identificar a percepção de tempo envolvida no processo de leitura de mídia de papel e mídia online.
- c) Descobrir de que maneira se dá a movimentação do leitor de mídia online pelas diversas áreas informativas de um site Web.

1.5 Justificativa

Este trabalho se justifica na medida em que estamos diante de novos hábitos de leitura que, no caso do jornalismo, implicam em transformações em sua própria processualidade. Entender parte desses fenômenos desafiadores pode ser fator de contribuição para que se tenha maior compreensão das semioses decorrentes desses processos e das potencialidades diagramáticas que este cenário midiático introduz.

1.6 Metodologia

Foram observados usuários durante a leitura de publicações online³. O critério para participação na pesquisa foi que tivessem o hábito de leitura de publicações na Web. As ações dos leitores sobre a interface gráfica do computador foram gravadas em vídeo digital. Dessa maneira, documentou-se:

- a) os movimentos do mouse;
- b) o tempo que demoraram em cada página Web;
- c) as notícias e artigos preferidos;
- d) seus hábitos durante o uso de sites jornalísticos.

Também utilizei uma entrevista semi-estruturada com questões sobre como usaram a mídia e sobre seus hábitos de leitura de jornais de papel e jornais online, além de suas percepções sobre o funcionamento da interface gráfica atualmente usada na Web.

Os veículos escolhidos ficaram a critério dos sujeitos, conforme seus hábitos de leitura online: “portais”, sites de jornais de papel, veículos de circulação unicamente online ou sites de informações culturais e entretenimento.

Para a produção dos vídeos, usei o programa CamStudio, que gravou em formato AVI (áudio e vídeo entrelaçado) os movimentos que aconteceram na interface gráfica do ambiente Windows, incluindo os movimentos do mouse, ressaltando os pontos em que o

³ Neste estudo, considero mídia online a World Wide Web, já que outros sistemas da internet, como o e-mail, não têm características de meio de comunicação em massa, embora também possam ser considerados como mídia.

usuário acionou links ou fez alguma entrada de dados pelo teclado. A gravação foi realizada sem interferir no uso do computador ou degradar sua performance.

Os dados foram analisados conforme:

- a) O grau de dificuldade para encontrarem as informações desejadas; uso de índices e recursos para facilitar a leitura online e no papel.
- b) O tempo em que demoram em cada página noticiosa.
- c) A parte da notícia que realmente lêem.
- d) Passionalidades em relação à mídia: gosto pela textura do papel, aversão à tinta nos dedos, impaciência ou temor pelas características do computador, preferência por características multimídia.
- e) Percepção que têm do espaço e do tempo na mídia papel e na mídia online.

1.6.1 A pesquisa laboratorial

A pesquisa foi desenvolvida com estudantes de jornalismo com hábitos de leitura de jornais ou sites de notícias na internet mais de uma vez por semana. Foi feita durante as aulas da disciplina de Jornalismo Online, do currículo obrigatório do curso de Jornalismo da Unisinos, nos dias 26 de maio de 2003 e 29 de maio de 2003. Constituiu-se por dois momentos: primeiramente, os participantes usaram a internet para leitura de portais⁴, sites noticiosos de veículos de ou-

⁴ Portais são sites que se propõem a ser pontos de entrada para outros sites.

tras mídias (TV ou rádio) ou veículos apenas online, conforme seus hábitos. Depois, responderam a um questionário online sobre a navegação laboratorial e sobre seus hábitos de leitura.

A tabela com os dados dos participantes e com o código de identificação usado para manter seu anonimato é esta:

Tabela 1 - Dados dos entrevistados

Nº	Código	Sexo	Ocupação	Idade
1	AF1	F	Estudante	23
2	AF2	F	Assessora sindical	29
3	AS1	F	Funcionária de laboratório de patologia	27
4	BL1	F	Estagiária de agência de comunicação, trabalhando com jornais impressos e site de notícias	21
5	BS1	F	Estudante	19
6	DG1	F	Estudante	25
7	DW1	F	Funcionária de empresa de Informática	26
8	ED1	M	Jornalista	22
9	FF1	F	Estagiária de jornal impresso	20
10	FG1	M	Estudante	23
11	FL1	M	Estudante	20
12	GM1	M	Estudante	22
13	GM2	M	Estudante	23
14	HO1	F	Estudante	26
15	JA1	M	Estudante	--
16	JO1	M	Estudante	32
17	JS1	F	Jornalista	26
18	KM1	F	Estagiária de Jornalismo na TV Unisinos	22
19	LO1	F	Estudante, funcionário de ensino	21
20	LR1	F	Professora de rede municipal de ensino	26
21	LS1	M	Estudante	22
22	PS1	F	Estudante	22
23	VC1	F	Estudante	21
24	VP1	F	Estagiária de Jornalismo na TV Unisinos	19
25	VS1	F	Assessora parlamentar	25
			Média de idade, am anos:	23,42

Os participantes foram instruídos a executar o programa CamStudio, para gravar suas ações. A seguir, foram instruídos a navegar normalmente em seu site noticioso habitual. Com isto, foi possível o registro dos percursos e movimentos de leitura online, para posterior comparação com as respostas do questionário.

O programa CamStudio gravou uma média de 3,5 quadros de vídeo por segundo, muito aquém da taxa de vídeo *broadcast* padrão (que é de cerca de 30 quadros por segundo) mas o suficiente para posterior análise de movimentos. De forma a permitir arquivos de vídeo com tamanho menores (em bytes) e gravação mais suave, a área da janela do browser foi definida em 800 x 600 pixels, uma resolução normalmente usada como base pela maioria dos sites Web.

O uso do programa CamStudio rodando “de fundo”, como exigiu grande processamento de vídeo, causou uma certa lentidão na atualização da tela dos computadores, notável através de “saltos” do cursor do mouse. Isto foi comentado por alguns participantes, mas não foi avaliado como sendo desconfortável. Além deste detalhe, o CamStudio não interferiu no uso normal da internet, pois a janela do programa ficou fora da área de atenção do leitor. Na Ilustração 1, página 17, aparece a imagem exemplificando a organização da tela do computador durante a captura dos vídeos. A área capturada aparece entre cantoneiras de cor verde.



Ilustração 1- Exemplo de captura de vídeo. Na janela maior o usuário acessou sites jornalísticos com o *browser* Internet Explorer. Na janela menor, do programa CamStudio, o usuário controlou a captura (início, fim).

Com a gravação iniciada, foi recomendado que lessem seus sites jornalísticos preferidos e que apontassem com o mouse a região da tela que estivessem lendo. Embora este ato fosse um desvio de seus hábitos, não foi manifestado desconforto quanto ao detalhe. O objetivo desse pedido foi avaliar o movimento dos olhos do leitor pelas páginas na Web, já que o software de gravação captura todos os movimentos da tela, incluindo o mouse, mas não tem condições de acompanhar o movimento dos olhos. Dessa forma, o mouse indicaria o percurso de leitura. No entanto, a recomendação não foi seguida por todos os participantes. Numa boa parte dos vídeos, o movimento dos olhos, nas análises, foi inferido a partir da ação de rolar a tela e clicar em *hyperlinks*.

Depois de feita a leitura, que durou entre 3min45s e 14min46s, os participantes responderam a um questionário online (nem todos os que responderam o questionários gravaram a navegação, em função de problemas técnicos ou operacionais). O motivo de ter sido escolhida esta forma de questionário foi a possibilidade de coletar dezenas de opiniões simultaneamente, durante as aulas, usando uma interface a que os participantes já estão acostumados, que é o formulário via página Web. Este formato também facilitou no momento de compilar as respostas, evitando transcrição de fitas de áudio ou formulários escritos.

O questionário completo está nos anexos, juntamente com detalhes técnicos e considerações sobre a tabulação dos dados.

2 CARACTERÍSTICAS DO JORNALISMO ONLINE

Talvez a “nova mídia” não seja tão nova, assim. Marcos Palacios não vê o desenvolvimento do jornalismo online como um processo linear e automático de superação dos suportes anteriores por novos, mas “uma articulação complexa e dinâmica de diversos formatos jornalísticos, em diversos suportes, ‘em convivência’ (e complementação) no espaço mediático” (2002b, p. 6) . Para ele,

as características do Jornalismo na Web aparecem, majoritariamente, como Continuidades e Potencializações e não, necessariamente, como Rupturas com relação ao jornalismo praticado em suportes anteriores.

Palacios observa que essas características não são novidades na “nova mídia”, pois mídias tradicionais já apresentavam-nas, em maior ou menor grau:

Com efeito, é possível argumentar-se que as características (PALACIOS 1999; BARDOEL & DEUZE 2000) elencadas como constituintes do Jornalismo na Web (Interatividade, Multimedialidade, Hipertextualidade, Instantaneidade e Atualização Contínua, Memória, Personalização) podem, de uma forma ou de outra, ser encontradas em suportes jornalísticos anteriores, como o impresso, o rádio, a TV, o CD-Rom.

Para se tomar um exemplo extremo de Continuidade, a Hipertextualidade pode ser encontrada, *avant-la-léttre*, num artefato tão antigo quanto uma Enciclopédia... No entanto, obviamente, na Internet e no Jornalismo Online há uma Potencialização dessa característica. Um outro exemplo: a Personalização já é praticada nos meios impressos (através da criação de suplementos especializados, dirigidos a públicos-alvos específicos) e no Rádio e TV (através da especialização das grades de programação e dos horários de emissão). Na Internet há uma clara Potencialização da Personalização, pois ela volta-se agora para indivíduos e não para públicos segmentados. Raciocínio semelhante pode ser estabelecido com relação às outras características do Jornalismo Online. (2002a).

Estas características distintas do jornalismo online (MILISSON, 1999; BARDOEL, DEUZE, 2000; DEUZE, 2001a, 2001b; PALACIOS, 2002a, 2002b; MEIRA, 2000, p. 85; MIELNICZUK, 2001) podem ser listadas como:

- a) Interatividade
- b) Hipertextualidade
- c) Multimedialidade ou multimediação
- d) Instantaneidade e atualização contínua
- e) Memória ou perenidade (time shifting)
- f) Personalização de conteúdo

2.1 Interatividade

Para Palacios, interatividade é o conjunto de processos no qual o leitor se envolve com o computador, com a publicação e com outras pessoas, através da publicação (PALACIOS, 2002b). Mielniczuk (2001), observa que, ao ler um produto jornalístico na Web, o leitor interage em vários planos, estabelecendo diversos tipos de relações:

- a) com a máquina;
- b) com a própria publicação, através do hipertexto; e
- c) com outras pessoas através da máquina (autor do texto, outros leitores, nos jornais que dispõem de fórum).

Milisson (1999) diz que o principal meio de interatividade é o *hyperlink*. Esta visão também é compartilhada por Deuze, para quem existem três tipos de interatividade:

navigational interactivity (through 'Next Page' and 'Back to Top' buttons or scrolling menubars), functional interactivity (through direct mailto: -links, Bulletin Board Systems (BBS) and moderated discussion lists for example), or adaptive interactivity (offering chatrooms and personal customization through 'smart webdesign' [...]) (DEUZE, 2002)

Do ponto de vista da relação do leitor com a publicação, a interatividade está intimamente ligada com outra das características marcantes da Web: a hipertextualidade.

2.2 Hipertextualidade

É definida como a interconexão entre diversos textos em computador, através de *links* (PALACIOS, 2002b). Um link de hipertexto, no sistema World Wide Web, é descrito desta maneira no arquivo fonte (o texto em linguagem HTML que define a página nos browsers⁵ Web):

```
<A href="http://www.pagina.com"> Texto do link </a>
```

⁵ Browser ou navegador é o programa, geralmente gráfico, usado para acessar informações no sistema World Wide Web. Exemplos de browsers são o Netscape Navigator, o Internet Explorer da Microsoft e o Opera.

O texto entre chaves angulares são referências hipertextuais do tipo âncora. Os browsers não mostram aos usuários estas referências. O parâmetro `href` define o endereço Web de onde será solicitada informação, colocado depois do sinal de igual, entre aspas. A expressão “Texto do Link” será apresentada como um link hipertextual. Ao ser ativado este link (com o cursor do mouse, por exemplo), o browser buscará as informações no endereço especificado e as apresentará ao usuário.

O *link*, então, é um recurso que indica ao sistema Web onde encontrar a informação solicitada pelo leitor. Dessa maneira, pode-se considerar o *link* de hipertexto como um elemento com fortes características indiciais, como as marcas de continuação nas matérias de capa em jornais de papel e como as referências cruzadas nesta dissertação (indicações de tabelas, numeração de notas de rodapé, sumário). Na leitura laboratorial feita por mim, essa função do *link* foi bem visível, como observei nos vídeos captados: o principal meio de movimentação por veículos online foram os links de menus, em geral colocados numa coluna à esquerda do conteúdo das páginas Web.

Outra possibilidade de se ver *link* é como um **elemento paratextual**, conforme propõem Mielniczuk e Palacios (2001). Genette, criador deste conceito, define **paratexto** como

the marginal or supplementary data around the text. It comprises what one could call various thresholds: authorial and editorial (i.e., titles, insertions, dedications, epigraphs, prefaces and notes); media related (i.e., interviews with the author, official summaries) and private (i.e., correspondence, calculated or non-calculated disclosures), as well as those related to the material means of production and reception, such as groupings, segments,

etc. Less a well-defined category than a flexible space, without exterior boundaries or precise and consistent interiors, the paratext consists, as this ambiguous prefix suggest, of all those things which we are never certain belong to the text of a work but which contribute to present or to "presentify" the text by making it into a book. It not only marks a zone of transition between text and non-text ("hors-texte"), but also a zone of transaction, a space that is essentially pragmatic and strategic. (GENETTE, 2003).

Nesta abordagem, os elementos gráficos que compõem um jornal de papel e que cercam o texto jornalístico, propriamente dito, são considerados paratextos: manchetes, títulos, subtítulos, números de página, legendas de fotos, as próprias fotos.

Mielniczuk e Palacios, verificando se o *link* se encaixa nas quatro premissas de paratexto definidas por Genette, concluem:

a) **O *link* faz uma apresentação do texto principal.**

Freqüentemente, o título das notícias online é um *link*. “O título passa a exercer a função do link e o link a do título. Logo, se o título é considerado um elemento paratextual, não há razões para o link não ser considerado também um elemento paratextual” (2001).

b) **O *link* é o elemento de negociação (transação) entre leitor e texto.** “[É] através do link que o leitor vai eleger a próxima léxia, bloco de texto ou, ainda, a notícia” (2001).

c) **O *link* tem a função de realizar a transição entre o mundo do leitor e o mundo do texto.** Para Mielniczuk e Palacios, “além de viabilizar a negociação, é o link que vai operacionalizar essa escolha. E aqui a função de transição é

ampliada, para o âmbito do hipertexto, possibilitando a passagem entre os textos durante a navegação” (2001).

- d) **O link está situado nas fronteiras do texto, estabelecendo-lhe os limites.** “A notícia é emoldurada pelos links. Ao mesmo tempo em que os links a cercam, esta moldura funciona como zona de contato possibilitando a transição entre os textos” (2001).

2.3 Multimedialidade ou multimediação

É o uso de arquivos de áudio, vídeo, fotos, texto, animações em 2D e 3D em páginas da Web (MILISSON, 1999). Palacios define multimedialidade como a convergência dos formatos das mídias tradicionais na narração do fato jornalístico (2002b).

Na internet, hoje, em função de limitações na chamada largura de banda⁶, os recursos multimídia são bastante limitados, em relação às mídias tradicionais. O uso de recursos de áudio, vídeo e texto é mais expressivo e com maior qualidade na TV do que na rede. O áudio é melhor usado no rádio. Fotografias e textos são melhor apresentados em jornais e revistas de papel.

2.4 Instantaneidade e atualização contínua

É a capacidade de transmitir uma notícia quase que imediatamente após o fato ter acontecido. O rádio é a mídia com maior instantaneidade, principalmente após a difusão do telefone celular

⁶ Velocidade do tráfego de informações.

como forma de transmitir depoimentos á central de radiodifusão, que pode colocá-los imediatamente no ar. A internet, através do sistema Web, segue de perto esta instantaneidade. Hoje, é possível acompanhar-se, até mesmo, partidas de futebol narradas em texto pela internet, menos de um minuto depois de terem ocorridos os lances.

2.5 Memória ou perenidade (time shifting)

É a capacidade de armazenar e disponibilizar material jornalístico antigo. O baixo custo de armazenagem, o uso de bancos de dados e os formatos de documentos digitais (HTML, PDF) tornam a Web a mídia ideal para armazenar material jornalístico antigo (MIELNICZUK, 2001). Um bom exemplo disto é o site do jornal Correio do Povo, de Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil <<http://www.cpovo.net>>, que disponibiliza gratuitamente o conteúdo do jornal impresso tanto em formato PDF (o leitor acessa o fac-símile das páginas do jornal de papel) quanto em formato HTML.

Palacios vê o arquivamento de conteúdo como uma característica que pode romper com a herança das mídias anteriores à online:

[...] como facto mediático mais importante, na Web, dissolvem-se (pelo menos para efeitos práticos) os limites de espaço e/ou tempo que o jornalista tem a seu dispor para a disponibilização do material noticioso.

[...]

Trata-se da primeira vez que isso ocorre, uma vez que em todos os suportes anteriores (impresso, rádio, TV) o jornalista convivia com rígidas limitações de espaço (que se traduz em tempo, no caso do rádio e TV). A possibilidade de

dispor de espaço ilimitado para a disponibilização do material noticioso é, a nosso ver, a maior Ruptura a ter lugar com o advento da Web como suporte mediático para o jornalismo. (PALACIOS, 2002b, p. 6)

2.6 Personalização de conteúdo

É a capacidade que certos sites têm de fornecer informações conforme o perfil do leitor. Eventualmente, a personalização é escolha deliberada do próprio leitor.

O site de *clipping*⁷ News Is Free <<http://www.newsisfree.com>>, por exemplo, permite que o leitor escolha os assuntos de seu interesse, e oferece páginas personalizadas com links para resumos de notícias de centenas de fontes. No entanto, a maior parte dos grandes sites de notícias mantêm informações sobre hábitos de leitura através do recurso chamado *cookie*, que é um texto codificado mantido no computador do usuário e enviado ao site cada vez que o leitor o acessa. Dessa maneira, por exemplo, o site brasileiro ClicRBS <<http://www.clicrbs.com.br>> consegue descobrir se um leitor prefere acessar conteúdo do Rio Grande do Sul ou de Santa Catarina, por exemplo, a partir da segunda vista ao site.

Estas seis características principais do jornalismo online, embora isoladamente não tragam novidades em relação às características de outras mídias, sugerem a Palacios que, combinadas, constituem a especificidade desta forma de jornalismo:

⁷ Em jornalismo, *clipping* é a indexação e categorização de notícias. Também chamado de *tachação*.

[...] acreditamos que o jornalismo na Web encontra sua especificidade não apenas pela Potencialização das características já descritas, mas principalmente pela combinação dessas características potencializadas, gerando novos efeitos. (PALACIOS, 2002b, p. 6)

3 ESPAÇO, TEMPO E SEMIOSE

3.1 Espaço no processo de semiose

O ponto central deste trabalho é o pensamento de que os hábitos de leitura formam semioses que desencadeiam ou conformam sentidos, de acordo com o que sugere a pesquisa desenvolvida. A semiose, então, está relacionada não apenas aos signos, como tradicionalmente é considerada, mas também à maneira como usuários interagem com eles.

Neste capítulo, apresento alguns conceitos da semiótica de Charles Sanders Peirce, e construo um esquema tridimensional para ajudar a definir o lugar e a função do espaço na semiose.

Segundo Peirce, todo e qualquer fenômeno que aconteça na natureza aparece segundo três modos ou categorias (categorias faneroscópicas): primeiridade, secundidade⁸ e terceiridade (1980, p. 88).

⁸ Ou segundidade, conforme alguns tradutores da obra de Peirce.

3.1.1 Primeiridade

A primeiridade (*firstness*) está ligada à idéia de qualidade, sensação, consciência imediata. “A qualidade da consciência imediata é uma impressão, sentimento *in totum*, indivisível, não analisável”, disse Santaella (1983, p. 43). Neste sentido, corresponde ao estímulo de uma sensação, às qualidades das informações que chegam a um ser vivo pelos órgãos de recepção como os visuais, olfativos, táteis, gustativos, auditivos, magnéticos⁹. “O todo da consciência é composto de qualidades-de-sensação, como o espaço total é constituído de pontos e o do tempo de instantes”, disse Peirce em 1894 (1980, p. 89). Assim, posso exemplificar a primeiridade como as informações armazenadas nas sinapses do cérebro humano, simplesmente armazenadas, sem uso, sem serem postas em relações umas com as outras.

A primeiridade pode ser percebida como a luz da foto de um fenômeno, um corte no tempo, o tempo congelado – e, como tempo pode se restringir apenas a uma medida de movimento, a idéia de primeiridade poderia ser vista como ligada à ausência de movimento. A coisa única, sem relação com nenhuma outra. Por isso, primeira.

Para Peirce, a primeiridade seria um conceito, como a mônada da metafísica kantiana:

⁹ Enquanto os seres humanos recebem informações através de cinco sentidos, alguns animais parecem ter seis ou mais sentidos. Tubarões têm sentido magnético, órgãos ao redor da boca que percebem as mais débeis informações eletromagnéticas dos músculos de outros seres vivos. Também os pássaros parecem se orientar seguindo as linhas magnéticas da Terra.

A mera *qualidade*, ou talidade (*suchness*), não é uma ocorrência, ver que o objeto vermelho de fato o é; é um mero poder-ser. O seu ser consiste em que pode existir tal talidade positiva num feneron¹⁰. (1980, p. 89).

3.1.2 Secundidade

“A segunda categoria – o traço seguinte comum a tudo que é presente à consciência – é o elemento de ‘conflito’”, explicou Peirce (1980, p. 90), que chamou-a de **secundidade** (*secondness*). Ora, só pode haver conflito entre **duas** coisas. Por exemplo, o conflito entre um estímulo primeiro e nossa consciência, que reage com uma sensação ao estímulo. Ou o conflito entre duas partículas quânticas como quarks, conforme descrevo na seção sobre o espaço físico, na página 41. Portanto, a secundidade envolve uma **segunda** entidade. “A idéia de segundo predomina nas idéias do causar e da força estática. Causa e efeito são dois; e as forças estáticas ocorrem sempre aos pares”, lembrou Peirce (1980, p. 90). A secundidade está ligada à realidade, como “aquilo que insiste, nos força a reconhecer um *outro* diferente do espírito, e nela a secundidade é predominante”. Peirce notou:

[a] *díada* consiste em dois *sujeitos* colocados em unidade. Os sujeitos têm seu modo de ser como primeiro, segundo etc., e são também em si próprios. Mas há uma ligação entre eles, a *díada* não é o sujeito, eles são um elemento apenas. (...) A *díada* põe os sujeitos juntos, e atribui uma característica a cada um deles. (p. 91).

¹⁰ Fenômeno, em grego.

Santaella salientou que a qualidade, característica da primeiridade, não se sustenta por si, mas necessita da materialidade do segundo:

onde quer que haja um fenômeno, há uma qualidade, isto é, sua primeiridade. Mas a qualidade é apenas uma parte do fenômeno, visto que, para existir, a qualidade tem de estar encarnada numa matéria. A factualidade do existir (secundidade) está nessa corporificação material. (1983, p. 47).

O sentir, então, a sensação das qualidades, seria, por exemplo, o ato de colocar as informações armazenadas nas sinapses nervosas do cérebro em relação umas com as outras através do processo característico do pensamento.

3.1.3 Terceiridade

A **terceiridade** (*thirdness*), para Peirce, “é uma relação triádica que existe entre um signo, seu objeto e o pensamento interpretante, ele próprio um signo, considerado como constituindo o modo de ser de um signo [...] Um Terceiro é algo que traz um primeiro para uma relação com um Segundo” (PEIRCE, apud SANTAELLA, 1995, p. 24). A terceiridade “aproxima um primeiro e um segundo numa síntese intelectual, correspondente à camada de inteligibilidade, ou pensamento em signos, através da qual representamos e interpretamos o mundo” (SANTAELLA, 1983, p. 52). Este terceiro elemento das categorias faneroscópicas está ligado à idéia de generalidade, signo, representação, infinidade, continuidade, difusão, crescimento e inteligência (PEIRCE, 1980, p. 93).

Rodrigues notou que, por tratar de generalidades, poderia ser confundida com a primeiridade:

Mas, enquanto que a Primeiridade é qualidade pura, independente da relação com um segundo que a actualize aqui e agora, a Terceiridade é uma lei em relação ao objecto de conhecimento e um hábito em relação ao sujeito conhecedor, pressupondo assim sempre um primeiro e um segundo, de cuja relação formula a lei ou o hábito, pondo-os deste modo em relação. Trata-se, por conseguinte, da regra que dá conta da relação existente entre um primeiro e um segundo, entre uma possibilidade de ser e um ser actualmente existente, entre uma qualidade pura e uma relação actual. (1991, p. 87).

Esse sentido de **lei** ou de **regra** da terceiridade foi salientado por Peirce:

Não passamos sequer cinco minutos de nossa vida consciente sem fazermos de uma maneira ou de outra algumas predições; e na maioria dos casos, estas predições realizam-se. No entanto, uma predição é essencialmente de natureza geral e nunca se pode realizar completamente. Dizer que os acontecimentos futuros são em certa medida realmente governados por uma lei. [...] Se a previsão tem uma tendência a realizar-se, isto deve ser porque os acontecimentos futuros têm uma tendência para se conformarem a uma regra geral. (PEIRCE, apud RODRIGUES, 1991, p. 88).

Nesta pesquisa que desenvolvi, percebi na interação dos usuários com os jornais online a reiteração de alguns hábitos partilhados que indicam algumas tendências nessa direção. Como se verá, há uma confluência de hábitos herdados de outras formas de leitura, transmutados com o novo suporte. De alguma forma, são como leis ou regras de leitura que vão se construindo neste processo.

3.1.4 Os níveis da semiose

A partir destas categorias faneroscópicas, apresento um esquema que ajudará na compreensão do processo de significação. Com a ajuda da Ilustração 2, p.33, posso dizer que a semiose se dá em três direções ou níveis:

1. **Um primeiro nível, semântico**, que corresponde à primeiridade; é quando o sujeito percebe as qualidades dos signos.
2. **Um segundo nível, sintático**, que corresponde à secundidade, quando o sujeito compara signos com outros signos.
3. **Um terceiro nível, pragmático**, que corresponde à terceiridade, quando o sujeito relaciona os signos percebidos com as regras internalizadas em si (interpretante).

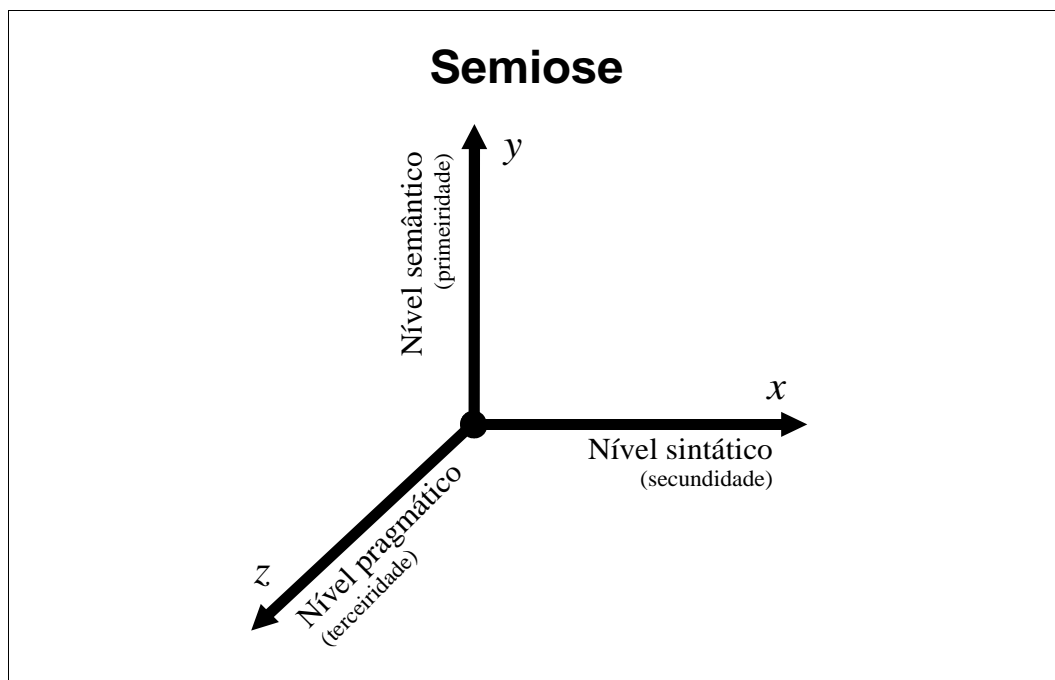


Ilustração 2: os três níveis da semiose

Neste ponto, é importante notar que faço uma inversão de duas denominações correntes na semiótica. Em função da tríade constitutiva do signo, Peirce denominou a disciplina semiótica que atua na primeiridade de **Gramática Especulativa**. Charles Morris, em 1938, substituiu esta denominação por **Sintática** (RODRIGUES, 1991, p. 94). Considero estas denominações impróprias, pois a **gramática**, que estuda a **sintaxe**, envolve o relacionamento, a comparação de diversos signos, como a função de cada palavra numa frase, por exemplo. Mas, na primeiridade, não há dois elementos, condição necessária para qualquer comparação. A dualidade, o *dois*, só vai acontecer na secundidade. A primeiridade envolve as qualidades, os atributos de um signo. É, portanto, um **nível semântico**. Exatamente o que faz um dicionário: descreve os atributos de uma palavra, suas qualidades, sem relacioná-la numa estrutura sintática.

Nas disciplinas semióticas, Peirce dá o nome de **Lógica Pura** àquela que corresponde à secundidade. Morris denominou esta disciplina de **Semântica**. Aqui, uso o nome de **nível sintático**, pois é a sintaxe que compara dois (ou vários conjuntos de dois) elementos.

Finalmente, a disciplina que corresponde à terceiridade, Peirce denominou **Retórica Pura**. Morris a chamou de **Pragmática**, e mantenho a denominação de **nível pragmático** àquele em que a semiiose se completa.

No gráfico tridimensional, ao estilo de coordenadas cartesianas espaciais (Ilustração 2, p.33), coloco o nível sintático no eixo X, pois tradicionalmente é o eixo que envolve o tempo, na Física. E a sintaxe

xe, como processo de comparação entre um signo e outro, só pode acontecer ao longo do tempo.

Ler uma frase escrita envolve o movimento dos olhos do leitor, que olha para uma palavra, depois para outra e mais outra, comparando-as e recorrendo às leis gramaticais da língua, armazenadas em sua mente (nível pragmático) para extrair sentido das frases. Olhar para uma obra de arte implica em fixar os olhos, seqüencialmente, em cada ponto da obra que o autor resolveu salientar.

Na Ilustração 2, p.33, que simboliza a semiose, coloco a semântica no eixo Y, pois os atributos e qualidades do signo são independentes do movimento de comparação, como se fosse um corte, um congelamento do tempo. Achei conveniente o aspecto vertical da metáfora da “fatia” de tempo.

No eixo Z do gráfico semiótico, coloco o nível pragmático, onde os signos se relacionam com o interpretante (com a mente, com a razão, se o interpretante estiver no cérebro de um intérprete humano). Em minha metáfora visual, o eixo Z evolui em direção ao observador, como se apontasse para o sujeito, indicando que a semiose se completa do ponto de vista de um sujeito, se um terceiro.

Com a ajuda do gráfico, fica mais fácil perceber que a sintaxe acontece no eixo do tempo, o eixo X. Ela se desenrola temporalmente.

Mas chamo a atenção para o fato de que o tempo não existe como entidade autônoma. É apenas uma convenção, uma medida de movimento, assim como o metro é uma medida de distância. Para medirmos distâncias, comparamos um determinado espaço com o espa-

ço pré-estabelecido e convencionado que existe em uma régua, por exemplo. Para medirmos tempo, comparamos um determinado movimento com o movimento pré-estabelecido e convencionado de um cronógrafo. A própria concepção einsteniana de espaço-tempo é mera convenção da Física: “a teoria da relatividade criou uma nova construção simbólica chamada ‘espaço-tempo’, fusão **conceitual** de tempo e espaço” (SZAMOSI, 1988, grifo e negrito nossos). O que parece existir é apenas **o movimento da matéria no espaço**. O tempo seria a medida desse movimento. Esse corte no tempo, então, parece ser apenas conceitual, pois o movimento das coisas no espaço do universo não pode realmente ser parado. Como Peirce percebeu, mal a primeira acontece, já deixa de existir.

Com a atenção focada no movimento, então, neste estudo procurei identificar movimentos de leitura que tanto são aplicados em mídias tradicionais (como o movimento dos olhos sobre uma superfície com imagens), quanto novos movimento necessários para a utilização de novas mídias computadorizadas (o *hyperlink*).

De qualquer forma, destaco, na secundidade, a importância do espaço como cenário onde se desenrolará o processo de semiose. Para definir melhor essa importância, apresento a evolução do conceito de espaço ao longo da História ocidental e as concepções apresentadas pela Física atual, e, mais adiante, destaco algumas concepções de espaço em ambientes de redes informatizadas.

3.2 Evolução do conceito de espaço

A definição de espaço é uma questão que, longe de ser simples como parece, tem preocupado filósofos e cientistas ao longo da história do pensamento ocidental. Nesta seção, discorro sobre as diversas concepções de espaço ao longo da história e sobre uma das concepções de espaço à luz da Física atual, procurando mostrar como o espaço é necessário para a semiose da natureza, dos objetos físicos. Essa extensão dos conceitos de signo para além da mente humana, segundo Henn, já existia na gênese do pensamento peirceano:

(...) o signo não existe isoladamente e funciona necessariamente na trama triádica com o objeto e o interpretante que, por ser ele próprio um signo, carrega a possibilidade de gerar outros interpretantes numa cadeia infinita. Para Peirce (1977), “semiose é uma ação ou influência que consiste, ou envolve, a cooperação de três sujeitos: o signo, o objeto e o interpretante, influência trirelativa essa que não pode, de forma alguma, ser resolvida em ação entre pares. *Semiose*, no período grego ou romano, à época de Cícero, já significa a ação de praticamente qualquer espécie de signo; e a minha definição confere a tudo que assim se comportar a denominação de signo”.

Esse conceito dota o signo de uma materialidade exuberante na medida em que pode descrever, inclusive, fenômenos físicos e biológicos. Já os fenômenos sociais ganham uma concretude semiótica ímpar pois as ações sociais possuem dimensão sígnica e seus desdobramentos, nesse sentido, desenrolam-se como semiose. (2003, p. 40).

3.2.1 O espaço na antigüidade

Há mais de 2500 anos, o grego Anaximandro (611-547 a.C.), de Mileto, o primeiro pensador ocidental a desenvolver uma cosmogonia, postulou a possibilidade de uma entidade infinita, invisível e

sem fronteiras, como um tecido subjacente e permeando todo o cosmos (WEBB, 2002).

O atomista grego Demócrito (460-370 a.C.) via as substâncias e a luz como formadas por partículas indivisíveis, indestrutíveis (WEBB, 2002) e “apenas de maneira a garantir a estes elementos a possibilidade de movimento, postulou posteriormente o vazio infinito como um *me on* ou não-ser” (PANOFSKY, 1991).

Platão (427 - 347 a.C.) colocou o espaço “em oposição ao mundo de elementos redutíveis a corpos formados geometricamente, como seu *huperdoche* ou receptáculo sem forma”, diz Panofsky, lembrando que este espaço era, na concepção platônica, até mesmo hostil à forma dos objetos geométricos (1991). Para Platão, observa o arquiteto Benedikt (1992), o espaço era a totalidade de relações geométricas possíveis, a totalidade dos fatos numéricos aplicáveis às distâncias e direções. Ou seja, proporção:

The attention to proportion that characterizes classical architecture to this day, as well as the link that still exists between ratio as a comparison of two quantities and ratio- as the prefix to words denoting reason itself, derive from this Platonic definition. (BENEDIKT, 1992).

Enquanto a definição platônica de espaço era geométrica, a aristotélica era mais topológica: espaço era o lugar de alguma coisa, um ambiente continente. Aristóteles, com uma “quase não-matemática transferência das categorias qualitativas ao reino das quantitativas, atribuiu seis dimensões (diastaseis, diastemata) ao *topos koinos* ou espaço geral (cima e baixo, frente e traseira, esquerda e direita)” (PANOFSKY, 1991).

Mais tarde, Euclides (300 a.C.) desenvolveu a Geometria como um espaço representativo.

Na Idade Média, estas visões se misturaram e um novo elemento espiritual foi adicionado. “Espaço era luz, ou espírito, ou o Próprio Deus. Donde [...] a aparente infinitude, insubstancialidade, imanência e permanência do espaço”¹¹, diz Benedikt (1992, tradução nossa).

Já nos setecentos, Descartes (1596-1650) superou esse misticismo trazendo de volta as visões dinâmica e mecânica do espaço. Este, assim como tudo o que era físico, foi classificado por ele como “extensão”, opondo-se ao “pensamento”. Em vez de definir o espaço pelo que ele é, definiu-o pelo que ele *faz*: é o que permite o movimento mecânico. O espaço estaria cheio de átomos em contato uns com os outros, e o movimento de um seria transmitido aos outros. Este espaço não estaria vazio, porque o vácuo seria impossível na visão cartesiana (BENEDIKT, 1992). Descartes enriqueceu a geometria euclidiana ao aplicar a esta conceitos da recém inventada álgebra, e criou o sistema de posicionamento espacial em três dimensões conhecido hoje como coordenadas cartesianas.

Não satisfeito com as explicações de Descartes sobre espaço, Leibniz (1646-1716) foi mais além:

Space, he argued, was that which permitted not only atoms and motion but the very existence of identity and simultaneity as such. Without space, he said, things could be neither unique nor countable. Everything would

¹¹ The Medieval period saw these views commingled; but a new and spiritual element was added. Space was light, or Spirit, or God Himself. Whence, and why else, the apparent infinitude, insubstantiality, immanence, and permanence of space?

be collapsed to a single 'point,' to one thing, which is to say, to no-thing, since there would be no room for an-other thing to distinguish itself from the first. Moreover, in order to introduce change, such as motion, and in order for there to be more than one object in motion, not only simultaneity, but also an object-identity-that-survives-motion is required so that the motion can be said to have happened at all. With his principle of the Identity of Indiscernibles. (BENEDIKT, 1992).

Newton (1642-1727), contemporâneo de Leibniz, pensou o espaço como puro vácuo, absoluto e imóvel, “um *plenum* de nada além de posições – pontos –, contínuo e vazio em todas as direções” (BENEDIKT, 1992).

Leibniz, porém, refutou as idéias de Newton e não via o espaço com um vazio, concepção que encontra eco na Física do século 20. Para Einstein,

These two concepts of space may be contrasted as follows: (a) space as positional quality of the material objects; (b) space as container of all material objects. In case (a), space without material object is inconceivable, in case (b), a material object can only be conceived as existing in space; space then appears as a reality which is in a certain sense superior to the material world. (apud WEBB, 2002).

O físico Sten Odenwald reforça a idéia de que não é possível um espaço sem matéria ou energia:

Experiments continue to show that there is no 'space' that stands apart from space-time itself... no arena in which matter, energy and gravity operate which is not affected by matter, energy and gravity. General relativity tells us that what we call space is just another feature of the gravitational field of the universe, so space and space-time can and do not exist apart from the matter and energy that creates the gravitational field. This is not speculation, but sound observation. (ODENWALD, 2002).

3.2.2 Do nada ao tudo: o espaço hoje

Descartes já havia notado que o que permite o movimento é o espaço (embora, em sua concepção, não houvesse espaços vazios: todo o espaço estaria cheio de átomos que transmitiriam o movimento de um ao outro). Leibniz ampliou esta idéia ao notar que o espaço não apenas permitia o movimento, mas também levava à identidade e à simultaneidade. Para ele, sem espaço, as coisas não seriam únicas nem contáveis, e tudo seria colapsado num único ponto, numa única coisa: a não-coisa.

Chamo a atenção, nesta concepção, para sua coincidência com as atuais teorias cosmológicas e com a teoria do *Big Bang*, segundo a qual o universo teria se originado de um único ponto.

A teoria cosmológica mais aceita atualmente entende que o universo conhecido começou com o chamado *Big Bang*. No instante zero, entre 12 e 20 bilhões de anos atrás, o universo seria inimaginavelmente quente e denso, talvez do tamanho de um ponto sem tamanho. Algo como a não-coisa de Leibniz. Esse ponto expandiu-se em um dado momento, gerando o espaço, a matéria, a energia, o movimento, e tudo o que se conhece como universo, hoje.

A física pode prever teoricamente o que aconteceu a partir do instante 10^{-43} segundos após o *Big Bang*. O que havia antes deste instante, não foi ainda possível descrever, até porque “antes” é um conceito temporal, que mede o movimento, e, se não havia espaço, não poderia haver movimento; portanto, não poderia haver um “antes”.

De qualquer forma, as teorias atualmente aceitas pela Física chamam o momento zero de **Teoria de Tudo**¹² (COSMIC MYSTERY TOUR, 1995).

Todos os indícios apontam para o fato de que, a partir do *Big Bang*, o **próprio espaço** expandiu-se violentamente, gerando uma sopa de partículas elementares da matéria: quarks (up e down) e léptons (elétron e neutrino) e suas partículas correspondentes, mas com energia negativa, chamadas de antipartículas ou antimatéria: anti-quarks e antiléptons. Instantes depois, a 10^{-43} segundos do início do universo, a força da gravidade separou-se das outras forças unificadas (ver Ilustração 3, p.42).

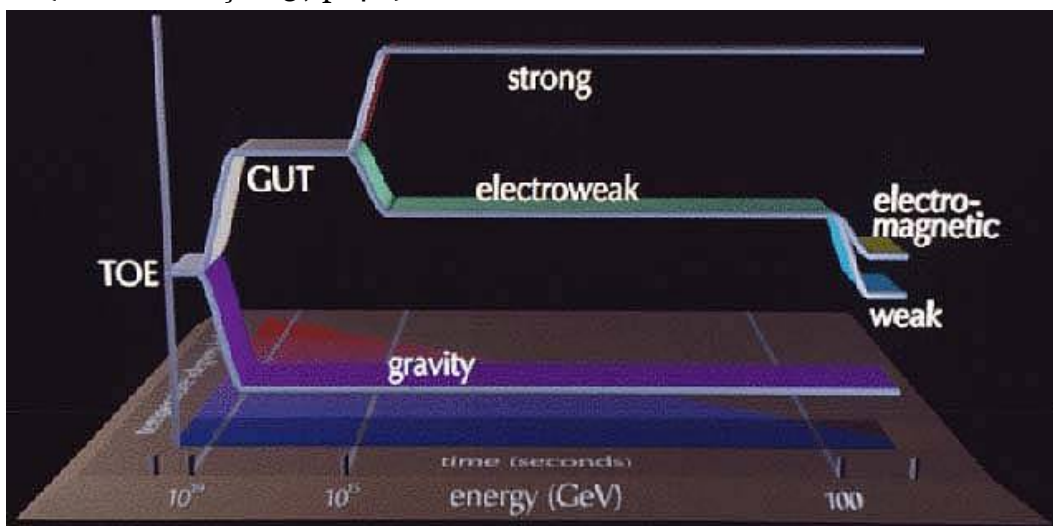


Ilustração 3: Gráfico mostrando as separações das quatro forças fundamentais do universo, em relação ao tempo. TOE é a Teoria de Tudo. GUT é a Era da Grande Unificação (COSMIC MYSTERY TOUR, 1995).

Deste momento até o instante 10^{-34} segundos, aconteceu a chamada **Era da Grande Unificação (GUT)**, quando a matéria e a energia eram praticamente intercambiáveis e estavam em equilíbrio. O eletromagnetismo e as duas forças nucleares (a força forte e a

¹² *Theory of Everything*, ou TOE

força fraca) eram a mesma coisa. Nesta Era, o espaço era tão pequeno que as partículas fundamentais estavam em constante colisão. Os quarks e léptons chocavam-se com suas antimatérias correspondentes, os antiquarks e antiléptons, resultando em energia liberada sob a forma de fótons. Os fótons chocavam-se entre si, constituindo novamente quarks e léptons, antiquarks e antiléptons. O próprio quark decaía em lépton, e vice-versa.

Ao final da Grande Unificação, havia uma pequena quantidade de matéria a mais que antimatéria, algo como uma parte em um bilhão a mais. Quarks puderam decair ou ser criados sem a correspondente criação ou decaimento de antiquarks (ver Ilustração 4, p.43).

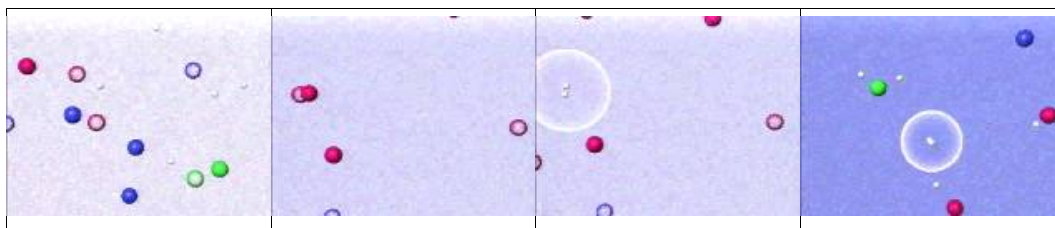


Ilustração 4: neste esquema, quarks são mostrados como esferas azuis, verdes e vermelhas. Antiquarks são apresentados como esferas da mesma cor, mas vazadas. As colisões que geram fótons são apresentadas como halos brancos (COSMIC MYSTERY TOUR, 1995).

Em dado momento, quando o universo estava a uma temperatura de 10^{27} graus kelvin, começou uma transição de fase, algo como o momento em que a água em fase líquida passa para a fase sólida, que os cientistas chamam de quebra de simetria. Esse processo liberou enormes quantidades de energia na forma de fótons. A força nuclear forte (*strong force*), que mantém unidos os núcleos dos átomos, de separou da força eletrofraca (*electroweak force*). Começou a **Era**

da Inflação¹³, quando o universo expandiu-se exponencialmente a uma taxa de 10^{50} vezes em 10^{-33} segundos.

Aos 10^{-12} segundos do início do universo, a **força eletromagnética** e **força fraca** separaram-se da força nuclear forte, resultando, então, nas quatro forças atualmente existentes. A força fraca atua no decaimento dos materiais radioativos, em distâncias subatômicas. A força eletromagnética propaga a eletricidade, magnetismo e radiações eletromagnéticas com a luz visível e raios cósmicos.

Com a contínua expansão e resfriamento do universo, os quarks começaram a se condensar e a formar, em grupos três, os hádrons (os hádrons mais estáveis são chamados de bárions: prótons e neutrons) e em grupos de dois, os mésons. Mésons e alguns tipos de bárions eram muito instáveis e não existem mais livremente no universo, embora possam ser criados em laboratório (ver Ilustração 5, p.45). essa primeira interação de partículas conhecida pode ser vista, também, como a **primeira semiose** conhecida. A partir do relacionamento de dois elementos (signos), formou-se um terceiro. Esse terceiro não é uma “coisa” inanimada, mas um processo em movimento.

¹³ Teoria proposta em 1981 por Alan Guth (SZAMOZI, 1988).

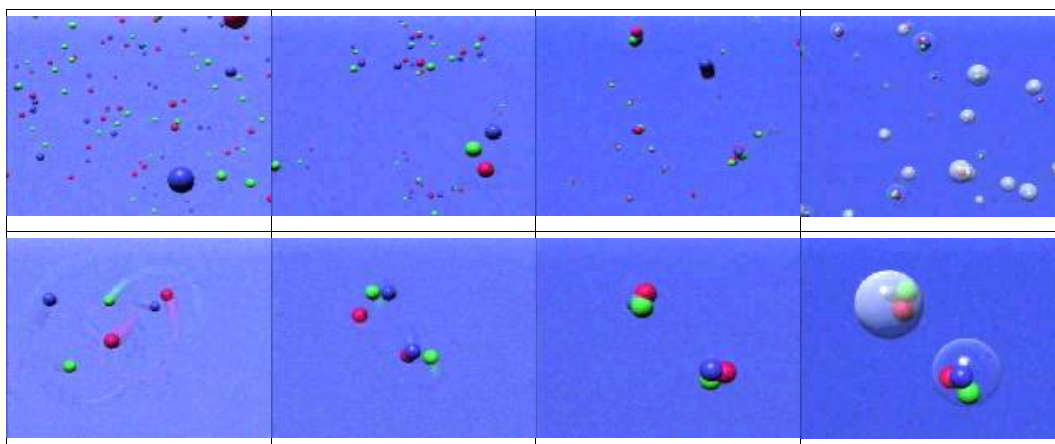


Ilustração 5: Quarks interagem e formam os hádrons (entre eles, os prótons e neutrons). Na linha de cima da tabela aparece um esquema geral do processo, e na linha de baixo, esquema do processo em detalhes (COSMIC MYSTERY TOUR, 1995).

No instante 10^{-4} (um décimo de milésimo de segundo) da criação do universo, não havia mais energia suficiente para criar novos pares de bárions/antibárions. Assim, os pares existentes foram se chocando até se aniquilarem quase que totalmente e produzindo um grande número de fótons, que formam hoje a chamada radiação de fundo do universo, descoberta em 1963. Essa radiação é um dos indícios que sustentam a teoria do *Big Bang* e da Grande Inflação. Restaram poucos bárions, já que eles eram em número levemente superior que os antibárions.

Quando o universo tinha 1 segundo de idade, aconteceu o chamado **Grande Esfriamento** (*Big Freeze Out*. Ver p.46). O universo esfriou ao ponto em que os pares de elétrons/antielectrons não puderam mais ser criados. Houve outra aniquilação, com a conseqüente criação de mais fótons. Restaram poucos elétrons, porque também

eram em número levemente superior ao de pósitrons (os anti-elétrons).

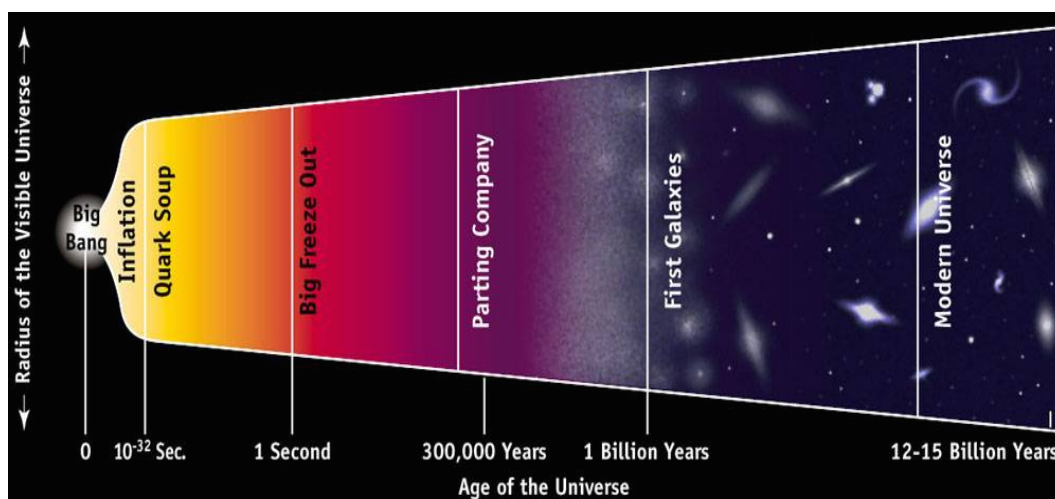
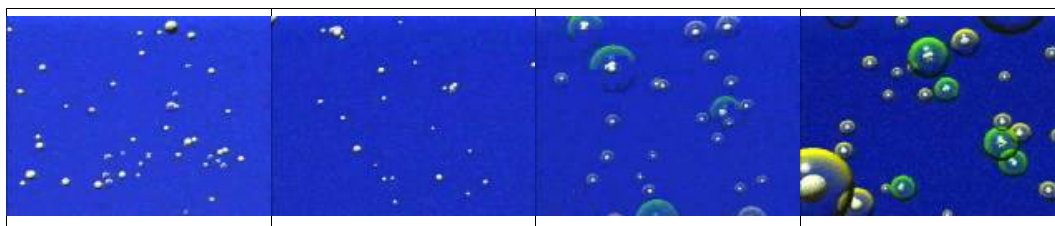


Ilustração 6: linha de tempo da formação do universo (COSMIC MYSTERY TOUR, 1995).

A **força fraca** foi perdendo efetividade para mediar a interação entre neutrino/antineutrinos e outras partículas. Assim, os neutrinos praticamente deixaram de interagir, escapando da destruição. Eles se espalharam em enorme quantidade pelo espaço, e suspeita-se que seja importante parte da chamada matéria negra, que não pode ser vista mas exerce grande influência sobre estruturas espaciais como galáxias.

Até os 100 segundos de idade, aconteceu o período chamado de **Era da Nucleossíntese**, quando o universo esfriou ao ponto em que prótons e nêutrons puderam ficar juntos sem serem separados por fótons em estado de alta energia. O núcleo de hidrogênio já estava “pronto”, pois ele é constituído de apenas um próton. Portanto, não precisou ser “criado”. Estes prótons isolados formaram 75% da matéria nuclear. Mas todos os nêutrons combinaram-se em pares com

prótons para formarem núcleos de Hélio, constituinte de 24% dos elementos leves primordiais. Também formaram-se pequenas quantidades de núcleos de deutério, com dois prótons; de trítio, com 3 prótons (deutério e trítio são formas de hidrogênio); de hélio-3, com dois prótons e um nêutron; e núcleos de lítio, com três prótons e quatro nêutrons (ver Ilustração 7, p. 47). Esta pode ser considerada a segunda semiose conhecida. A partir de hádrons (que tinham sua primiridade, suas propriedades como resultado da interação de quarks) que se relacionaram (sua secundidade), formaram-se núcleos de futuros átomos (a terceiridade).



**Ilustração 7: a formação de núcleos a partir dos bárions
(COSMIC MYSTERY TOUR, 1995).**

Depois destes primeiros segundos, prótons e núcleos ficaram vagando por 300 mil anos imersos em um mar opaco de fótons, elétrons e neutrinos. A concentração de partículas (ou seja, a falta de espaço) era tão grande que os fótons não podiam movimentar-se sem chocarem-se com alguma outra partícula. Essa movimentação toda e os choques impediam que os elétrons interagissem e entrassem em órbita dos núcleos e dos prótons. Assim que se combinassem formando átomos, os elétrons eram violentamente arrancados e tornados livres novamente (Ver Ilustração 8, p.48).

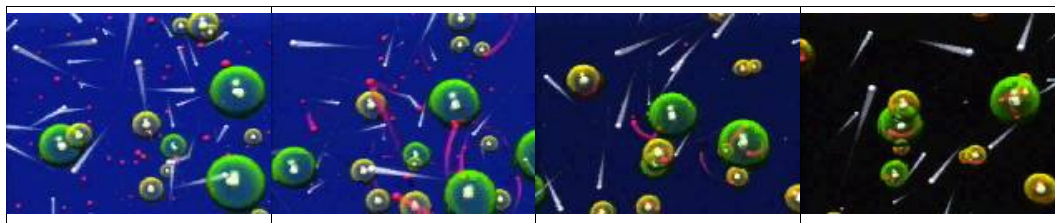


Ilustração 8: após 300 mil anos, os fótons já não tinham mais energia para tirar os elétrons (em vermelho) das órbitas dos núcleos e prótons. Formaram-se, então os primeiros elementos químicos estáveis: hidrogênio, hélio e lítio (COSMIC MYSTERY TOUR, 1995).

A partir desta época, estando em contínua expansão, o universo esfriou até cerca de 3 mil graus kelvin, impedindo que os fótons tivessem energia suficiente para tirar os elétrons das órbitas dos prótons e núcleos. Os núcleos e os prótons começaram a combinar-se com os elétrons formando a matéria estável, os chamados átomos, principalmente de hidrogênio e de hélio, além de traços de lítio. Chamado de **Era da Recombinação**, este período durou cerca de um milhão de anos. Esta pode ser considerada a terceira semiose conhecida. Os núcleos e os elétrons (que tinham suas propriedades, suas qualidades: a primeiridade) combinaram-se, interagiram (a secundidade) para formarem os átomos (a terceiridade).

A partir daí, o universo começou a ficar transparente, já que os fótons, carregadores das ondas eletromagnéticas como a luz, já não eram mais barrados pelos núcleos e prótons e puderam se dissipar livremente. Essa massa de fótons pode ser vista hoje como o fundo de microondas cósmicas ou radiação cósmica de fundo (COSMIC MYSTERY TOUR, 1995).

O restante dos elementos químicos do universo (ferro, oxigênio, cobre, carbono etc.) foram criados pelos ciclos de nascimento e morte

das estrelas. Novamente temos a semiose: os elementos primordiais, principalmente hidrogênio e hélio (com suas propriedades: a primeiridade), relacionaram-se, interagiram mediados pelas forças fundamentais (a secundidade) e, dessa interação, surgiram novos elementos (a terceiridade).

As estrelas, galáxias, aglomerações de galáxias e superaglomerações de galáxias foram criadas a partir a partir da matéria disponível e da possibilidade desta matéria sofrer interação mediada pelas quatro forças fundamentais **através do espaço**.

O resto da história é bem conhecido: numa destas galáxias, num sistema solar ao redor de uma estrela média, a temperatura e as condições gerais de um planeta permitiram que o carbono, em conjunto com átomos de outras substâncias, formasse longas cadeias, as macromoléculas. Estas se organizaram progressivamente em proteínas, em estruturas celulares, em células, o que se convencionou chamar de seres vivos. As células se organizaram em grupos formando organismos cada vez mais complexos, com sistemas biológicos como o circulatório, reprodutivo, digestivo e nervoso. O sistema nervoso de certas espécies vivas atingiu tal ordem de complexidade que a matéria, assim organizada, passou a ter consciência de si mesma.

Embora nem a Física teórica saiba explicar o que é o espaço, neste breve relato fica evidente que o universo, há bilhões de anos atrás, só pode se estruturar a partir do momento em que foi criada essa entidade inexplicável. O espaço é que permitiu, como notou Leibniz, a identidade, a simultaneidade e a discernibilidade. Só a partir do momento em que o interpretante percebe duas coisas no universo (dois

signos) como entidades separadas e diferentes, é que pode proceder ao segundo passo da semiose, que é comparar essas coisas. Da comparação advém a terceiridade, completando-se a semiose. Imediatamente, constitui-se uma nova “coisa” que vai proporcionar novamente a primeiridade, e, depois, outras novas coisas vão proporcionar a secundidade que levará à terceiridade. Assim, infinitamente, forma-se a cadeia semiótica.

Longe de limitar-se a seres humanos ou a seres vivos, a semiose pode ser vista aparecendo em todo e qualquer processo que exista no universo. O próprio Cosmos foi criado neste processo de significação. Algo, que nem os físicos atuais sabem o que era, deu origem às partículas e às forças fundamentais (ou **interações**, como os físicos também chamam as forças) que resultaram no atual universo. Tudo o que existe hoje é formado por quarks e léptons que interagem, formando os núcleos atômicos. Os núcleos e elétrons interagem formando os átomos. Os átomos interagem formando as estrelas, os planetas, as galáxias e outras estruturas do Cosmos. Outros átomos interagem e formam macromoléculas, que formam estruturas de células, que formam células, que formam aparelhos biológicos, que formam sistemas, que formam seres, que formam mentes, que sentem, que pensam, que interagem e formam sociedades que interagem e criam infinitas significações.

As interações, as forças que unem os seres pensantes, não se dão apenas com os aparatos do corpo biológico, mas começam a se estruturar para fora dele, com ferramentas que ampliam o poder dos corpos. Como o símio do Sahel africano, que cuidadosamente esculpe um

graveto para retirar mel de um tronco velho, o *homo sapiens* amplia seus instrumentos de interação com ferramentas lógicas, abrindo novas possibilidades de semiose. Na seção a seguir, alinhavo algumas concepções sobre espacialidade em interações por computador, buscando elementos para entender a movimentação dos leitores nos veículos noticiosos online.

3.2.3 Espaço em ambientes de redes informáticas

Num ponto da cadeia semiótica, os seres que pensam criaram máquinas que os auxiliam a fazer semiose. As máquinas foram colocadas em relação umas com as outras, constituindo as redes de computadores, vulgarmente chamadas de “ciberespaço”. Mas existiria mesmo espaço neste “ciberespaço”? Suely Fragoso (2000) faz um introdução à questão lembrando que o espaço tido como real “é apreendido e concebido sob influência das peculiaridades fisiológico-anatómicas do sujeito da percepção, e das circunstâncias da cultura e organização social e econômica em que se encontra inserido o mesmo sujeito”. Ela lista dois modos fundamentais de conceber este espaço real:

- **Espaço absoluto** – anterior e independente dos elementos que o ocupam. Caracteriza-se pela homogeneidade e infinitude. O concebemos segundo pressupostos teóricos como a física newtoniana ou a geometria euclidiana.
- **Espaço relacional** – emerge a partir das relações entre os objetos que compõe o espaço e das relações destes objetos com nosso corpo. Não se identifica com o espaço euclidiano.

Para Fragoso, nossa experiência parece pender mais para a do espaço relacional, embora concebamos o espaço absoluto:

Sujeitos da cultura ocidental do final do século XX, concebemos o espaço no sentido absoluto, conforme os pressupostos teóricos com os quais operamos a maior parte do tempo (por exemplo, a Física Newtoniana e a Geometria Euclideana). Percebemos o espaço, no entanto, a partir das relações que os elementos dentro de nosso campo de visão estabelecem entre si e com nosso corpo. (FRAGOSO, 2000).

Ela recorre a Gray para lembrar que, mesmo sendo um bom modelo, “a Geometria Euclideana não é mais que o resultado de um exercício de abstração matemática” e quem nem mesmo a tridimensionalidade corresponde direta ou necessariamente a uma realidade espacial objetiva. A autora cita dois exemplos para sustentar esta visão.

Primeiro, a geometria fractal concebe elementos matemáticos como dimensões fracionárias, diferentemente da geometria euclidiana, que trabalha com dimensões inteiras. O segundo exemplo vem igualmente de formulações matemática teóricas que concebem elementos com dimensões inteiras superiores a três. Fragoso (2000) cita também alguns autores que pensam o tempo como uma quarta dimensão (o próprio Einstein pensaria assim), enquanto outros recorrem a seres hipotéticos de duas dimensões para exemplificar como nossos sentidos estariam despreparados para conceber mundos de quatro dimensões. Ao espaço destes mundos, ela dá o nome de hiperespaço, salientando que

a apreensão em quatro ou mais dimensões é, no entanto, fundamental para o estudo de sistemas complexos, nos

quais as características de cada elemento precisem ser representadas por quatro, cinco ou mais variáveis. (2000).

A autora nota o uso de “hiperespaço” também em relação a sistemas de hipertexto, ressaltando que, neste caso, o termo não seja acompanhado por considerações sobre espaços multidimensionais. Mas ela lembra que a complexidade de sistemas de hipertexto sugere uma constituição “verdadeiramente hiperespacial”.

3.2.3.1 Ciberespaço

No início dos anos 1980, o escritor de ficção científica William Gibson inventou o termo *cyberspace* para designar “uma representação gráfica de dados abstraídos dos bancos de dados de cada computador no sistema humano” (GIBSON apud FRAGOSO, 2000).

Ainda nos anos 1980, o termo começou a ser empregado para designar interações humanas por redes de computadores (como Computer Bulletin Board Systems, os CBBS) e foi estendido à internet, com a popularização desta nos anos 1990. Para Fragoso, embora o termo esteja mais comumente associado à World Wide Web, na ficção de Gibson *cyberspace* está vinculado a uma “intenção de realismo representacional mais afinada com o paradigma de desenvolvimento de sistemas de ‘realidade virtual’ que com a experiência de navegação na Web”. A autora considera que, embora existam vários sistemas de “realidade virtual”¹⁴ na Web que poderiam ser um esforço de

¹⁴ Realidade virtual é um termo popularizado para designar sistemas de animação em perspectiva (simulação plana de 3 dimensões), estereográficas ou não, com alguma interatividade.

intensificar o caráter espacial da Web, a percepção de espacialidade independe da inclusão de modelos tridimensionais.

Para os usuários da Web, a espacialidade se revelaria pelas **relações** entre os elementos das páginas, a partir dos *links*, assim como a espacialidade do mundo físico é apreendida a partir da percepção das relações entre os elementos que o povoam.

Outra marca constitucional da espacialidade estaria no percurso, segundo Fragoso, “pois do ponto de vista do sujeito que navega a transição de uma para outra página é percebida como um deslocamento do ou no ciberespaço”. Ela vê também uma analogia entre a espacialidade da Web e a dos espaços urbanos, onde a experiência é, relacional e grandemente restrita a visualização de superfícies, como numa página HTML, levando à construção de uma espacialidade sem mapeamento.

Revisando um trabalho de C. Linde e W. Labour, M. de Certeau verifica como a idéia de mapa está ligada à cientificação do discurso, enquanto a construção da espacialidade a partir de descrições de percurso corresponde à experiência cotidiana, “à ‘cultura ordinária’ da percepção espacial (de Certeau, pp. 203-205). O percurso é outra marca da constituição relacional da espacialidade experimentada na World Wide Web, pois do ponto de vista do sujeito que navega a transição de uma para outra página é percebida como um deslocamento do ou no ciberespaço. O usuário seleciona o link que inicia a transição, e portanto controla a partida em direção a outra página. Também a demora na transmissão dos dados, característica do atual estágio de desenvolvimento tecnológico, estende por um intervalo de tempo mais que perceptível a transição de uma para outra página, enfatizando temporalmente os percursos entre as páginas (Sørensen, s. d., s. p.). Os ‘caminhos’ que ligam os diferentes elementos que constituem a World Wide Web podem permanecer invisíveis para o olhar unificador que mapeia, mas são percebidos pelo

sujeito que navega o ciberespaço e apreende sua espacialidade não apenas pelo que vê, mas também em função do ‘percurso’ que realiza entre uma e outra instância visualizável. Milhões de usuários ‘navegam’ pela World Wide Web todos os dias, e ao final de cada sessão no ciberespaço levam consigo uma impressão da estrutura espacial sinalizada pelos caminhos percorridos. (FRAGOSO, 2000).

Existem muitas metáforas arquitetônicas (portanto, espaciais) para explicar a experiência de uso do hipertexto na internet, como “cidades virtuais”, *netizens* (cidadãos da rede) e ciberflâneurs. André Lemos trata desta última figura a partir do *flâneur* popularizado pelo poeta Baudelaire: é a figura do escritor ou poeta vagabundo que caminha ociosa e gratuitamente pelas cidades. Lemos faz um paralelo com o usuário da Web que acessa informação aleatoriamente: “A ciber-*flânerie* é a *flânerie* por espaços relacionais de informação eletrônica”. Ele argumenta que o vagabundo, perdendo-se nas malhas urbanas, não só erra, mas produz sentido:

[a] ciber-*flânerie* no ciberespaço e a *flânerie* nas cidades nos permite jogar com o espaço instituído. Instauram-se, assim, apropriações silenciosas, minúsculas e banais, práticas de subversão intersticiais, possibilidades de se locomoverem escrevendo pequenas histórias. [...] O ciberespaço é esse lugar e espaço relacional (2001, p. 47-48).

Para Lemos, o ciber-*flâneur* é

um aventureiro que, ao mesmo tempo que segue o percurso dado, as estruturas de links da rede (ou seja, ele lê o ciberespaço) constrói e deixa traços, na construção de seus caminhos imprevisíveis (ou seja, ele escreve o ciberespaço). (2001, p. 48).

Citando Landow, para quem “os sistemas hipertexto permitem a um leitor tanto anotar um texto individual quanto vinculá-lo a ou-

tro, talvez contraditório”, Lemos infere que a *flânerie* permite uma forma de leitura-escrita. O sistema World Wide Web, como usado hoje, realmente não funciona desta maneira¹⁵, mas, de qualquer forma, saliento a idéia de **movimento** ligado à *flânerie*.

Mas existiriam mesmo dois tipos de espaço, um espaço físico e um espaço relacional? Ora, conforme as concepções de Peirce, todos os fenômenos que acontecem no universo são processos semióticos que desenvolvem-se segundo a tríade primeiridade-secundidade-terceiridade. Observando o esquema da Ilustração 2, p.33, onde reacomodei a tríade peirceana, noto que no eixo X, a secundidade – o nível sintático da semiose, o nível da comparação de dois signos – envolve o relacionamento. Para haver relacionamento, é necessário que duas coisas sejam observadas como distintas, individualizadas. Portanto, elas não podem ocupar o mesmo lugar no espaço, caso contrário seriam percebidas como apenas uma coisa, como apontou Leibniz. Além disso, a comparação envolve o movimento. Duas coisas não podem ser percebidas ou se perceber simultaneamente, como se não houvesse movimento de informação entre elas, ou como se o movimento fosse instantâneo (caso em que a informação se moveria em velocidade

¹⁵ Landow se referia a sistemas de hipertexto que realmente permitem ao usuário a leitura e escrita de hipertexto, como muitos usados em computadores Macintosh, com os quais o pesquisador trabalha. A própria Web foi imaginada por seu criador, Tim Berners-Lee, como um instrumento de leitura e escrita. No entanto, com a popularização do browser Mosaic e seus descendentes, como o Netscape e o Internet Explorer, que são apenas visualizadores de página, a World Wide Web transformou-se praticamente num sistema de apenas-leitura. Eventuais marcas e pistas deixada pelo usuários na Web são invísiíveis, interessando apenas a máquinas, administradores de sistema e a departamentos de marketing que gostam de saber dos hábitos de uso e de compras pela internet. Poucos programas de leitura de página Web permitem a escrita. Notadamente, o AOLpress (fora de linha) e, atualmente, o Amaya, esforço do consórcio W3 para um instrumento de colaboração na Web.

infinita). Posso dizer que não há simultaneidade no universo, embora possa conceber, por indícios e experiência, que tudo **exista** simultaneamente. No entanto, esta concepção é a de um universo “congelado”, “parado”. É a concepção apenas dos atributos das coisas, onde elas só existem como primeiridade ou potencialidade. É uma construção mental. Pelo processo de semiose, as coisas precisam relacionar-se (a secundidade, o nível sintático). **Relacionamento é movimento.** O movimento só é possível **através** do espaço, ou **porque existe** espaço.

Por exemplo, as partículas fundamentais, os quarks e os léptons, têm suas propriedades, mas a matéria só começa a se formar (a semiose só começa a acontecer) no momento em que estas partículas são postas em relações umas com as outras. Estas relações são mediadas pelas forças fundamentais. É através das forças que cada partícula “toma conhecimento” das outras. Essas forças precisam mover-se através do espaço, o que demanda tempo (o que, portanto, acaba com qualquer possibilidade de simultaneidade).

Isto acontece com qualquer fenômeno existente no universo, seja na Física subatômica, seja na Química, na Eletrônica, na Mecânica Celeste, na Cognição, na Arquitetura, nas Artes Visuais ou na vida em sociedade. Qualquer fenômeno segue a tríade primeiridade-secundidade-terceiridade, ou os níveis semântico-sintático-pragmático. Sem a sintaxe, que é dependente do espaço, não poderia haver semiose e, portanto, nada poderia existir.

É o espaço que permite a existência do *ciberflanêur* de André Lemos, o ator que faz o movimento, as conexões entre coisas que existem pelas redes de computadores.

O espaço – qualquer tipo de espaço, seja lá como se chame – está presente em qualquer fenômeno que exista no universo. Fragoso fala em “espaço relacional”, diferenciando-o do espaço absoluto. Mas mesmo o chamado espaço absoluto, citado pela autora, é um espaço relacional, ou antes, um espaço que permite o relacionamento, o movimento. Assim, **todo o espaço parece ser relacional**.

Ao longo das seções anteriores, salientei, nas idéias dos autores, as noções de espaço e movimento. Com isto posso tecer as seguintes considerações:

- O espaço é o cenário, o pano de fundo possibilitador da relação e da interação entre coisas.
- A relação entre as coisas acontece pelo movimento.
- Parece que tudo o que existe são coisas movimentando-se pelo espaço e interagindo, formando novas coisas. Tudo são processos, coisas em movimento, mesmo a chamada matéria física aparentemente sólida e imóvel. Ou, dito de outra forma, tudo no universo é físico e material, mesmo nossos sentimentos, pensamentos abstratos (que podem ser vistos como configurações de sinapses: células nervosas e neurotransmissores movimentando-se) ou nossos relacionamentos sociais.

3.3 A semiose visual

Observo, então, que o movimento é uma característica essencial da linguagem. Especificamente, é uma característica do nível sintático da linguagem, o nível que coloquei no eixo X, no esquema da Ilustração 2, p. 33. (Linguagem, aqui, é entendida como a interação entre os níveis semântico e sintático da semiose, entre o “dicionário” e “gramática” das coisas). A sintaxe acontece numa linha de tempo.

Esse movimento, no caso da semiose visual, vai ser operado pelo leitor. Lemos uma palavra, depois a outra, depois outra. Vemos um detalhe de uma pintura, depois outro e outro. Olhamos um fotograma de um filme, depois outros. Olhamos para uma foto de jornal, depois para o título da notícia, depois para o texto. O “antes” e o “depois” denunciam a existência do tempo, mas o próprio tempo, como demonstram os físicos do século 20, não existe como entidade, pode ser visto como uma convenção humana, uma medida de movimento da matéria no espaço.

Ao longo da evolução da Arte no Ocidente, artistas e estudiosos já haviam percebido esse movimento dos olhos. No início do século 20, os conhecimentos sobre linguagem visual foram consolidados de maneira metódica a partir dos movimentos modernistas. Aplicados ao jornalismo visual (embora de forma empírica e algumas vezes equivocada, como mostro adiante) os conceitos de linguagem visual têm influenciado a criação gráfica, até hoje. Agora, muitos destes conhecimentos são também aplicados em mídias online.

3.3.1 A semiose visual em artes plásticas

A tradição do design gráfico no século 20 baseia-se nos movimentos de arte vanguardistas dos anos 1920 e 1930 como o Construtivismo, De Sijl e Bauhaus, e na psicologia Gestalt, segundo Bacelar (2003).

A expressão "linguagem visual" surge constantemente nos textos de design: um vocabulário de elementos básicos (pontos, linhas, formas, texturas e cores) está organizado numa gramática de contrastes (equilíbrio/instabilidade, simetria/assimetria, duro/suave, leve/pesado). Esta teoria foi elaborada no Curso Básico de Johannes Itten, na Bauhaus. Um programa idêntico foi posteriormente continuado por Kandinsky e Moholy-Nagy. Livros como *Linguagem da Visão* de Gyorgy Kepes, professor na New Bauhaus de Chicago, nos anos 40, continuaram a desenvolver esta teoria do design como uma linguagem baseada na abstracção. Kepes escreve: '(...) tal como as letras do alfabeto podem ser combinadas de inúmeras formas para constituir palavras e obter significados, também as qualidades ópticas das formas podem ser combinadas ... e cada combinação específica dá origem a uma sensação espacial distinta.' (BACELAR, 1998).

No entanto, a combinação de elementos gráficos na composição visual não é uma preocupação nova, e tem sido objeto de estudo de artistas ao longo da evolução da arte ocidental:

Na Arte figurativa, em geral, a preocupação na organização e disposição dos elementos utiliza-se dos mesmos princípios posteriormente estudados pela Gestalt, desde os estudos de [Leonardo DaVinci] e Alberti sobre a perspectiva e a hierarquização dos componentes, podendo os valorizar, dar-lhes destaque ou relegando-os a segundo plano, tendo como resultado na obra final um papel principal e destacado, logo percebido pelo espectador, ou secundário no entendimento da cena. (WIKIPEDIA, 2003).

Os artistas, professores e teóricos dos movimentos modernistas, embora possam ter sido reducionistas em suas concepções¹⁶, definiram dicionários de elementos visuais e gramáticas visuais, que governam a combinação daqueles elementos, resultando na linguagem visual que domina até hoje as artes gráficas. Ou seja: eles definiram os elementos que compõem a primeiridade e a secundidade da semiótica visual, como operações para se chegar à terceiridade.

Os elementos do design (que constituem a primeiridade da semiótica visual) são os “ingredientes básicos que não podem ser quebrados em pedaços menores” (FULTZ, 2003). São os átomos do design:

- a) A linha
- b) O contorno
- c) A forma
- d) O valor
- e) A cor
- f) A textura

A gramática visual, as regras básicas de combinação destes elementos (que posso chamar de secundidade da semiótica visual), foram chamados de Princípios do Design. “Nós usamos esses princípios em nossa vantagem, de maneira a comunicar visualmente o que não podemos dizer com palavras” (FULTZ, 2003):

¹⁶ Para Bacelar, ao contrário da universalidade de certos conceitos de percepção visual, pregada por Bauhaus, a capacidade de reconhecer formas visuais está ligada a contextos históricos específicos: “A ideia de design deveria ser entendida não como um catálogo de estilos ou como um cânone de regras formais, mas como um empreendimento complexo que integra os domínios da política, da economia e da cultura.” (1998).

- a) **Unidade:** todos os elementos do plano visual devem parecer pertencer a um mesmo todo
- b) **Contraste:** o oposto da unidade, obtido pela justaposição de elementos muito diferentes ou, até mesmo, contrários
- c) **Harmonia:** a mistura de unidade e contraste, “resultando num todo visual prazeroso” (FULTZ, 2003)
- d) **Balanço:** a distribuição equilibrada do peso visual na área gráfica
- e) **Ritmo:** o "tempo" (no sentido que a música dá ao termo) de uma obra visual
- f) **Proporção:** o tamanho de um elemento em relação a outro

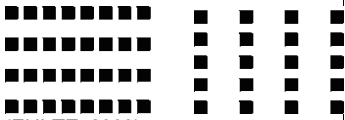
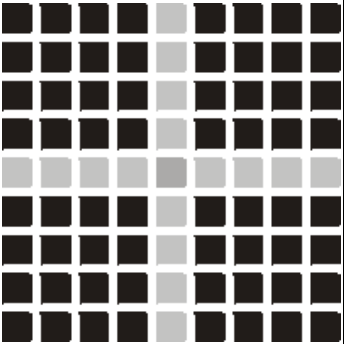
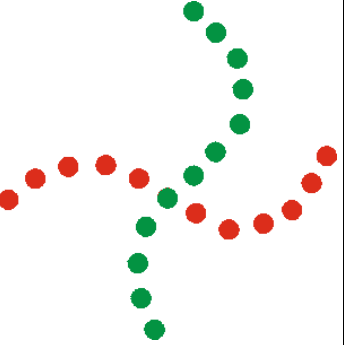
A psicologia Gestalt foi um movimento surgido na Alemanha, nos anos 1920. A palavra alemã tanto pode significar “forma”, quanto “estrutura”, e era usada pelo movimento no sentido de “todo unificado”, “configuração”. O mote da Gestalt era “O todo é mais do que a soma das partes”. Por exemplo: um acorde musical não é percebido como três ou mais notas, mas como uma só coisa. O sentido de uma frase não é definido pelas palavras, individualmente, mas pela relação entre as palavras na frase.

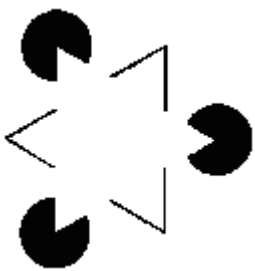


Bacelar diz que esta teoria

“pretende demonstrar que não podemos perceber senão totalidades, fenómenos inteiros e estruturados, indissociáveis do conjunto no qual eles se inserem e sem o qual nada mais significam. Estas gestalts, estas formas totais, são como que imagens ricamente coloridas que emergem uma a uma, sucessivamente, de um fundo no qual vão de novo imergir e perder-se, sem que nós possamos opor-nos a isso, porquanto elas perderam o seu interesse para o observador.” (1998).

Fultz acha importante que um artista gráfico conheça a teoria da Gestalt, porque “ela nos permite prever como os observadores responderão a um design. Ela não apenas nos assegura que nossas intenções serão entendidas corretamente, como também nos ajuda a criar um design dinâmico” (2003). Para atingir estes objetivos, o movimento Gestalt também criou sua gramática visual, sua lista de normas que governam a percepção humana e que auxiliam o artista gráfico a combinar elementos visuais:

Tabela 2- Princípios da Gestalt

<i>Lei</i>	<i>Descrição</i>	<i>Exemplo</i>
Lei da proximidade	Elementos próximos serão percebidos como um objeto coerente (FULTZ, 2003). "Os elementos são agrupados de acordo com a distância a que se encontram uns dos outros. Logicamente, elementos que estão mais perto de outros numa região tendem a ser percebidos como um grupo, mais do que se estiverem distante de seus similares." (WIKIPEDIA)	 (FULTZ, 2003)
Lei da similaridade ou semelhança	Elementos que parecem similares serão percebidos como parte da mesma forma (Fultz). "Possivelmente a lei mais óbvia, que define que os objetos similares tendem a se agrupar. A similaridade pode acontecer na cor dos objetos, na textura e na sensação de massa dos elementos. Estas características podem ser exploradas quando desejamos criar relações ou agrupar elementos na composição de uma figura. Por outro lado, o mau uso da similaridade pode dificultar a percepção visual como, por exemplo, o uso de texturas semelhantes em elementos do “fundo” e em elementos do primeiro plano." (WIKIPEDIA)	 (FULTZ, 2003)
Lei da boa continuação	Humanos tendem a continuar o contorno onde os elementos do padrão estabelecem uma direção implícita (Fultz). "Está relacionada à coincidência de direções, ou alinhamento, das formas dispostas. Se vários elementos de um quadro apontam para o mesmo canto, por exemplo, o resultado final “fluirá” mais naturalmente. Isso logicamente facilita a compreensão. Os elementos harmônicos produzem um conjunto harmônico." (WIKIPEDIA, 2003)	 (FULTZ, 2003)

<i>Lei</i>	<i>Descrição</i>	<i>Exemplo</i>
Lei do fechamento ou clausura	Humanos tendem a fechar um espaço completando o contorno e ignorando falhas na figura (Fultz). "O princípio de que a boa forma se completa, se fecha sobre si mesma, formando uma figura delimitada. O conceito de clausura relaciona-se ao fechamento visual, como se completássemos visualmente um objeto incompleto. Ocorre geralmente quando o desenho do elemento sugere alguma extensão lógica, como um arco de quase 360° sugere um círculo. O conceito de boa continuidade está ligado ao alinhamento, pois dois elementos alinhados passam a impressão de estarem relacionados." (WIKIPEDIA, 2003)	 <p>(FULTZ, 2003)</p>
Lei de <i>prägnanz</i> (lei da boa forma)	Um estímulo será organizado da melhor maneira possível para formar uma figura. "Melhor" significa simetricamente, de forma simples e regular. (Fultz). "A mais importante de todas, possivelmente, ou pelo menos a mais sintética. Diz que todas as formas tendem a ser percebidas em seu caráter mais simples: uma espada e um escudo podem tornar-se uma reta e um círculo, e um homem pode ser um aglomerado de formas geométricas. É o princípio da simplificação natural da percepção. Quanto mais simples, mais facilmente é assimilada: desta forma, a parte mais facilmente compreendida em um desenho é a mais regular, que requer menos simplificação." (WIKIPEDIA, 2003)	 <p>A figura acima será percebida como um quadrado e um triângulo, e não como três polígonos brancos sobre outro polígono vermelho. (FULTZ, 2003).</p>
Lei da figura/fundo	Um estímulo será percebido como separado de seu fundo (FULTZ, 2003)	 <p>(FULTZ, 2003)</p>
Experiência passada	"Esta última relaciona-se com o pensamento pré-Gestáltico, que via nas associações o processo fundamental da percepção da forma. A associação aqui, sim, é imprescindível, pois certas formas só podem ser compreendidas se já as conhecermos, ou se tivermos consciência prévia de sua existência. Da mesma forma, a experiência passada favorece a compreensão metonímica: se já tivermos visto a forma inteira de um elemento, ao visualizarmos somente uma parte dele reproduziremos esta forma inteira na memória." (WIKIPEDIA, 2003)	

Figuras: Fultz, 2003.

3.3.2 Semiose visual no jornalismo impresso

Durante muito tempo, até os anos 1980, se acreditou que o leitor ocidental de jornais olhasse uma página de jornal conforme o sentido ocidental de leitura: começaria pelo canto superior esquerdo da página, faria um movimento em forma de Z e terminaria no canto inferior direito (DINES, apud SILVA, 1985, p. 47). Alguns autores chegaram a determinar as áreas das páginas de jornais que seriam mais importantes, quanto outras seriam de interesse secundário ou “zonas mortas.” (ARNOLD apud SILVA, 1985, p. 47).

No entanto, um estudo laboratorial feito em 1990 mediu com mais precisão o movimentos dos olhos do leitor pelas páginas, e, embora tenha confirmado certas idéias a respeito de leitura, desfez alguns mitos do jornalismo gráfico.

Este estudo, chamado de *Eyes on the news*, foi levado a cabo por Mario Garcia e Pegie Stark nos Estados Unidos com leitores habituais de jornais (pessoas que liam jornais, em média, seis dias por semana) com idades entre 25 e 43 anos.

Os participantes usavam um aparelho do Gallup Applied Science chamado EYE-TRACK Research, que grava em uma fita de vídeo o movimento dos olhos pelas páginas dos jornais (GARCIA, STARK, 1991). Assim, pode ser verificado o “ponto de entrada” dos leitores numa página.

Este ponto de entrada é o primeiro local de interesse do observador de uma obra visual. Este é um conceito importante para artistas

visuais e diagramadores, pois é a partir dele que o leitor vai começar a perceber os elementos que compõem uma obra visual ou uma página de jornal e a fazer relações entre estes elementos. O estudo *Eyes on the News* denominou os dois primeiros pontos para os quais o leitor olhou de *Ponto de Entrada Primário* e *Ponto de Entrada secundário*. Garcia e Stark observaram, então, que leitores não olham automaticamente para o canto superior direito das páginas, como supunham editores e diagramadores. Em vez disso, as fotos ou ilustrações dominantes é que são os pontos de entrada primários. Os pontos de entrada secundários são outras fotos dominantes ou títulos grandes. Em geral, os leitores que participaram da pesquisa começaram a ler páginas internas dos jornais pelas fotos grandes das páginas da *direita*. O segundo ponto de entrada foi a foto da página *esquerda* ou títulos grandes. Isto confirma alguns pressupostos jornalísticos: a página direita é mais vista. No entanto, os leitores não mostraram nenhum “mapa visual” da página preconcebido, como se acreditava nas redações de jornal.

Considero bastante significativa neste estudo a constatação de que os olhos percorrem um “caminho” pela página, percebendo cada elemento gráfico (que entendo como primeiridade) e comparando-os (secundidade) para dar um sentido à composição visual (terceiridade). Assim, o artista gráfico ou diagramador determina, segundo as regras de composição visual apreendidas intuitivamente ou pelo estudo das escolas modernistas de artes visuais, a maneira como o leitor vai “ler” graficamente a página de jornal. Neste contexto, as fotos, ilustrações e títulos têm uma importância fundamental. As imagens visuais, no jornalismo impresso, são o ponto de entrada

principal. No entanto, na internet (como veremos a seguir no estudo Eyetrack 2000) as imagens visuais parecem não ter tanta importância, mas o texto é que toma o lugar principal no processo de leitura de página Web. Isso parece se confirmar em meu estudo laboratorial, onde os entrevistados revelaram procurar primeiro por manchetes e onde a simples lista de notícias não teve a preferência dos leitores.

Outro ponto interessante na pesquisa *Eyes on the News* é que os anúncios não competiram com o espaço editorial: nunca foram pontos de entrada, nem mesmo quando eram coloridos ou de página inteira.

Muitos dos elementos e dos princípios da mídia impressa foram legados à mídia online, como veremos na próxima seção.

Ilustração 9 - Percursos da leitura



Os percursos da leitura de página de jornal: o estudo *Eyes on the News* descobriu que a maior parte dos leitores de jornais começa a ver a página pela foto maior, seguindo para a foto menor e para os títulos (GARCIA, STARK, 1991, p. 31-37)

3.3.3 A semiose visual no jornalismo online

Dez anos depois do estudo *Eyes on the News*, uma pesquisa semelhante foi realizada pelo Poynter Institute e Stanford University com

67 leitores de jornais na Web em Chicago e St. Petersburg, com idades variando de 20 a 70 anos, majoritariamente caucasianos, cerca de metade deles com curso superior (LEWENSTEIN, 2000). Neste estudo,



Ilustração 10: Equipamento usado para monitorar o movimento dos olhos de leitores de jornais na Web (LEWENSTEIN, 2000)

denominado *Eyetracking Online News*, foi usado um aparato com princípio semelhante ao usado na pesquisa *Eyes on the News* sobre jornais de papel, mas com sensores orientados ao uso de computadores com interfaces gráficas, conforme Ilustração 10, na página 69. Na Ilustração 11, página 70, aparece um exemplo do resultado obtido. Os pesquisadores acharam mais conveniente usar este dispositivos de aferir o caminhos dos olhos pelas páginas do que se basear em depoimentos dos leitores (*recall*) após o experimento, ou usar câmeras de vídeo, como já havia feito em outra oportunidade, em 1997.

O dispositivo, preso à cabeça dos leitores, tinha pequenas câmeras monitorando os olhos e outra câmera captando o movimento de suas cabeças, de maneira a medir com precisão de alguns milímetros o ponto da tela em foco. As informações de movimentação dos olhos foram gravadas sincronizadamente e sobrepostas às imagens capturadas das telas do computador durante a leitura.



Ilustração 11: Exemplo de mapa obtido com o dispositivo de gravação do caminho

¹⁷ O estudo Stanford-Poynter desenvolveu alguns termos para analisar o movimento dos olhos nos mapas obtidos com o dispositivo, como o da Ilustração 11, página 70:

“**Fixation:** There are two components to using our eyes to look at the world: 1) times when the eye is still or ‘fixated,’ and 2) times when the eye is moving. We absorb information only when the eye is still, that is, during ‘fixations.’ In everyday activities, there are 2-5 fixations every second. The eyetracker records where on the screen the eye was pointed during each fixation. We can draw a ‘fixation box’ around that spot on the screen to estimate what information was actually in focus during that fixation.

“**Fixation Box:** An area on the screen that estimates the information in focus during a fixation.

“**Fixation Cluster:** The area on the screen taken in by adjacent or overlapping fixation boxes.

“**Flat Right Fixations:** A sequence of fixations moving from left to right across the screen to form a rough horizontal line. We can draw a ‘flat right box’ around the line, estimating the information in focus during that series of flat right fixations. Flat right behavior is the behavior we expect during reading.

“**Flat Right Box:** An area on the screen that estimates the information in focus during a series of flat right fixations.” (LEWENSTEIN, 2000).

No entanto, os pesquisadores ressaltam que a absorção de informações pode se dar fora da área de fixação ocular. Dessa maneira, gráficos poderiam ser percebidos mas não atrairiam o foco do leitor.

Apesar do estudo *Eyetracking Online News* ter servido como referência para mim, o estudo laboratorial que descrevo aqui tem algumas particularidades. Além das diferenças óbvias de público, tempo e local – estudei jovens, brasileiros, três anos depois da pesquisa Stanford-Poynter – a mais notável é que procurei ir além da constatação de como os leitores usam jornais online, e fiz um esforço de teorização sobre o ato de usar uma mídia nova. Também não me preocupei muito em analisar o conteúdo de interesse dos leitores, pois meu foco era apenas o movimento deles pelas páginas dos veículos, diferentemente de Stanford-Poynter.

4 ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS

O questionário de meu estudo laboratorial foi organizado em nove blocos de perguntas:

a) **Hábitos de leitura online**

Questões que ajudaram a definir o perfil de leitor de jornais online.

b) **Hábitos de navegação.**

Perguntas que procuraram identificar o relacionamento dos usuários com a interface computadorizada e com a forma atualmente usada para dispor informação na World Wide Web.

c) **Percepção de aspectos gráficos de página Web**

A intenção foi buscar pistas sobre a percepção espacial de site informativos.

d) **Percepção de aspectos multimídia**

Tiveram o objetivo de levantar os aspectos mais ligados ao movimento, em que o tempo é a medida principal.

e) **Uso de recursos de arquivamento dos site**

Questões que buscaram descobrir o uso de recursos que desta-

cam as mídia online de mídias tradicionais: a capacidade de guardar e permitir a recuperação de conteúdo jornalístico de forma fácil e barata.

f) Aspectos relativos à leitura laboratorial

Perguntas de controle, visando a comparação com as observações feitas nos vídeos colhidos durante a consulta dos usuários aos jornais online.

g) Aspectos emotivos relacionados com computadores

Questões que procuraram identificar elementos relacionados com emoções negativas ou positivas desencadeadas pelo uso de computadores.

h) Hábitos de leitura de jornais de papel

Perguntas que visavam levantar aspectos ligados ao uso de mídia visual tradicional com o objetivo de comparar com hábitos desenvolvidos na mídia computadorizada.

i) Aspectos comparativos entre mídia papel e mídia online.

Questões com objetivo de perceber a relação que o usuário faz entre a mídia impressa tradicional e a mídia online.

4.1 Hábitos e ambiente de leitura online.

As questões deste bloco que ajudam a definir o perfil de leitor de jornais online. Os resultados aparecem nas tabelas seguintes.

4.1.1 Quais jornais online ou sites de notícias você costuma ler?

Esta pergunta de resposta múltipla e espontânea teve como resultado a tabela a seguir:

Tabela 3 - Quais jornais online ou sites de notícias você costuma ler?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>
1	AF1	Clicrbs; terra on line;ig
2	AF2	bbc brasul
3	AS1	terra
4	BL1	Portal 3, Terra, Folha Online, ClicRBS, etc
5	BS1	Dirce e Portal do Leão Lobo
6	DG1	uol,folha,bbc,gnt
7	DW1	Estadão, Terra, Veja
8	ED1	Folha Online, BBC Brasil, ClicRBS, Terra, e por aí vai...
9	FF1	www.estadao.com.br www.terra.com.br www.comunique-se.com.br www.clicrbs.com.br
10	FG1	Folha e Terra
11	FL1	ZH, Correio do Povo, Folha de SP
12	GM1	clicRBS, MTV, bocada forte, real hiphop, centro de mídia independente
13	GM2	Clic RBS
14	HO1	clicrbs
15	JA1	clicrbs
16	JO1	ecoagencia.com.br
17	JS1	clicrbs, estadão, folha
18	KM1	ElPeriódico de Catalunia, BBC. CNN
19	LO1	carosamigos.terra, clicrbs, cartacapital.terra, veja, istoé,
20	LR1	veja,bbc,terra...
21	LS1	ClicRBS, Estadão, www.newsinsider.org
22	PS1	jb, ig, terra, clicrbs, globo.com
23	VC1	globonews, click rbs, terra e band news
24	VP1	estadão e outros que forneçam as últimas notícias
25	VS1	jornais impressos

As respostas revelam uma preferência pelo site local da região (ClicRBS), seguido por grandes sites brasileiros ou internacionais em língua portuguesa. É interessante contrapor esta tendência à carac-

terística de mídia com acesso mundial que é a internet. Parece continuar valendo a percepção de editores de jornais que a **proximidade** do fato é um dos critérios de noticiabilidade, mesmo que a internet permita o acesso a qualquer site do mundo.

Tabela 4 - Sites preferidos por abrangência cobertura geográfica

<i>Site</i>	<i>Abrangência</i>	<i>Citações</i>	<i>Porcentagem</i>
ClicRBS (do grupo RBS)	Local	12	18,75
Terra (apenas online)	Nacional	10	15,63
Folha Online/Folha de São Paulo (do jornal paulistano)	Nacional	5	7,81
Estadão (do jornal Estado de São Paulo)	Nacional	5	7,81
BBC (da rede de TV e rádio britânica)	Internacional	4	6,25
Veja (da revista semanal)	Nacional	3	4,69
Ig (portal apenas online)	Nacional	2	3,13
Outros (com apenas uma citação cada): Dirce, Portal do leão Lobo, Portal 3, UOL, GNT, Comunique-se, Zero Hora, Correio do Povo, MTV, Bocada Forte, Real HipHop, Centro de Mídia Independente, El Periódico de Cataluña, CNN, Caros Amigos, Carta Capital, Istoé, Newsinsider, JB (do Jornal do Brasil), Globo.com, Ecoagência, Globonews, Bandnews.		23	35,94
Total de citações		64	100
Total de citações únicas		30	

Também nota-se preferência por sites ligados a veículos de comunicação tradicionais. Dos 30 diferentes sites citados, apenas 8 são veículos exclusivamente de mídia online. Os 22 restantes são ligados a conglomerados de comunicação ou a veículos impressos ou eletrônicos.

Tabela 5 - Sites conforme o vínculo a conglomerados de comunicação

<i>Origem</i>	<i>Site</i>	<i>Total</i>	<i>Porcentagem</i>
Veículos impressos	Folha Online, Veja, Estadão, Folha de SP, El Periódico de Cataluña, Caros Amigos, Carta Capital, Istoé, JB, Zero Hora, Correio do Povo	11	36,67
Veículos eletrônicos (rádio, TV)	BBC, MTV, GNT, Globo.com, Globo News, Band News	6	20

<i>Origem</i>	<i>Site</i>	<i>Total</i>	<i>Porcentagem</i>
Portais ligados a conglomerados de comunicação	ClicRBS, UOL, CNN	3	10
Portais exclusivamente internet	Terra, iG, Portal 3	3	10
Sites exclusivamente na internet	Bocada Forte, Real Hip Hop, Centro de Mídia independente, Comunique-se, Newsinsider	5	16,67
Portais de colonistas de mídias tradicionais	Dirce, Portal do Leão Lobo	2	6,67
Total de citações únicas		30	100

Finalmente, sobressai a ausência de sites ligados à mídia radi-
ofônica, com exceção da BBC.

4.1.2 Em que lugar costuma ler

Pergunta de resposta livre. O local de leitura pode definir o tipo de conteúdo que o leitor acessa: o local de trabalho ou escola podem ter conexão rápida, permitindo acesso a multimídia, o que pode não acontece se o acesso for feito de casa, com conexão discada.

Tabela 6 - Em que lugar costuma ler?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentário</i>
1	AF1	Na universidade	
2	AF2	No trabalho	
3	AS1	No trabalho	
4	BL1	No trabalho	Eu queria clicar em duas respostas! Acesso sempre no trabalho, que é na Universidade
5	BS1	Em casa	
6	DG1	Em casa	
7	DW1	No trabalho	
8	ED1	Outro	Acesso em todas as alternativas: leio no trabalho, principalmente, diariamente, todas as manhãs, por obrigação trabalhista e por gosto pessoal também; leio em casa e também aqui na Unisinos...
9	FF1	Em casa	Costume acessar esses sites em casa, quando eu volto do trabalho, na parte da tarde. Das 7h30 até 8h, tb acesso os sites antes citados, mas no trabalho. Na unisinos acesso raramente, utilizo mais o google para pesquisas.

Nº	Usuário	Resposta	Comentário
10	FG1	Em casa	Leio principalmente em casa, pela manhã, antes de ir trabalhar, ao meio-dia e de madrugada, quando chego em casa da faculdade. No trabalho leio jornais impressos, como Zero Hora e Pioneiro.
11	FL1	Em casa	No banheiro
12	GM1	Em casa	Leio notícias na internet somente de veículos dos quais eu necessito me informar por obrigação. Quando trata-se uma revista, mais especificamente, que eu gosto daquilo que é escrito eu compro pois para ler é melhor no papel do que na internet.
13	GM2	Em casa	Sempre que preciso me atualizar em alguma notícia, entro no Clic
14	HO1	Na universidade	
15	JA1	No trabalho	
16	JO1	Na universidade	A universidade é o unico lugar que tenho acesso a internet e nos fins de semana me incluo na lista de excluidos digitais.
17	JS1	Na universidade	
18	KM1	Na universidade	
19	LO1	No trabalho	
20	LR1	Na universidade	
21	LS1	Em casa	
22	PS1	Na universidade	
23	VC1	Em casa	
24	VP1	Outro	Normalmente quando eu estiver acessando a Net, tanto em casa, no trabalho, ou na universidade...
25	VS1	No trabalho	

Esta pergunta de resposta induzida (em casa, no trabalho ou na universidade) resultou na seguinte tabela:

Tabela 7 - Local de acesso a sites de informação

Local	Opções	Porcentagem
Em casa	9	36
Na universidade	7	28
No trabalho	7	28
Outro (de todos estes lugares)	2	8
Total	25	100

Nota-se um equilíbrio entre os locais de acesso a sites noticiosos e de informação, com destaque para o fato de que 15 dos 26 entrevistados (60%) não acessam de casa.

4.1.3 Em que horários você lê sites de notícias ou jornais online?

Esta pergunta de resposta livre não detectou nenhuma tendência específica.

Tabela 8 - Em que horários você lê sites de notícias ou jornais online?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>
1	AF1	Entre as 17h e 19h
2	AF2	durante o dia
3	AS1	na parte da manha, com mais frequencia
4	BL1	À tarde
5	BS1	das 14 as 18
6	DG1	manha e noite
7	DW1	13h
8	ED1	Leio pela manhã, logo que chego ao trabalho... Em casa e na universidade, leio à noite...
9	FF1	das 7h30 às 8h das 16h às 18h e das 23h até 0h00
10	FG1	8 horas, 12 horas e a partir da meia-noite
11	FL1	Antes das aulas
12	GM1	não possuo horário fixo.
13	GM2	Sem horários definidos. Quabdo preciso de informação, ou quando tenho tempo para navegar livremente.
14	HO1	a noite
15	JA1	manha e noite
16	JO1	Durante o dia.
17	JS1	à noite
18	KM1	Pela manhã, de preferencia primeira hora do dia.
19	LO1	pela manhã
20	LR1	
21	LS1	noite e finais de semana
22	PS1	pela manhã ou quando estiver conectada
23	VC1	durante o dia e noite
24	VP1	o dia inteiro... acesso mais mesmo pela manhã e à noite
25	VS1	durante o horário comercial

4.1.4 Quantos minutos por dia, aproximadamente, você leva lendo sites de notícias ou jornais online?

Pergunta de resposta livre.

Tabela 9 - Quantos minutos por dia, aproximadamente, você leva lendo sites de notícias ou jornais online?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>
1	AF1	120 minutos
2	AF2	20 minutos
3	AS1	acho que em torno de 20 minutos pela manhã e volto a ler algo pela tarde quando tenho tempo
4	BL1	Leio várias vezes ao dia, acredito que no total chega a uma hora!
5	BS1	4 horas em media
6	DG1	30 minutos no minimo
7	DW1	30min
8	ED1	Em torno de uma ou duas horas...
9	FF1	de 15 a 20 minutos
10	FG1	Pelo menos umas três horas
11	FL1	20
12	GM1	120, 180 minutos.
13	GM2	Não tem tempo definido. Assim que peguei a notícia e me informei, geralmente mudo o site.
14	HO1	30 minutos
15	JA1	30minutos
16	JO1	15 a 30 min.
17	JS1	10 minutos
18	KM1	de 30 a 45
19	LO1	varia de 15 minutos à uma hora
20	LR1	30min
21	LS1	30
22	PS1	de 30 a 45
23	VC1	30 min
24	VP1	de 15 a 20
25	VS1	uma hora

Consolidando-se os resultados em uma tabela mais simples, observa-se que 60% dos entrevistados navegam até 30min, e que 80%

navegam até uma hora. Também é interessante notar que há uma diminuição no número de usuários que navegam de uma a duas horas e um aumento de usuários que navegam mais de duas horas, o que pode indicar o uso da internet como atividade recreativa, não apenas utilitária (navegação com intenção de buscar notícias ou informações rapidamente). No entanto seria necessária uma entrevista individual e observação de hábitos mais demorada para confirmar de estas pessoas passam mais de duas horas lendo sites informativos ou lendo outro tipo de conteúdo. Na análise dos vídeos feitos durante a leitura laboratorial, verifiquei que o tempo de acesso jornais online foi de cerca de 10 minutos, apenas.

Tabela 10 - Tempo de leitura de sites informativos

<i>Tempo</i>	<i>Respostas</i>	<i>Porcentagem</i>
Até 30min	13	52,00
De 30min a uma hora	5	20,00
De uma hora a duas horas	2	8,00
De duas a 4 horas	4	16,00
Não soube precisar	1	4,00
Total	25	100,00

Esta pergunta de resposta induzida com comentários visava descobrir pistas sobre a “dependência” do utilizador em relação à mídia. Como uma das características da internet é a instantaneidade (MILISSON, 2003), seu uso poderia estar ligado mais ao tipo de utilização do rádio (que tem vários noticiários ao longo do dia, em geral) do que ao uso do jornal de papel (que o usuário, em geral, lê de uma só vez e não retorna ao veículo em outras horas do dia).

Tabela 11 - Com que frequência você lê sites de notícias ou jornais online?

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
1	AF1	Uma vez por dia	
2	AF2	Mais de uma vez por dia	Dependendo do dia posso ler ou visitar sites de notícias mais de uma vez por dia. Dependerá do interesse.
3	AS1	Mais de uma vez por dia	
4	BL1	Mais de uma vez por dia	
5	BS1	Mais de uma vez por dia	
6	DG1	Mais de uma vez por dia	
7	DW1	Mais de uma vez por dia	
8	ED1	Mais de uma vez por dia	Diariamente, incluindo finais de semana e feriados. Como já expliquei, acesso e leio todas as manhãs, mas também acesso ao final da tarde, antes de sair do trabalho, e à noite quando chego em casa após a faculdade...
9	FF1	Mais de uma vez por dia	
10	FG1	Mais de uma vez por dia	Como eu trabalho em jornal, ainda que um pequeno jornal do interior, gosto de ficar a par de tudo que está acontecendo, por isso frequentemente acesso sites, principalmente os da Folha de São Paulo e do Terra.
11	FL1	3 a 6 vezes por semana	Tenho acesso apenas na Unisinos
12	GM1	3 a 6 vezes por semana	Há períodos em que posso ficar semanas sem ler sites de notícias.
13	GM2	Mais de uma vez por dia	
14	HO1	Uma a duas vezes por semana	
15	JA1	Mais de uma vez por dia	
16	JO1	Uma vez por dia	Prefiro a leitura de jornais e revista por não me adaptar bem ao monitor do computador.
17	JS1	Uma vez por dia	
18	KM1	Mais de uma vez por dia	
19	LO1	Uma a duas vezes por semana	Leio joranal todos os dias, por isso, não sinto a necessidade de ler online. Mas, há sempre aqueles momentos em que preciso saber algo que ocorreu naquele instante, ou então que passo pela página "X" e acabo parando para dar uma lida nas notícias.
20	LR1	Uma vez por dia	
21	LS1	3 a 6 vezes por semana	
22	PS1	Mais de uma vez por dia	
23	VC1	Mais de uma vez por dia	
24	VP1	Mais de uma vez por dia	
25	VS1	Uma vez por dia	

Esses resultados são sumarizados na tabela abaixo, onde se observa que 80% acessa diariamente, e que 60% dos entrevistados acessa sites de notícia mais de uma vez por dia.

Tabela 12 - Frequência de leitura

<i>Opção</i>	<i>Respostas</i>	<i>Porcentagem</i>
Mais de uma vez por dia	15	60
Uma vez por dia	5	20
Uma a duas vezes por semana	2	8
3 a 6 vezes por semana	3	12
Total	25	100

4.2 Hábitos de uso de sites informativos.

Questões que procuram identificar o relacionamento dos usuários com a interface computadorizada e com a forma atualmente usada para dispor informação na World Wide Web.

4.2.1 Como você navega em uma página de site de notícias ou jornal online?

Pergunta aberta e propositalmente genérica, buscando espontaneidade na descrição dos processos de consulta a um site noticioso.

Tabela 13 - Como você navega em uma página de site de notícias ou jornal online?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>
1	AF1	No caso do clicrbs, que costumo acessar com maior frequência, costumo clicar primeiro na notícia principal. Depois parto para as colunas que me agradam.
2	AF2	entro no site de interesse e conforme me agrado dos links apresentados vou clicando e visitando. Muitas vezes entro pelo googlo
3	AS1	leio as manchetes e entro nas que me interessam. Logo em seguida nas fila de notícias que mostra mais notícias

Nº	Usuário	Resposta
4	BL1	Sem uma sequencia certa. Tipo assim, entra numa página, entro em outra, volto para a primeira, etc...
5	BS1	Costumo ler os topicos e depois clico nas noticiasq ue amis me interesam.
6	DG1	Entro direto na pagina que desejo ler as materias ou procuro no yahoo.
7	DW1	clicando nos links que me interessam
8	ED1	Acho que primeiramente dou uma "olhada" geral para depois acessar esse ou aquele <i>link</i> que me interessa... Depois disso, principalmente no site da Folha, procuro pelas notícias "em cima da hora", que são as mais atualizadas... Não tenho muita paciência com sites pesados e cheios de frescuras, utilizo muito a função "parar".... hehehehe (gargalhada maligna)
9	FF1	Eu primeiro olho as últimas notícias. Depois, vou para seção de Cultura (2º caderno), geral e economia.
10	FG1	Primeiro leio as manchetes. Depois entro em áreas específicas. Na Folha, especialmente, gosto de saber as notícias primeiro do Mundo, depois do Brasil, depois passo para a Ilustrada para saber como anda o mundo cultural (música, cinema, TV), e de vez em quando entro na seção Cotidiano para saber sobre os massacres e chacinas aqui e ali. No Terra abro as manchetes que me interessam sobre os mais variados temas.
11	FL1	Primeiro dou uma ohada nas manchetes, depois leio o esporte. Se alguma coisa me chama a atenção, então e volto, caso contrário, vou para outro site ler mais esporte.
12	GM1	Eu navego de uma forma mais minuciosa. Procuro aproveitar bastante.
13	GM2	Vou direto nas editorias que me interessam, como notícias locais e esportes
14	HO1	
15	JA1	procuro primeiro os links com as informações que mais me interessam. Geralmente os assuntos são especificamente jornalísticos.
16	JO1	Gosto muito dos sites da BBC Brasil, Globo News, Radio 10 (AR) e as vezes Clic. Quando procuro por algum assunto mais especifico, vou aos sites de busca como Google e Altavista por exemplo.
17	JS1	aleatoriamente
18	KM1	Busco minhas areas de maior interesse e depois de ler os titulares das noticias escolho as que quero ler, abro o hiperlink e leio o texto.
19	LO1	depende. Geralmente, olho as fotos e leio as manchetes, algumas coisas me interessam de cara e eu já abro pra ler mais sobre.
20	LR1	
21	LS1	Viajo bastante, troco de páginas, deixo os links levarem "longe". Mas muitas vezes, quando os textos são mais extensos, salvo a página para leitura após a desconexão.
22	PA1	Leio primeiro as notícias que considero mais interessante. Se tiver tempo vou lendo outras matérias
23	VC1	Sem compromisso, pulando de uma notícia para outra, conforme o texto me interessa
24	VP1	Eu navego no sentido de leitura, da esquerda para a direita, de cima para baixo, mas acessando primeiro aquelas notícias que mais me chamam a atenção nesse sentido de leitura.
25	VS1	uso sempre os sites de busca

Esta questão teve como resultado desde respostas também genéricas e aparentemente óbvias como “clicando nos links que me inte-

ressam” (entrevistado DW1) e “aleatoriamente” (entrevistado JS1), até descrições mais completas e específicas, como:

Primeiro leio as manchetes. Depois entro em áreas específicas. Na Folha, especialmente, gosto de saber as notícias primeiro do Mundo, depois do Brasil, depois passo para a Ilustrada para saber como anda o mundo cultural (música, cinema, TV), e de vez em quando entro na seção Cotidiano para saber sobre os massacres e chacinas aqui e ali. No Terra abro as manchetes que me interessam sobre os mais variados temas (FG1).

Enquanto as respostas curtas não foram muito reveladoras, as resposta mais desenvolvida nos mostra vários sinais interessantes, como “primeiro leio as manchetes”. Resposta semelhante deu o entrevistado FL1: “Primeiro dou uma olhada nas manchetes”. Estas pistas já informam sobre um elemento da linguagem jornalística consolidado no século 20 --os títulos grandes -- que têm importância fundamental no processo de leitura de um periódico, determinando o movimento dos olhos do leitor na superfície visual de jornais de papel. Em geral, são o segundo elemento em que os olhos se fixam¹⁸, segundo o estudo *Eyes on the News*. (GARCIA, STARK, 1991, p. 25-26).

Já na leitura online, o estudo *Eyetracking Online News* sugere que o leitor se comporta de maneira diferente, dando mais atenção inicialmente ao texto (LEWENSTEIN, 2000)

É provável, então, que os entrevistados tenham mesmo olhado primeiramente para as manchetes da página, antes de fotos ou outros elementos gráficos. Estas respostas conferem com as recolhidas

¹⁸ Os indícios da pesquisa *Eyes on the News* são de que os primeiros elementos vistos numa página de jornal são ilustrações ou fotografias dominantes.

na questão sobre a preferência de manchetes ou listas de notícias, na Tabela 44 - Preferência por manchetes, listas ou ambas, página 127 .

4.2.2 O que você acha dos recursos de navegação do site de notícias ou jornal online que você lê (menus, barras de navegação)? Por quê?

Pergunta de resposta induzida destinada a verificar a percepção do leitor com relação à da interface dos sites noticiosos.

Tabela 14 - O que você acha dos recursos de navegação do site de notícias ou jornal online que você lê (menus, barras de navegação)? Por quê?

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
1	AF1	Acho satisfatórios	Porque temos a liberdade de decidir o que interessa. Ler rapidamente e, em seguida, pular para a página seguinte.
2	AF2	Acho satisfatórios	O que me irrita em alguns sites é aquele recurso em que você deve rolar a barra para ler o que há dentro da caixa.
3	AS1	Acho satisfatórios	no meu trabalho usamos o terra. Acostumei em ler as notícias ali e me encontro.
4	BL1	Acho satisfatórios	Alguns são muito bons, outros são péssimos, na média, satisfatórios.
5	BS1	Acho satisfatórios	Poderiam ser melhores, tens uns que colocam muita coisa e a pagina fica muito carregada
6	DG1	Acho satisfatórios	porque consigo obter mais informações
7	DW1	Acho satisfatórios	Possibilitam uma navegação rápida.
8	ED1	Acho satisfatórios	Como já disse, os sites que são demorados e/ou complicados eu descarto logo, então aqueles que acesso com frequência é porque são de navegação mais agradável para mim...
9	FF1	Acho satisfatórios	Se bem que depende. No clicrbs, por exemplo, tudo é muito misturado.
10	FG1	Acho ótimos	Os dois sites anteriormente citados têm visual atraente e fácil de navegar, com vários links que dão acesso a outras notícias dentro de uma mesma notícia.
11	FL1	Acho satisfatórios	Em alguns sites de esportes, seria interessante o uso das imagens de gols, melhores momentos, largada e chegada, este tipo de coisa.
12	GM1	Acho ótimos	
13	GM2	Acho satisfatórios	
14	HO1	Acho satisfatórios	
15	JA1	Acho satisfatórios	
16	JO1	Acho ótimos	
17	JS1	Acho satisfatórios	São visíveis, bem situados nas páginas. Páginas um pouco poluídas de

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
			links
18	KM1	Acho satisfatórios	
19	LO1	Acho satisfatórios	Na maioria dos casos os recursos são satisfatórios, mas às vezes acontece de a barra de rolagem não aparecer ou algo dar errado nesse sentido e aí a gente perde a vontade de ler.
20	LR1	Acho satisfatórios	
21	LS1	Acho satisfatórios	o site www.newsinsider.org , por exemplo, possibilita uma participação muito forte do leitor, que pode enviar comentário sobre os textos, inclusive diretamente para o email do autor. Já sites como ClicRBS e Estadão.com simplesmente dão notícias rápidas, como releases, com raros links.
22	PS1	Acho satisfatórios	
23	VC1	Acho satisfatórios	Posso acessar outras notícias, saber mais informações e visualizar as fotos maiores, se quiser
24	VP1	Acho satisfatórios	
25	VS1	Acho satisfatórios	

A avaliação foi positiva, com 88% de entrevistados achando satisfatórios e 12% achando ótimos. Os comentários negativos referem-se a páginas Web mal desenhadas:

“O que me irrita em alguns sites é aquele recurso em que você deve rolar a barra para ler o que há dentro da caixa” (AF2)

“Na maioria dos casos os recursos são satisfatórios, mas às vezes acontece de a barra de rolagem não aparecer ou algo dar errado nesse sentido e aí a gente perde a vontade de ler” (LO1)

Ou à interface muito cheia de informações:

“No clicrbs, por exemplo, tudo é muito misturado” (FF1).

“Páginas um pouco poluídas de links” (JS1).

“Poderiam ser melhores, tens uns que colocam muita coisa e a página fica muito carregada” (BS1)

Isto sugere a falta de hierarquia e organização da informação em alguns sites, o que pode levar à perda de leitores, conforme este

comentário: “Como já disse, os sites que são demorados e/ou complicados eu descarto logo, então aqueles que acesso com frequência é porque são de navegação mais agradável para mim..”.

4.2.3 Você rola a tela com o mouse ou com teclas de navegação (como barra de espaço, setas, Page down...)?

Pergunta de múltipla escolha para avaliar a percepção das diferentes formas de interagir com a mídia online, especificamente com a atual interface gráfica baseada na metáfora de “janelas”.

Tabela 15 - Você rola a tela com o mouse ou com teclas de navegação (como barra de espaço, setas, Page down...)?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>
1	AF1	Com mouse comum
2	AF2	Com teclas
3	AS1	Com mouse comum
4	BL1	Com teclas
5	BS1	Com mouse comum
6	DG1	Com mouse comum
7	DW1	Com mouse comum
8	ED1	Com teclas
9	FF1	Com mouse comum
10	FG1	Com mouse comum
11	FL1	Com mouse comum
12	GM1	Com mouse comum
13	GM2	Com mouse de rodinha
14	HO1	Com mouse comum
15	JA1	Com mouse comum
16	JO1	Com mouse comum
17	JS1	Com mouse comum
18	KM1	Com teclas
19	LO1	Com mouse comum
20	LR1	Com mouse comum
21	LS1	Com teclas

Nº	Usuário	Resposta
22	PS1	Com mouse de rodinha
23	VC1	Com mouse comum
24	VP1	Com mouse comum
25	VS1	Com mouse comum

A tabela-síntese seguinte mostra que 72% dos entrevistados usam o *mouse* comum para navegação e apenas 20% usam as teclas (não foi verificado se usam as teclas *PageUp/Page Down*, barra de espaço, *backspace*). Conforme análise dos vídeos, a maioria clica nas pequenas setas das barras de rolagem das janelas, para rolar as telas dos navegadores (outras opções seriam puxar o botão de *scroll* ou clicar no trilho da barra de navegação).

Tabela 16 - Uso do mouse para navegar

Opção	Respostas	Porcentagem
Mouse comum	18	72
Mouse com roda	2	8
Teclas	5	20
Total	25	100

4.2.4 O que você acha da necessidade de rolar a tela para ler notícias? Por quê?

Rolar a tela do *browser* como um pergaminho é uma das características mais marcantes do sistema Web. Esta pergunta de múltipla escolha procura verificar se o ato de rolar é incômodo para os usuários.

Tabela 17 - O que você acha da necessidade de rolar a tela para ler notícias? Por quê?

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
1	AF1	Sou indiferente a isto	
2	AF2	Acho ruim	
3	AS1	Sou indiferente a isto	
4	BL1	Sou indiferente a isto	Se a notícia é boa, leio até o fim, se não me interessa, paro no meio.
5	BS1	Sou indiferente a isto	
6	DG1	Sou indiferente a isto	não vejo problema em rolar a tela
7	DW1	Acho bom	É mais prático e também deixa o site mais organizado.
8	ED1	Sou indiferente a isto	Sou indiferente, mas às vezes (quando a navegação está lenta) é chato...
9	FF1	Acho ruim	
10	FG1	Sou indiferente a isto	
11	FL1	Sou indiferente a isto	Não faz diferença pra mim, já que estou a fim de ler
12	GM1	Acho ruim	Em alguns sites as teclas de setas não funcionam e isso irrita!!!
13	GM2	Sou indiferente a isto	A maioria dos browsers são assim, então fazer o quê?
14	HO1	Sou indiferente a isto	
15	JA1	Acho bom	Encontro maior facilidade
16	JO1	Sou indiferente a isto	
17	JS1	Sou indiferente a isto	
18	KM1	Acho bom	Nunca tinha pensado nisso!!
19	LO1	Sou indiferente a isto	Se a rolagem é só na vertical, não há problemas, mas quando tem-se que rolar na vertical e na horizontal eu não leio.
20	LR1	Sou indiferente a isto	
21	LS1	Sou indiferente a isto	Claro que incomoda. Mas não dá pra cortar textos no meio nem deixar as letras com corpo 8, certo? A rolagem vertical até não incomoda. Mas é terrível ter de usar rolagem horizontal.
22	PS1	Acho ruim	Não aprovo os casos em que a tela só rola através da barra de rolagem. Perde-se muito tempo desta maneira além de os textos dar pulos, o que atrapalha a leitura
23	TG1	Sou indiferente a isto	
24	VC1	Acho ruim	A possibilidade de me preder durante a leitura do texto é maior e as vezes a barra rola mais do que o necessário
25	VP1	Acho bom	A gente tem o controle sobre a velocidade de rolagem, de "passear", voltar...
26	VS1	Acho bom	

A tabela-síntese mostra que a maioria dos entrevistados (60%) é indiferente ao ato de rolar, enquanto 20% gostam e 20% não gostam de rolar.

Tabela 18- O que acha de rolar a tela

<i>Opção</i>	<i>Respostas</i>	<i>Porcentagem</i>
Acha bom	5	20
Acha ruim	5	20
É indiferente	15	60
Total	25	100

Mesmo alguns entrevistados que se declararam indiferentes têm observações negativas ao ato de rolagem. É interessante a observação de que eventualmente a tela dá pulos e o leitor pode perder o ponto de leitura. Também há menções negativas à rolagem horizontal e à erros de programa ou de *design*.

4.2.5 Preferiria ter as matérias em várias telas seguidas ou em uma só? Por quê?

Uma questão recorrente em *design* de informação para a Web é em relação ao tamanho dos textos. Essa pergunta de múltipla escolha tenta descobrir o que os leitores acham deste tipo de apresentação.

Tabela 19- Preferiria ter as matérias em várias telas seguidas ou em uma só? Por quê?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
1	AF1	Em várias telas	É preferível ler uma página de cada vez. Assim não existe possibilidade de confusão. A tela pode ficar muito poluída.
2	AF2	Em várias telas	
3	AS1	Em uma só tela	

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
4	BL1	Em várias telas	Em uma página só dá um ar de "tijolão", fica mais pesado para ler.
5	BS1	Em uma só tela	Prefiro abrir uma janela só porque fica mais organizada a leitura.
6	DG1	Em várias telas	as materias seriam mais aprofundadas
7	DW1	Em uma só tela	
8	ED1	Em uma só tela	
9	FF1	Em várias telas	Não gosto de ficar rolando a barra.
10	FG1	Em uma só tela	Fica mais fácil para se concentrar em uma única coisa.
11	FL1	Em várias telas	Acho que ficaria mais dinamica a leitura e se poderia trabalhar bastante a estética
12	GM1	Em uma só tela	Bem melhor. É um saco ter acessar várias telas como no clicrbs.
13	GM2	Em várias telas	Cada editoria no seu lugar. Não vale a pena misturar.
14	HO1	Em uma só tela	
15	JA1	Em várias telas	geralmente encontro assim: as matérias importantes do momento em uma página.
16	JO1	Em várias telas	Assim fica mais organizado, é como se estivesse "zapeando", mas ao invés de mudar de canal você simplesmente abre e fecha links do site.
17	JS1	Em várias telas	
18	KM1	Em uma só tela	
19	LO1	Em várias telas	Não entendi bem a pergunta.
20	LR1	Em uma só tela	
21	LS1	Em várias telas	Fica mais difícil de se desorientar, de perder o fio da meada.
22	PS1	Em várias telas	Assim vc lê apenas o que quer
23	VC1	Em várias telas	ler notícias curtas e acessar mais informações em outras páginas se houver interesse
24	VP1	Em uma só tela	Detesto quando abrem aquelas janelinhas pop-up ou aquelas que têm a notícia completa, mas às vezes, nem vale a pena porque a notícia nem sempre é grande o suficiente para ocupar uma nova tela.
25	VS1	Em várias telas	porque fica mais organizado

Tabela-síntese:

Tabela 20- Preferência de tamanho de matérias

Opção	Respostas	Porcentagem
Em uma só tela	10	40
Em várias telas	15	60
Total	25	100

4.2.6 Você usa o mecanismo de busca do site de notícias ou de jornais? Se usa, ele ajuda a encontrar o que você quer?

Pergunta de múltipla escolha que tenta avaliar a capacidade de orientação em páginas de sites noticiosos. Os sites, em geral, têm um pequeno formulário com um único campo de texto e um botão para enviar a consulta, onde o leitor pode escrever algumas palavras-chave e encontrar páginas onde haja a ocorrência daquelas palavras. Esta procura só é necessária quando o leitor não encontra o que procura de imediato, olhando a página inicial do site. A pergunta tenta descobrir se os entrevistados usam este recurso ou se se limitam às opções visíveis de navegação, para encontrar o conteúdo procurado.

**Tabela 21 - Você usa o mecanismo de busca do site de notícias ou de jornais?
Se usa, ele ajuda a encontrar o que você quer?**

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
1	AF1	Não uso	
2	AF2	Às vezes uso	Difícilmente encontro o que quero nos mecanismos de busca dos sites
3	AS1	Uso freqüentemente	
4	BL1	Às vezes uso	Geralmente me ajuda. O último Segundo (do IG) é muito bom, o do Terra é pessimo
5	BS1	Uso quase sempre	E muitas vezes as buscas dão resultados que não tem muito a ver com o que estou pesquisando.
6	DG1	Uso freqüentemente	
7	DW1	Às vezes uso	
8	ED1	Às vezes uso	
9	FF1	Não uso	prefiro fazer qualquer tipo de busca no google ou até no yahoo
10	FG1	Não uso	Essas porcarias raramente funcionam. Às vezes você coloca uma palavra-chave e ele acusa um milhão de notícias que não têm nada a ver com o que você quer!
11	FL1	Não uso	Sempre que usei não obtive o resultado esperado
12	GM1	Não uso	
13	GM2	Às vezes uso	Quando quero alguma notícia que já saiu...
14	HO1	Às vezes uso	

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
15	JA1	Uso quase sempre	
16	JO1	Uso freqüentemente	Sim, 95% das vezes surte efeito. A busca é realizada com sucesso!
17	JS1	Uso quase sempre	Sempre ajuda a encontrar o que quero
18	KM1	Às vezes uso	quando preciso fazer pesquisas sobre um tema específico costumo usar o mecanismo de busca.
19	LO1	Uso freqüentemente	Quase sempre ele lhe dá algo interessante, mesmo que nem sempre seja o que você estava esperando.
20	LR1	Às vezes uso	
21	LS1	Às vezes uso	Geralmente os resultados são dispersivos... vagos.
22	PS1	Não uso	
23	VC1	Não uso	
24	VP1	Às vezes uso	
25	VS1	Uso freqüentemente	

O quadro-síntese de respostas é o seguinte:

Tabela 22 - Uso do mecanismo de busca de sites

Opção	Respostas	Porcentagem
Não uso	7	28
Às vezes uso	10	40
Uso freqüentemente	5	20
Uso quase sempre	3	12
Total	25	100

Os entrevistados que não usam os mecanismos de busca perfazem 28% do total e os que usam, mesmo esporadicamente, 72%. Os que usam freqüentemente chegam a 12%. A justificativa para não usar os mecanismos de busca do site, quando houve, são relativas ao mau funcionamento e à eficiência de outro método:

“Essas porcarias raramente funcionam. Às vezes você coloca uma palavra-chave e ele acusa um milhão de notícias que não têm nada a ver com o que você quer!” (FG1)

“Sempre que usei não obtive o resultado esperado” (FL1)

“prefiro fazer qualquer tipo de busca no Google ou até no Yahoo” (FF1).

Mesmos os que usam eventualmente ou quase sempre têm alguma restrição:

“Geralmente os resultados são dispersivos... vagos” (LS1).

“Difícilmente encontro o que quero nos mecanismos de busca dos sites” (AF2).

“E muitas vezes as buscas dão resultados que não tem muito a ver com o que estou pesquisando” (BS1).

No entanto, houve avaliações positivas:

“Sempre ajuda a encontrar o que quero” (JS1).

“Sim, 95% das vezes surte efeito. A busca é realizada com sucesso!” (JO1).

“Geralmente me ajuda. O último Segundo (do IG) é muito bom, o do Terra é péssimo” (BL1).

Agrupando apenas as respostas comentadas, conforme aprovação ou desaprovação, temos o seguinte quadro, que revela equilíbrio entre respostas positivas e negativas sobre os mecanismos de busca.

Tabela 23 - Comentários sobre mecanismos de buscas

<i>Comentário</i>	<i>Teor</i>
Positivos	4
Negativos	5
Neutros	3
Total	12

4.2.7 Durante a navegação, você tem a percepção de que você está indo até as notícias ou elas estão vindo até você?

Freqüentemente, na mídia, fala-se no ato de consultar informações online na Web como “visita a um site”, “navegação”, que sugerem o movimento de deslocamento em direção à informação. A pergunta de múltipla escolha tenta descobrir a percepção do entrevistado quanto a este aspecto.

Tabela 24 - Durante a navegação, você tem a percepção de que você está indo até as notícias ou elas estão vindo até você?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>
1	AF1	Elas estão vindo até a mim
2	AF2	Estou indo até as notícias
3	AS1	Estou indo até as notícias
4	BG1	Elas estão vindo até a mim
5	BL1	Elas estão vindo até a mim
6	DG1	Elas estão vindo até a mim
7	DW1	Elas estão vindo até a mim
8	ED1	Estou indo até as notícias
9	FF1	Estou indo até as notícias
10	FG1	Estou indo até as notícias
11	FL1	Estou indo até as notícias
12	GM1	Estou indo até as notícias
13	GM2	Estou indo até as notícias
14	HO1	Estou indo até as notícias
15	JA1	Estou indo até as notícias
16	JO1	Elas estão vindo até a mim
17	JS1	Estou indo até as notícias
18	KM1	Estou indo até as notícias
19	LO1	Elas estão vindo até a mim
20	LR1	Estou indo até as notícias
21	LS1	Elas estão vindo até a mim
22	PS1	Estou indo até as notícias
23	VC1	Estou indo até as notícias
24	VP1	Estou indo até as notícias

Nº	Usuário	Resposta
25	VS1	Estou indo até as notícias

Embora o movimento da informação seja mesmo em direção à pessoa que “navega”, a maioria dos entrevistados tem a impressão que estão indo até as notícias (68%), enquanto 32% percebem o real movimento da informação.

4.2.8 Qual sua percepção do tempo entre o clique num *link* até a página aparecer? Por que você acha que acontece isto?

Com informações distribuídas mundialmente numa rede de milhares de computadores, com sites complexos, cheios de informações e criados em bancos de dados, o tempo de acesso a uma página Web pode ser desconfortável para os usuários. A pergunta de múltipla escolha com comentários livres procura descobrir a percepção de tempo de quem navega

Tabela 25 - Qual sua percepção do tempo entre o clique num *link* até a página aparecer? Por que você acha que acontece isto?

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
1	AF1	As páginas aparecem rapidamente	
2	AF2	As páginas demoram a aparecer	
3	AS1	As páginas aparecem rapidamente	
4	BL1	As páginas demoram a aparecer	Na verdade isto depende do site ou do computador que estou usando. Quando se trata do site, acredito que isso acontece porque a página é muito pesada.
5	BS1	As páginas aparecem rapidamente	
6	DG1	As páginas aparecem rapidamente	e necessario para trazer a noticia detalhada para o navegador
7	DW1	As páginas aparecem rapidamente	
8	ED1	As páginas demoram a aparecer	As vezes é por causa da navegação lenta, mas ocorre muito de eu ver algo que me interesse e que eu gostaria de acessar logo, fazendo com que aquilo que eu busco pareça estar demorando para acessar...

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
9	FF1	As páginas demoram a aparecer	Às vezes, penso que é a minha navegação que está ruim. Mas também acredito que o conteúdo pode ter sido gravado errado, ficando muito pesado.
10	FG1	As páginas aparecem rapidamente	
11	FL1	As páginas aparecem rapidamente	
12	GM1	As páginas demoram a aparecer	Tem horas que demora. É um saco!!!!
13	GM2	As páginas aparecem rapidamente	A conexão que tenho é a rádio...boazinha no geral....
14	HO1	As páginas aparecem rapidamente	
15	JA1	As páginas demoram a aparecer	
16	JO1	As páginas demoram a aparecer	Quanto mais trabalho em webs de alta velocidade, pior é. A sensação é sempre de que esta demorando...
17	JS1	As páginas demoram a aparecer	
18	KM1	As páginas aparecem rapidamente	Porque o micro que eu costumo usar são rápidos.
19	LO1	As páginas aparecem rapidamente	Na maioria das vezes é rápido, mas é claro que há suas exceções.
20	LR1	As páginas demoram a aparecer	
21	LS1	As páginas aparecem rapidamente	puxa!!! depende da conexão. Na minha casa até [e levam um tempinho, mas na Unisinos é sempre rápido. Mas geralmente páginas de notícias são leves.
22	PS1	As páginas aparecem rapidamente	Acredito que dependa do computador ou provoder que vc usa
23	VC1	As páginas aparecem rapidamente	Depende da conexão e do fluxo
24	VP1	As páginas demoram a aparecer	e dependendo do site, até trancam...
25	VS1	As páginas demoram a aparecer	Minha resposta é devido a demora em que meu computador processa

A percepção de demora não é tão acentuada, pois 44% acham que as página demoram e 56% acham que as páginas aparecem rapidamente. Nos comentários, observo que há a percepção correta de que a demora deve-se às conexões (tráfego de dados intenso):

“puxa!!! depende da conexão. Na minha casa até levam um tempinho, mas na Unisinos é sempre rápido. Mas geralmente páginas de notícias são leves” (LS1). “Depende da conexão e do fluxo” (VC1). “A conexão que tenho é a rádio... boazinha no geral....” (GM2).

Mas também há a percepção errada de que o computador usado é que é lento (um computador antigo, com processador lento e pouca memória não deixa necessariamente a navegação na Web lenta):

“Porque o micro que eu costumo usar são rápidos” (KM1).
“Minha resposta é devido a demora em que meu computador processa” (VS1).

Também é interessante o comentário que mostra como a noção que um usuário tem de demora pode variar conforme a situação:

“As vezes é por causa da navegação lenta, mas ocorre muito de eu ver algo que me interesse e que eu gostaria de acessar logo, fazendo com que aquilo que eu busco pareça estar demorando para acessar...” (ED1)

Páginas “pesadas” são percepções também corretas sobre a causa de demoras na busca de informações pela Web:

“Quando se trata do site, acredito que isso acontece porque a página é muito pesada “ (BL1).

“Às vezes, penso que é a minha navegação que está ruim. Mas também acredito que o conteúdo pode ter sido gravado errado, ficando muito pesado” (FF1).

4.2.9 Você costuma seguir links para fora do site jornalístico? Por quê?

O recurso de *link* de hipertexto é uma das mais festejadas características da mídia online. A pergunta de múltipla escolha com comentário livre pretendeu verificar o hábitos dos leitores com relação a links dentro de matérias jornalísticas.

Tabela 26 - Você costuma seguir links para fora do site jornalístico? Por quê?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
1	AF1	Não	
2	AF2	Sim	
3	AS1	Não	
4	BL1	Sim	Quando a matéria e o <i>link</i> me interessam eu os sigo para ter mais informações a respeito.
5	BS1	Sim	Porque alem de noticias busco musicas e outras coisas na internet
6	DG1	Sim	se achar interessante
7	DW1	Sim	Por que despertam a minha curiosidade.
8	ED1	Não	Porque geralmente são links que posso acessar diretamente em outros sites... Ao querer ler notícias procuro não me desviar para outros assuntos...
9	FF1	Sim	ah! acho que internet é isso: muitas possibilidades. Até porque acho importante averiguar as notícias de um site para outro, sobre um mesmo assunto. É assim que tu ficas mais esperto e aguça seu lado crítico.
10	FG1	Não	Porque raramente eles são importantes.
11	FL1	Não	Não sei, depois tenho que voltar
12	GM1	Sim	As vezes sim outras não. Depénde do meu interesse!!!!
13	GM2	Não	
14	HO1	Sim	
15	JA1	Não	
16	JO1	Sim	Conforme você vai procurando, buscando assuntos cada vez mais específicos, chega um ponto em que já não se sabe mais por onde se começou. O importante, quase sempre é que se chegue ao resultado desejado; encontrar a resposta.
17	JS1	Sim	
18	KM1	Sim	
19	LO1	Sim	Para me aprofundar nos assuntos desejados.
20	LR1	Não	
21	LS1	Sim	porque alguns links levam para mais perto da origem da notícia ou para sites com especialização no assunto.
22	PS1	Não	Geralmente tenho pressa e não costumo perder tempo
23	VC1	Não	não costumo
24	VP1	Não	
25	VS1	Não	

As respostas demonstraram equilíbrio em relação ao dentro de textos: 52% aprovam e 48% não aprovam. Os que seguem links para

fora da matéria justificam com as vantagens de aprofundamento da informação:

“Quando a matéria e o *link* me interessam eu os sigo para ter mais informações a respeito” (BL1).

“ah! acho que internet é isso: muitas possibilidades. Até porque acho importante averiguar as notícias de um site para outro, sobre um mesmo assunto. É assim que tu ficas mais esperto e aguça seu lado crítico” (FF1).

“Conforme você vai procurando, buscando assuntos cada vez mais específicos, chega um ponto em que já não se sabe mais por onde se começou. O importante, quase sempre é que se chegue ao resultado desejado; encontrar a resposta” (JO1).

“Para me aprofundar nos assuntos desejados” (LO1).

“porque alguns links levam para mais perto da origem da notícia ou para sites com especialização no assunto” (LS1).

Os que não costumam seguir links alegam que eles distraem a atenção:

“Porque geralmente são links que posso acessar diretamente em outros sites... Ao querer ler notícias procuro não me desviar para outros assuntos...” (ED1).

“Geralmente tenho pressa e não costumo perder tempo” (FG1).

“depois tenho que voltar” (FL1).

4.2.10 Se você segue links em uma matéria jornalística, você volta ao site ou segue navegando em outros sites?

Pergunta de resposta induzida com o objetivo de confirmar o comportamento do usuário em relação a links no meio de matérias.

Tabela 27 - Se você segue links em uma matéria jornalística, você volta ao site ou segue navegando em outros sites?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>
1	AF1	Não clico em links nas matérias
2	AF2	Sigo navegando e não volto
3	AS1	Volto ao site jornalístico
4	BL1	Volto ao site jornalístico
5	BS1	Sigo navegando e não volto
6	DG1	Volto ao site jornalístico
7	DW1	Volto ao site jornalístico
8	ED1	Volto ao site jornalístico
9	FF1	Volto ao site jornalístico
10	FG1	Não clico em links nas matérias
11	FL1	Volto ao site jornalístico
12	GM1	Volto ao site jornalístico
13	GM2	Volto ao site jornalístico
14	HO1	Volto ao site jornalístico
15	JA1	Não clico em links nas matérias
16	JO1	Sigo navegando e não volto
17	JS1	Sigo navegando e não volto
18	KM1	Volto ao site jornalístico
19	LO1	Volto ao site jornalístico
20	LR1	Volto ao site jornalístico
21	LS1	Volto ao site jornalístico
22	PS1	Não clico em links nas matérias
23	VC1	Volto ao site jornalístico
24	VP1	Volto ao site jornalístico
25	VS1	Não clico em links nas matérias

A maioria dos entrevistados (64%) dizem voltar ao site jornalístico que estavam lendo, 12% dizem não clicar em links e 16% alegam não retornar ao site. Por este resultado, observo uma tendência forte do leitor em se manter no assunto ou no veículo inicial: 88% deles retornam ou sequer se desviam do site que lêem.

4.2.11 Você prefere que links relacionados ao assunto fiquem em meio ao texto ou numa lista ao final da matéria? Por quê?

Alguns autores, como Carole Rich (1999a), recomendam que links relacionados a matéria jornalística fiquem no final do texto, para não distrair o leitor. Esta pergunta de múltipla escolha com comentários livres tenta descobrir a opinião dos leitores quanto a isto.

Tabela 28 - Você prefere que links relacionados ao assunto fiquem em meio ao texto ou numa lista ao final da matéria? Por quê?

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
1	AF1	Prefiro links no final da matéria	Dessa maneira você não interrompe a leitura.
2	AF2	Prefiro links no final da matéria	Acho que, para o meu raciocínio, é mais fácil
3	AS1	Prefiro links no final da matéria	
4	BL1	Prefiro links no final da matéria	Gosto dos dois tipos
5	BS1	Prefiro links no final da matéria	
6	DG1	Prefiro links em meio ao texto	e mais facil e interessante para o internauta
7	DW1	Prefiro links no final da matéria	Acho que são melhores visualizados no final da matéria. No meio da matéria pode interromper a leitura da notícia.
8	ED1	Prefiro links no final da matéria	Para não atrapalhar a leitura da matéria...
9	FF1	Prefiro links no final da matéria	acho que das duas formas é legal. Quando se trata de uma matéria inteira relacionada ao assunto da matéria principal, acho que o <i>link</i> deve ser no pé da página. Mas quando é uma matéria menor, acho interessante ter links em meio ao texto. Um site que fez com que eu gostasse disso foi o www.meltoni.com , pois tem links legais e bem úteis.
10	FG1	Prefiro links em meio ao texto	
11	FL1	Prefiro links no final da matéria	Acho que eles atrapalham minha concentração na leitura
12	GM1	Prefiro links no final da matéria	
13	GM2	Prefiro links no final da matéria	É mais p´ratico e não atrapalha a leitura (geralmente o cara pára para ler o <i>link</i>).
14	HO1	Prefiro links no final da matéria	
15	JA1	Prefiro links no final da matéria	
16	JO1	Prefiro links no final da matéria	Fica melhor pra visualizar e decidir para onde eu quero/devo ir dentro do site.
17	JS1	Prefiro links em meio ao texto	porque a medida que vou lendo, posso me interessar pelo <i>link</i> e ir para outro site de meu interesse
18	KM1	Prefiro links em meio ao texto	
19	LO1	Prefiro links no final da matéria	Para não esquecer nem de abrir os links, nem de terminar de ler a matéria.

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
20	LR1	Prefiro links no final da matéria	
21	LS1	Prefiro links em meio ao texto	o bom é se os links estiverem no texto e ao final.
22	PS1	Prefiro links em meio ao texto	Assim, se quiser, clica na hora que está lendo o texto. No final, o leitor pode não mais se lembrar do que queria ler
23	VC1	Prefiro links no final da matéria	
24	VP1	Prefiro links no final da matéria	
25	VS1	Prefiro links no final da matéria	assim fica padrão

Tabela-síntese:

Tabela 29 - Links no texto ou no final da matéria

Opção	Respostas	Porcentagem
Prefiro links no final da matéria	17	68
Prefiro links em meio ao texto	5	20
Ambas as formas	3	12
Total	25	100

Links no final da matéria tiveram a grande preferência dos entrevistados (68%), contra 20% de leitores que preferem links em meio ao texto e 12% que preferem as duas opções (embora a questão induzida não tivesse a opção “ambas as formas de *link*”, os entrevistados manifestaram esta opinião nos comentários). As justificativas para quem gosta de links no final da matéria coincidem com a opinião dos autores que argumentam a distração do leitor:

“Dessa maneira você não interrompe a leitura” (AF1).

“Acho que, para o meu raciocínio, é mais fácil” (AF2).

“Acho que são melhores visualizados no final da matéria. No meio da matéria pode interromper a leitura da notícia” (DW1).

“Para não atrapalhar a leitura da matéria” (ED1).

“Acho que eles atrapalham minha concentração na leitura” (FL1).

“É mais prático e não atrapalha a leitura (geralmente o cara pára para ler o *link*)” (GM2).

“Fica melhor pra visualizar e decidir para onde eu quero/devo ir dentro do site” (JO1).

“Para não esquecer nem de abrir os links, nem de terminar de ler a matéria” (LO1).

Os que preferem links em meio ao texto justificam pela praticidade:

“e mais fácil e interessante para o internauta” (DG1).

“porque a medida que vou lendo, posso me interessar pelo *link* e ir para outro site de meu interesse” (JS1).

“Assim, se quiser, clica na hora que está lendo o texto. No final, o leitor pode não mais se lembrar do que queria ler” (PS1).

4.3 Questões relativas à parte gráfica dos site

4.3.1 O que você acha da maneira como a primeira página de seu site jornalístico se apresenta, em relação à diagramação? Por quê?

Pergunta de múltipla escolha e com resposta livre que procura descobrir a percepção de caos ou ordem na diagramação das páginas iniciais dos sites informativos.

Tabela 30 - O que você acha da maneira como a primeira página de seu site jornalístico se apresenta, em relação à diagramação? Por quê?

Nº	Usuário	Resposta	Sites visitados costumeiramente	Sites visitados em laboratório	Comentários
1	AF1	Gosto	Clicrbs; terra on line;ig	terra;clicrbs;	
2	AF2	Gosto	bbc brasiul	Chico Buarque e	

Nº	Usuário	Resposta	Sites visitados costumeiramente	Sites visitados em laboratório	Comentários
				BBC Brasil	
3	AS1	Gosto	terra		
4	BL1	Gosto	Portal 3, Terra, Folha Online, ClicRBS, etc	Terra, Portal3, Ultimo Segundo do IG, Folha...	Nos que eu mais navego, encontro tudo que preciso com facilidade, na capa.
5	BS1	Gosto	Dirce e Portal do Leão Lobo		pois é facil de usar, nao requer muito conhecimento e carrega rapido sem contar q ue podemos mudar o CSS com facilidade =)
6	DG1	Gosto	uol,folha,bbc,gnt	zerohora	chama minha atenção
7	DW1	Gosto	Estadão, Terra, Veja	Estadao	
8	ED1	Gosto	Folha Online, BBC Brasil, ClicRBS, Terra, e por aí vai...	Folha Online	O site da Folha recentemente alterou seu lay-out e me pareceu ter ficado bem melhor... Mais limpo, mais fácil... O da BBC também me parece bom, em relação aos outros...
9	FF1	Não gosto	www.estadao.com.br, www.terra.com.br www.comunique-se.com.br www.clicrbs.com.br	www.estadao.com.br www.clicrbs.com.br www.terra.com.br	Acho que não precisa ser tão confuso. Os links das editorias devem ser maiores e deve ser utilizado mais vídeos e imagens impactantes.
10	FG1	Gosto	Folha e Terra	Folha de SP, Jornal Contexto	É simples e tudo o que verdadeiramente interessa está lá. Não há aquela poluição visual característica de outros sites, como o horrendo ClicRBS - o site jornalístico mais difícil de navegar do Universo!!!!
11	FL1	Gosto	ZH, Correio do Povo, Folha de SP		acho fácil de achar o esporte
12	GM1	Gosto	clicRBS, MTV, bocada forte, real hiphop, centro de mídia independente	MTV	
13	GM2	Gosto	Clic RBS	Clic RBS, Kart Gaucho, BOL	
14	HO1	Gosto	clicrbs	clicrbs,globo.com.bo l.ig	
15	JA1	Gosto	clicrbs	clicrbs, chicobuarque	
16	JO1	Gosto	ecoagencia.com.br	GNT	É parecida comigo, e com

Nº	Usuário	Resposta	Sites visitados costumeiramente	Sites visitados em laboratório	Comentários
					os assuntos que eu quero abordar. Faz sentido pra mim.
17	JS1	Gosto	clicrbs, estadão, folha	clickrbs	Na verdade, não reparo muito na primeira página do site, meu interesse maior é pelo conteúdo
18	KM1	Gosto	El Periódico de Catalunya, BBC, CNN	www.elperiodico.es	
19	LO1	Gosto	carosamigos.terra, clicrbs, cartacapital.terra, veja, istoé,	carosamigos.terra	
20	LR1	Não gosto	veja,bbc,terra...	veja	
21	LS1	Gosto	veja,bbc,terra...	nenhum	
22	PS1	Não gosto	jb, ig, terra, clicrbs, globo.com	Clic RBS, TEra	É muito confuso. Há uma poluição visual
23	VC1	Gosto	globonews, click rbs, terra e band news	globo news e click rbs	atende aos padrões básicos utilizados rotineiramente
24	VP1	Gosto	estadão e outros que forneçam as últimas notícias		
25	VS1	Gosto	jornais impressos	clicrbs e globo	

A avaliação positiva das capas foi de 92%, com comentários como:

“Nos que eu mais navego, encontro tudo que preciso com facilidade, na capa” (BL1).

“pois é fácil de usar, não requer muito conhecimento e carrega rápido sem contar que podemos mudar o CSS com facilidade =)” (BS1). “chama minha atenção” (DG1).

“O site da Folha recentemente alterou seu lay-out e me pareceu ter ficado bem melhor... Mais limpo, mais fácil... O da BBC também me parece bom, em relação aos outros...” (ED1).

“É simples e tudo o que verdadeiramente interessa está lá. Não há aquela poluição visual característica de outros sites, como o horrendo ClicRBS - o site jornalístico mais difícil de navegar do Universo!!!!” (FG1).

“acho fácil de achar o esporte” (FL1).

“É parecida comigo, e com os assuntos que eu quero abordar. Faz sentido pra mim” (JO1).

“Na verdade, não reparo muito na primeira página do site, meu interesse maior é pelo conteúdo” (JS1).

“atende aos padrões básicos utilizados rotineiramente” (VC1).

As avaliações negativas (12 %) falam em confusão e dificuldades em navegação e falta de conteúdo multimídia.

“[...] o horrendo ClicRBS - o site jornalístico mais difícil de navegar do Universo!!!!” (FG1).

“Acho que não precisa ser tão confuso. Os links das editorias devem ser maiores e deve ser utilizado mais vídeos e imagens impactantes” (FF1).

“É muito confuso. Há uma poluição visual” (PS1).

4.3.2 Você lê anúncios? Por quê?

Pergunta de múltipla escolha e com resposta livre com a intenção de descobrir a interferência de informações não-jornalísticas no ato de consultar jornais online.

Tabela 31 - Você lê anúncios? Por quê?

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
1	AF1	Sim	Alguns me interessam...quando isso acontece eu leio.
2	AF2	Não	
3	AS1	Às vezes	
4	BL1	Às vezes	
5	BS1	Às vezes	Depende do anuncio, se prova meu interesse eu leio
6	DG1	Às vezes	não tenho interesse
7	DW1	Sim	Quando é do meu interessem procuro ler.
8	ED1	Não	Porque é chato... Atrapalha...

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
9	FF1	Às vezes	só se chama atenção.
10	FG1	Não	Porque não me interessam.
11	FL1	Não	detesto anúncio em sites
12	GM1	Não	Por que na maioria das vezes não me interessa.
13	GM2	Sim	Alguns são interessantes.
14	HO1	Às vezes	
15	JA1	Às vezes	
16	JO1	Não	Tenho pavor...
17	JS1	Não	porque não me interessam na internet. quero apenas informação. já no jornal impresso reparo nos anúncios
18	KM1	Sim	
19	LO1	Não	tenho nojo daqueles anúncios que se abrem junto com a página, numa janelinha separada. Eles só encomodam!!!
20	LR1	Às vezes	
21	LS1	Às vezes	banners são um saco, e spams também. Muitas vezes me nego a ir onde um banner indica, mesmo que me interesse.
22	PS1	Às vezes	Só se chamar muito a atenção
23	VC1	Não	não gosto de perder tempo e não realizo compras pela internet
24	VP1	Não	
25	VS1	Às vezes	depende se o assunto é de meu interesse

Tabela-síntese:

Tabela 32 - Você lê anúncios?

Opções	Respostas	Porcentagem
Sim	4	16
Não	10	40
Às vezes	11	44
Total	25	100

As respostas negativas chegam a 40% e vão da simples negativa ou justificativa razoável...

“Porque é chato... Atrapalha...” (ED1). “Porque não me interessam” (FG1). “Por que na maioria das vezes não me interessa” (GM1). “porque não me interessam na internet. quero apenas informação. já no jornal impresso reparo nos anúncios” (JS1). “não gosto de perder tempo e não realizo compras pela internet” (VC1).

...a uma manifestação mais negativamente emotiva:

“Tenho pavor...” (JO1). “detesto anúncio em sites” (FL1).
“tenho nojo daqueles anúncios que se abrem junto com a página, numa janelinha separada. Eles só incomodam!!!” (LO1).

Interessante é o depoimento de JS1, que afirma olhar anúncios em jornais impressos. Isto sugere uma percepção menos invasiva da mídia impressa, onde o leitor é quem determina o foco de atenção. Na tela do computador, bem menor, alguns sites tentam atrair a atenção do leitor com as “janelinhas” (chamadas tecnicamente de pop-ups) de que fala o entrevistado VC1.

4.3.3 Você acha que os anúncios atrapalham o conteúdo jornalístico? Se acha que sim, onde os anúncio deveriam ficar?

Resposta induzida e de comentário livre.

Tabela 33 - Você acha que os anúncios atrapalham o conteúdo jornalístico? Se acha que sim, onde os anúncio deveriam ficar?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
1	AF1	Sim	É interessante os sites de anúncio, mas alguns ficam interrompendo o tempo todo a nossa leitura. Fica cansativo ficar toda hora fechando a janela dos anúncios.
2	AF2	Sim	Deveriam ficar numa página separada. ODEIO anuncios
3	AS1	Sim	As vezes atrapalham. Eles aparecem no meio dos textos. Poderiam ficar logo abaixo dos textos.
4	BL1	Não	Mesmo achnado que não, acho que eles devem ficar nas laterais.
5	BS1	Sim	Poderiam ficar abixo da pagian e nao no meio ou em cima
6	DG1	Não	
7	DW1	Não	
8	ED1	Sim	Deveriam ficar no final, isto é, abaixo... Lááááááááá embaixo...
9	FF1	Não	
10	FG1	Não	
11	FL1	Não	não sei, deveria ter um classificado no site.

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
12	GM1	Sim	Sei lá. Tudo bem que os anunciantes são necessários, mas tem horas que incomoda.
13	GM2	Não	
14	HO1	Não	
15	JA1	Não	
16	JO1	Não	Atrapalhar na verdade, não atrapalham. MAs em alguns casos podem ser bem desagradáveis.
17	JS1	Não	
18	KM1	Não	
19	LO1	Sim	Acho que deveria haver apenas aqueles links para quem quer olhar o anúncio, ou aquele anúncio paradinho no lugar dele. Aqueles anúncios loucos só atrapalham e eu jamais compraria algo relacionado a eles, só de nojo!!!
20	LR1	Não	
21	LS1	Não	ah... depende do anúncio. devem ser discretos, nunca em banners. Até pode ser banner, mas desde que só abram na primeira página. Tem aqueles banners estilo HPG.com.br, que a cada nova janela abrem novamente.
22	PS1	Não	
23	VC1	Sim	No mesmo local, pois se não existem anúncios não existe jornal
24	VP1	Sim	Num espaço só deles, tipo um menu, do lado direito da tela
25	VS1	Não	

Dos entrevistados, 36% acham que os anúncios atrapalham a informação jornalística, como já haviam se manifestado na pergunta anterior, e 64% acham que não atrapalham. As opiniões demonstraram compreensão:

“No mesmo local, pois se não existem anúncios não existe jornal” - VC1,).

...um pouco de impaciência:

É interessante os sites de anúncio, mas alguns ficam interrompendo o tempo todo a nossa leitura. Fica cansativo ficar toda hora fechando a janela dos anúncios” (AF1).

“Sei lá. Tudo bem que os anunciantes são necessários, mas tem horas que incomoda.” (GM1).

“Atrapalhar na verdade, não atrapalham. Mas em alguns casos podem ser bem desagradáveis” (JO1).

“ah... depende do anúncio. devem ser discretos, nunca em banners. Até pode ser banner, mas desde que só abram na primeira página. Tem aqueles banners estilo HPG.com.br, que a cada nova janela abrem novamente” (LS1).

...uma noção mais definida do espaço publicitário, dentro da página jornalística:

“As vezes atrapalham. Eles aparecem no meio dos textos. Poderiam ficar logo abaixo dos textos” (AS1).

“Deveriam ficar no final, isto é, abaixo... Lááááááááá embaixo...” (ED1).

“Poderiam ficar abaixo da página e não no meio ou em cima” (BS1). “Num espaço só deles, tipo um menu, do lado direito da tela” (VP1).

“Mesmo achando que não, acho que eles devem ficar nas laterais.” (BL1).

...até a sugestão de lugares especiais, fora do espaço jornalístico:

“não sei, deveria ter um classificado no site.” (FL1).

“Deveriam ficar numa página separada. ODEIO anúncios” (AF2).

“Acho que deveria haver apenas aqueles links para quem quer olhar o anúncio, ou aquele anúncio paradinho no lugar dele. Aqueles anúncios loucos só atrapalham e eu jamais compraria algo relacionado a eles, só de nojo!!!” (LO1).

4.3.4 Você costuma clicar em anúncios? Por quê?

Pergunta de múltipla escolha e de reposta livre.

Tabela 34 - Você costuma clicar em anúncios? Por quê?

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
1	AF1	Ocasionalmente	Às vezes alguns anúncios me interessam, então eu leio. Do contrário fecho a

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
			janela em seguida.
2	AF2	Nunca	
3	AS1	Nunca	
4	BL1	Ocasionalmente	Só clico nos que realmente me interessam.
5	BS1	Ocasionalmente	Depende do interesse
6	DG1	Ocasionalmente	se me chamar atenção
7	DW1	Ocasionalmente	
8	ED1	Nunca	
9	FF1	Ocasionalmente	quando erro o cursor ou quando tem alguma coisa interessante, do tipo: vagas de empregos, hospedagem de sites, cursos...
10	FG1	Nunca	
11	FL1	Nunca	como já falei, detesto anúncio
12	GM1	Nunca	
13	GM2	Ocasionalmente	Quando me interessa...
14	HO1	Ocasionalmente	
15	JA1	Nunca	
16	JO1	Nunca	
17	JS1	Nunca	Porque ainda não criei o gosto pela compra em internet
18	KM1	Ocasionalmente	
19	LO1	Nunca	
20	LR1	Ocasionalmente	
21	LS1	Ocasionalmente	
22	PS1	Ocasionalmente	Só se atender a alguma necessidade minha
23	VC1	Nunca	
24	VP1	Nunca	
25	VS1	Ocasionalmente	As vezes me interesso por algo

Dos entrevistados, 48% dizem nunca clicar em anúncios, enquanto 52% alegam clicar ocasionalmente. Destes, os que justificaram sua ação falam em interesse ou algo que tenha chamado atenção, o que leva a crer que os anúncios tenham sido lido, mesmo que de relance.

4.3.5 Você acha que anúncios online funcionam? Por quê?

Pergunta de duas opções e comentário livre.

Tabela 35 - Você acha que anúncios online funcionam? Por quê?

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
1	AF1	Sim	Muita gente utiliza o computador. Seria absurdo achar que isso não funcione. Com certeza, se aparecer uma grande promoção de alguma mercadoria ou serviço que o internauta está precisando, ele não vai pensar duas vezes antes de clicar no anúncio.
2	AF2	Não	Não sei. Não uso.
3	AS1	Sim	Existem muitos anúncios online. Isso pode significar que eles funcionam. Para mim não funcionariam.
4	BL1	Sim	
5	BS1	Não	Pois muita gente os fecha ou nem da importancia
6	DG1	Sim	tem que ser muito bem feito para prender atençaão
7	DW1	Sim	Apesar de achar que o jornal é de maior credibilidade nesse assunto.
8	ED1	Não	Porque me parece que a pessoa acessa um site exatamente para algo já definido... Se quisesse ver produtos acessaria outro site...
9	FF1	Sim	Sabe que eu não sei. Das vezes que acessei um anúncio, até que foram úteis. Acho que funciona, sim
10	FG1	Não	Porque nem todos confiam nas compras via rede.
11	FL1	Não	não leio
12	GM1	Sim	Em alguns casos sim outros não.
13	GM2	Sim	Nada como um bom marketing via web
14	HO1	Sim	
15	JA1	Não	
16	JO1	Não	Pelo menos nunca vi ninguém que tenha comprado algo através de um pop up, ou até mesmo falado bem destes anúncios. O máximo que eu já fiz foi entrar no The boy do Terra pra ver o Rodrigo Hilbert...E isso admito. Vi num banner (virtual)
17	JS1	Sim	Devem funcionar para quem está habituado a internet e procura se utilizar de seus serviços
18	KM1	Sim	
19	LO1	Não	Só aqueles que não encomodam!!!
20	LR1	Não	
21	LS1	Sim	mesmo que as pessoas não cliquem nele, o nome do anunciante estará lá...
22	PS1	Sim	Acho que funciona como outro anúncio qualquer (jornal, revista, outdoor...)
23	VC1	Sim	muitos não estão a procura, mas compram porque está ao alcance da mão
24	VP1	Sim	Se não funcionassem, não haveriam tantos banners por aí
25	VS1	Sim	desperta a curiosidade do leitor

A maioria dos entrevistados (64%), de alguma forma, considera que os anúncios têm alguma eficácia:

“Muita gente utiliza o computador. Seria absurdo achar que isso não funcione. Com certeza, se aparecer uma grande promoção de alguma mercadoria ou serviço que o internauta está precisando, ele não vai pensar duas vezes antes de clicar no anúncio” (AF1).

“Nada como um bom marketing via web” (GM2).

“Existem muitos anúncios online. Isso pode significar que eles funcionam. Para mim não funcionariam” (AS1).

“Acho que funciona como outro anúncio qualquer (jornal, revista, outdoor...)” (PS1).

“desperta a curiosidade do leitor” (VS1).

“muitos não estão a procura, mas compram porque está ao alcance da mão” (VC1).

“mesmo que as pessoas não cliquem nele, o nome do anunciante estará lá...” (LS1).

“Se não funcionassem, não haveriam tantos banners por aí” (VP1).

“Devem funcionar para quem está habituado a internet e procura se utilizar de seus serviços” (JS1).

“Sabe que eu não sei. Das vezes que acessei um anúncio, até que foram úteis. Acho que funciona, sim” (FF1).

Alguns acham que funcionam, mas têm restrições e olhar crítico para esta forma de comunicação:

“Em alguns casos sim outros não.” (GM1).

“tem que ser muito bem feito para prender a atenção” (DG1).

“Só aqueles que não incomodam!!!” (LO1).

“Apesar de achar que o jornal é de maior credibilidade nesse assunto” (DW1).

Mas 36 % dos entrevistados não crêem na eficácia de anúncios:

“Pois muita gente os fecha ou nem da importância” (BS1).

“Porque me parece que a pessoa acessa um site exatamente para algo já definido... Se quisesse ver produtos acessaria outro site...” (ED1).

“Porque nem todos confiam nas compras via rede.” (FG1).

“Pelo menos nunca vi ninguém que tenha comprado algo através de um pop up, ou até mesmo falado bem destes anúncios. O máximo que eu já fiz foi entrar no The boy do Terra pra ver o Rodrigo Hilbert... E isso admito. Vi num banner (virtual)” (JO1).

4.3.6 Você lê a primeira página rolando até o fim ou só lê os links que aparecem no alto da página? Por quê?

Pergunta de múltipla escolha e de resposta livre. Procura levantar um importante hábito de leitura online que pode influenciar a diagramação de um veículo. Jakob Nielsen, engenheiro e pesquisador de usabilidade¹⁹ de computadores, diz:

90% of users used not to scroll navigation pages; instead, they simply picked from the visible options. This has changed since most Web users now know that pages scroll and that important links sometimes are not visible "above the fold." Even so, the visible options still dominate and users sometimes overlook alternatives lower down the page. This is particularly bad if the visible part of the page seems to clearly communicate a certain purpose or a certain best approach: users may then happily conclude that they know what to do and not bother spending time on the rest of the page. (1999).

¹⁹ Área do design que procura descobrir a melhor maneira de usar objetos.

Esta questão pretendeu verificar se Nielsen está certo em suas afirmações, em relação aos leitores brasileiros.

Tabela 36 - Você lê a primeira página rolando até o fim ou só lê os links que aparecem no alto da página? Por quê?

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
1	AF1	Rolo a tela para ler todos os links	Gosto de ver todas as possibilidades de navegação.
2	AF2	Só leio os links do alto	Só aqueles que me interessam.
3	AS1	Rolo a tela para ler todos os links	
4	BL1	Rolo a tela para ler todos os links	NO Terra, por exemplo há seções que me interessam que eu sei que ficam no final da página inicial.
5	BS1	Rolo a tela para ler todos os links	Para ver se ha algum outro <i>link</i> q eu goste
6	DG1	Rolo a tela para ler todos os links	trazem informações detalhadas
7	DW1	Rolo a tela para ler todos os links	
8	ED1	Rolo a tela para ler todos os links	Gosto que dar uma geral antes de partir para algo mais específico...
9	FF1	Só leio os links do alto	não tenho muita paciência de rolar tudo. Só fiz isso no Cam Studio, para fazer bonito na tua pesquisa....risos
10	FG1	Rolo a tela para ler todos os links	Apesar de as manchetes principais normalmente ficarem em cima, gosto de ver tudo que está na página principal, assim como faço nas capas de jornais impressos.
11	FL1	Rolo a tela para ler todos os links	
12	GM1	Rolo a tela para ler todos os links	
13	GM2	Rolo a tela para ler todos os links	
14	HO1	Rolo a tela para ler todos os links	
15	JA1	Rolo a tela para ler todos os links	
16	JO1	Rolo a tela para ler todos os links	Não sei, mas na maioria das vezes é assim. Mas em reportagens ou colunas que realmente me interessem sigo lendo até o final.
17	JS1	Rolo a tela para ler todos os links	Se os links no alto da página não me interessam rolo até o fim
18	KM1	Rolo a tela para ler todos os links	
19	LO1	Rolo a tela para ler todos os links	
20	LR1	Rolo a tela para ler todos os links	
21	LS1	Rolo a tela para ler todos os links	
22	PS1	Rolo a tela para ler todos os links	Para ver o que me interessa
23	VC1	Rolo a tela para ler todos os links	
24	VP1	Rolo a tela para ler todos os links	
25	VS1	Só leio os links do alto	

Tabela-síntese:

Tabela 37 - Você rola a tela?

<i>Questão</i>	<i>Resposta</i>	<i>Porcentagem</i>
Só lê os links do alto	3	12
Rola a tela para ver todos os links	22	88
Total	25	100

A grande maioria dos entrevistados (88%) rola a tela para ler todos os links, enquanto 12 %, não rolam. Esta característica da interface Web parece não incomodar o receptor. Ainda assim, os veículos apostam no impacto da primeira vista, colocando manchetes e ítems mais importantes no alto das páginas.

É interessante o depoimento:

“Apesar de as manchetes principais normalmente ficam em cima, gosto de ver tudo que está na página principal, assim como faço nas capas de jornais impressos” (FG1).

O depoimento tem dois pontos que merecem atenção: a função de índice de uma capa de um veículo (de papel e online) e o hábito de uso da mídia papel herdado pela mídia online (mesmo que as ações para ler toda uma tela Web sejam mais complicadas que baixar os olhos para ler uma página de jornal).

A função de índice exercida pela primeira página de um veículo online parece cumprir a mesma função de seu congênere de papel aparece também nas declarações:

“Gosto de ver todas as possibilidades de navegação” (AF1).

“Para ver se há algum outro *link* queu goste” (BS1).

“trazem informações detalhadas” (DG1). “Gosto que dar uma geral antes de partir para algo mais específico...” (ED1).

O hábito de leitura, num sentido diferente do citado acima mas igualmente interessante, e a função de índice da capa, aparecem também na declaração:

“No Terra, por exemplo há seções que me interessam que eu sei que ficam no final da página inicial” (BL1).

Isto sugere que o leitor cria um mapa mental das páginas, e, mesmo sem ter a visão global da página inicial, já sabe o que encontrar e como usar indicialmente o conteúdo.

4.3.7 Você prefere matérias online longas e aprofundadas, ou curtas? Por quê?

A mídia online ainda não encontrou um formato de texto definitivo. Pode-se postular, inclusive, que múltiplos formatos são possíveis de uso neste suporte. Esta pergunta de resposta induzida (com três opções: matérias longas, curtas ou ambas) e comentário livre procura descobrir o gosto dos leitores por dois diferentes tipos de matéria jornalística online.

Tabela 38 - Você prefere matérias online longas e aprofundadas, ou curtas? Por quê?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
1	AF1	Prefiro matérias curtas	Quando entramos na internet desejamos rapidez, assuntos diversos...
2	AF2	Gosto de ambas	
3	AS1	Gosto de ambas	Tem dias em que estamos com pressa e lemos as matérias mais curtas, as notícias do dia. Já li e sempre que tenho mais tempo costumo ler reportagens longas online.

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
4	BL1	Gosto de ambas	
5	BS1	Prefiro matérias curtas	Curtas pq a internet tem a rapidez se quisermos algo mais detalhado iremos ler um jornal
6	DG1	Gosto de ambas	as mais longas nos dão mais detalhes, informação
7	DW1	Prefiro matérias curtas	Facilitam a leitura, sintetizam a informação mais rapidamente, é mais objetiva.
8	ED1	Prefiro matérias curtas	Para a leitura na tela, online, é preferível matérias mais objetivas... Com links, também curtos...
9	FF1	Gosto de ambas	
10	FG1	Gosto de ambas	Tudo depende do tema.
11	FL1	Gosto de ambas	dependendo o assunto acho legal matérias longas, com bastantes dados e gráficos
12	GM1	Gosto de ambas	
13	GM2	Prefiro matérias curtas	Matérias longas não prendem a atenção...
14	HO1	Gosto de ambas	
15	JA1	Gosto de ambas	depende do interesse e da disponibilidade de leitura
16	JO1	Prefiro matérias curtas	Gosto do fator abrangência que a internet te dá como nenhum outro veículo porém a qualidade nunca é confiável. Prefiro não perder muito tempo...
17	JS1	Gosto de ambas	Dependendo do meu interesse, se for sobre cultura, política e cinema, gosto de matérias longas
18	KM1	Prefiro matérias curtas	gosto que elas abram para outros lugares
19	LO1	Prefiro matérias curtas	Prefiro as curtas que nos deixam opções para aprofundar o assunto, seja com mais informações ou links para outros sites.
20	LR1	Gosto de ambas	
21	LS1	Gosto de ambas	
22	PS1	Gosto de ambas	Depende da qualidade do que foi escrito
23	VC1	Prefiro matérias curtas	complementos devem estar em outra página
24	VP1	Gosto de ambas	
25	VS1	Prefiro matérias curtas	porque é prático e não cansa de ler

As matérias curtas são preferência de 40% dos entrevistados, enquanto 60% preferem curtas e longas. Nenhum deles se manifestou a favor apenas de matérias longas.

A busca pela notícia ligeira e direta aparece na fala de vários entrevistados que preferem textos curtos:

“Quando entramos na internet desejamos rapidez, assuntos diversos...” (AF1).

“Curtas pq a internet tem a rapidez se quisermos algo mais detalhado iremos ler um jornal” (BS1).

“Facilitam a leitura, sintetizam a informação mais rapidamente, é mais objetiva” (DW1)

Para a leitura na tela, online, é preferível matérias mais objetivas... Com links, também curtos...” (ED1).

“Gosto do fator abrangência que a internet te dá como nenhum outro veículo porém a qualidade nunca é confiável. Prefiro não perder muito tempo...” (JO1).

O fator ergonômico também se destaca nas respostas de quem prefere matérias curtas:

“porque é pratico e não cansa de lermos” (VS1).

“Matérias longas não prendem a atenção...” (GM2).

Os recursos do hipertexto e a linguagem atualmente usada na mídia Web já parecem fazer parte do repertório dos leitores, conforme revelam estes depoimentos:

“gosto que elas abram para outros lugares” (KM1).

“Prefiro as curtas que nos deixam opções para aprofundar o assunto, seja com mais informações ou links para outros sites.” (LO1).

“complementos devem estar em outra página” (VC1).

Os que gostam de matérias longas e curtas consideram que o tipo de assunto e a disposição do leitor devem definir o tamanho do texto, como se depreende pelas falas:

“Tem dias em que estamos com pressa e lemos as matérias mais curtas, as notícias do dia. Já li e sempre que tenho

mais tempo costumo ler reportagens longas online.” (AS1).

“as mais longas nos dão mais detalhes, informação” (DG1).

“Tudo depende do tema.” (FG1).

“dependendo o assunto acho legal matérias longas, com bastante dados e gráficos” (FL1).

“depende do interesse e da disponibilidade de leitura” (JA1).

“Dependendo do meu interesse, se for sobre cultura, política e cinema, gosto de matérias longas” (JS1).

“Depende da qualidade do que foi escrito” (PS1).

4.3.8 Se prefere matérias longas, gosta delas em uma única página ou divididas em várias páginas? Por quê?

Por questões de marketing (para colocar mais anúncios) ou por questões de estilo, matérias jornalísticas longas podem ser apresentadas em várias páginas. A pergunta de múltipla escolha e de comentário livre pretendeu descobrir o gosto do leitor a respeito desta característica.

Tabela 39 - Se prefere matérias longas, gosta delas em uma única página ou divididas em várias páginas? Por quê?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
1	AF1	Prefiro matérias curtas	
2	AF2	Prefiro em duas ou mais páginas	Pq fica menos cansativo
3	AS1	Prefiro em duas ou mais páginas	As que eu li no terra vinham em duas ou três páginas e nunca me encomodei com isso. A próxima página vem com outra foto, outro enfoque sobre a reportagem. Isso pode quebrar um pouco a monotonia. Acho que é bom elas virem em mais de uma página.
4	BL1	Prefiro em duas ou mais páginas	Já respondi sobre isso.
5	BS1	Prefiro matérias curtas	pq sem mais rapidas e tem mais dinamica

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
6	DG1	Prefiro em uma única página	mais facil para ler
7	DW1	Prefiro matérias curtas	
8	ED1	Prefiro matérias curtas	
9	FF1	Prefiro matérias curtas	
10	FG1	Prefiro em duas ou mais páginas	As páginas podem ser divididas por links, que o leitor vai abrir se julgar interessantes. Um tijolão em uma única página não dá para agüentar!
11	FL1	Prefiro em uma única página	
12	GM1	Prefiro em duas ou mais páginas	
13	GM2	Prefiro matérias curtas	
14	HO1	Prefiro em uma única página	
15	JA1	Prefiro matérias curtas	
16	JS1	Prefiro em duas ou mais páginas	É mais fácil de se localizar, não fica cansativo, parece mais clara, precisa e trabalhada
17	KM1	Prefiro matérias curtas	
18	LO1	Prefiro em duas ou mais páginas	
19	LR1	Prefiro em duas ou mais páginas	
20	LS1	Prefiro em uma única página	
21	PS1	Prefiro em uma única página	Não perde tempo abrindo outra janela
22	SC1	Prefiro matérias curtas	
23	VC1	Prefiro matérias curtas	
24	VP1	Prefiro em duas ou mais páginas	
25	VS1	Prefiro matérias curtas	

Tabela-síntese:

Tabela 40 - Preferência de matérias longas em várias páginas

Opção	Respostas	Porcentagem
Prefiro matérias curtas	11	44
Prefiro em uma única página	5	20
Prefiro em duas ou mais páginas	9	36
Total	25	100

Entre os leitores que aceitam matérias longas, os que preferem em uma única página são 35,71 %, enquanto os que preferem matérias em várias página são 64,29 %. Entre estes, as justificativas se baseiam em comodidade de leitura e aspectos estéticos:

“Pq fica menos cansativo” (AF2).

“As que eu li no terra vinham em duas ou três páginas e nunca me incomodei com isso. A próxima página vem com outra foto, outro enfoque sobre a reportagem. Isso pode quebrar um pouco a monotonia. Acho que é bom elas vi-rem em mais de uma página” (AS1).

“As páginas podem ser divididas por links, que o leitor vai abrir se julgar interessantes. Um tijolão em uma única página não dá para agüentar!” (FG1).

“É mais fácil de se localizar, não fica cansativo, parece mais clara, precisa e trabalhada” (JS1).

4.3.9 Você prefere matérias em letras grandes, que obriguem a rolar mais as páginas, ou em letras pequenas, que permitam mais texto na tela?

A leitura em telas de computador pode ser cansativa devido à baixa resolução de tela, à luz dos monitores e ao fato de que as telas da Web são lidas “aos pulos”. O uso de determinado tamanho de letra de textos online deve levar em consideração vantagens e desvantagens. A pergunta de resposta induzida tenta descobrir qual a preferência dos leitores, em relação a este aspecto do design gráfico.

Tabela 41 - Você prefere matérias em letras grandes, que obriguem a rolar mais as páginas, ou em letras pequenas, que permitam mais texto na tela?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>
1	AF1	Em letras pequenas
2	AF2	Em letras grandes
3	AS1	Em letras pequenas
4	BL1	Em letras pequenas
5	BS1	Em letras pequenas
6	DG1	Em letras pequenas
7	DW1	Em letras pequenas
8	ED1	Em letras pequenas

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>
9	FF1	Em letras pequenas
10	FG1	Em letras pequenas
11	FL1	Em letras pequenas
12	GM1	Em letras grandes
13	GM2	Em letras pequenas
14	HO1	Em letras pequenas
15	JA1	Em letras pequenas
16	JO1	Em letras grandes
17	JS1	Em letras grandes
18	KM1	Em letras pequenas
19	LO1	Em letras grandes
20	LR1	Em letras pequenas
21	LS1	Em letras grandes
22	PS1	Em letras pequenas
23	VC1	Em letras pequenas
24	VP1	Em letras grandes
25	VS1	Em letras grandes

A preferência majoritária dos entrevistados foi por textos em letras pequenas: 68 % contra 32 % de preferências por letras grandes.

4.3.10 Você lê com o navegador maximizado, em tela inteira, ou com o navegador em janela mais reduzida que a tela? Por quê?

A questão do tamanho da janela de leitura tem de ser levada em conta por designer para mídia online, já que cada usuário pode redimensionar o browser conforme suas preferências. A pergunta de múltipla escolha quis verificar a preferência dos entrevistados quanto a este aspecto espacial da leitura em computador.

Tabela 42 - Você lê com o navegador maximizado, em tela inteira, ou com o navegador em janela mais reduzida que a tela? Por quê?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
1	AF1	Janela maximizada	Acho mais gostoso de ler.
2	AF2	Janela maximizada	
3	AS1	Janela maximizada	
4	BL1	Janela maximizada	Porque estou acostumada e acho melhor assim, o texto fica num tamanho agradável.
5	BS1	Janela maximizada	Fica melhor a visualização
6	DG1	Janela maximizada	não gosto da tela reduzida
7	DW1	Janela reduzida	
8	ED1	Janela maximizada	Talvez para que só aquilo me chame a atenção, sei lá...
9	FF1	Janela maximizada	porque cliço na barra de tarefas nos outros sites que deixei aberto. Acho melhor maximizada, pois assim podemos ver mais o que o site oferece.
10	FG1	Janela maximizada	
11	FL1	Janela maximizada	mania
12	GM1	Janela maximizada	Por que meus olhos não são lupa!!!!
13	GM2	Janela maximizada	detesto quem usa tela reduzida....
14	HO1	Janela maximizada	
15	JA1	Janela maximizada	é melhor
16	JO1	Janela maximizada	Por que é melhor para visualizar...
17	JS1	Janela maximizada	
18	KM1	Janela maximizada	facilita a leitura
19	LO1	Janela maximizada	me acostumei!!!
20	LR1	Janela maximizada	
21	LS1	Janela maximizada	porque dá maior visão!!!!
22	PS1	Janela maximizada	Consigo ler mais texto sem rolar a barra de rolagem
23	VC1	Janela maximizada	
24	VP1	Janela maximizada	
25	VS1	Janela maximizada	porque a notícia tem mais ênfase

A grande maioria (96%) prefere usar a Web com o browser maximizado, enquanto apenas 4% lê com as janelas em tamanho normal.

4.3.11 Você prefere manchetes destacadas como jornal de papel ou lista de notícias, todas com o mesmo destaque? Por quê?

Duas das principais formas de apresentação de chamadas de notícias em capas de sites noticiosos na Web são títulos grandes, como manchetes de jornais de papel, e listas de títulos em letras pequenas. A pergunta de múltipla escolha e com comentários livres procura descobrir qual forma os entrevistados preferem.

Tabela 43 - Você prefere manchetes destacadas como jornal de papel ou lista de notícias, todas com o mesmo destaque? Por quê?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
1	JO1	Prefiro lista de notícias	Pra seguir o padrão jornalístico que os nossos olhos de foca já estão acostumados..
2	KM1	Prefiro lista de notícias	Assim posso escolher o que quero ler
3	VC1	Prefiro lista de notícias	Eu crio o meu próprio jornal, sem que ninguém me oriente
4	VP1	Prefiro lista de notícias	
5	AF2	Prefiro manchetes destacadas	
6	BS1	Prefiro manchetes destacadas	por que sempre ha algo c/ muita importancia q necessita ser destacado
7	DG1	Prefiro manchetes destacadas	chamam mais atencao
8	DW1	Prefiro manchetes destacadas	Facilita a leitura
9	ED1	Prefiro manchetes destacadas	Gosto mais ou menos como se fosse um jornal impresso, com as manchetes destacadas... Até com cores diferentes...
10	FG1	Prefiro manchetes destacadas	Porque assim o leitor tem acesso às manchetes, podendo separar o joio do trigo.
11	FL1	Prefiro manchetes destacadas	acho que tem a mesma função de jornal de papel
12	GM2	Prefiro manchetes destacadas	
13	HO1	Prefiro manchetes destacadas	
14	JA1	Prefiro manchetes destacadas	hábito de jornal impresso
15	JS1	Prefiro manchetes destacadas	Porque é mais jornalístico
16	PS1	Prefiro manchetes destacadas	Podemos observar a importância que o site da para determinadas matérias
17	VS1	Prefiro manchetes destacadas	porque é a manchete que dá vida a notícia
18	AF1	Prefiro manchetes e listas	Sempre existe matérias mais importantes. É bom saber o que é destaque no jornal.
19	AS1	Prefiro manchetes e listas	
20	BL1	Prefiro manchetes e listas	

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
21	FF1	Prefiro manchetes e listas	
22	GM1	Prefiro manchetes e listas	
23	LO1	Prefiro manchetes e listas	
24	LR1	Prefiro manchetes e listas	
25	LS1	Prefiro manchetes e listas	

Tabela-síntese:

Tabela 44 - Preferência por manchetes, listas ou ambas

<i>Opção</i>	<i>Escolhas</i>	<i>Porcentagem</i>
Manchetes destacadas	13	52
Listas de notícias	4	16
Manchetes e listas	8	32
Total	25	100

Pelo resultado, vê-se que 84% dos entrevistados preferem manchetes (sozinhas ou com listas), 52% preferem só manchetes e 16% preferem só listas de matérias. É interessante notar as justificativas para tais preferências. Elas se sustentam pela funcionalidade do recurso de manchete, como nestes trechos:

“Assim posso escolher o que quero ler”. “Porque assim o leitor tem acesso às manchetes, podendo separar o joio do trigo”.

“Sempre existe matérias mais importantes. É bom saber o que é destaque no jornal”.

“por que sempre há algo c/ muita importância q necessita ser destacado”.

“chamam mais atenção”.

“Facilita a leitura”.

“Podemos observar a importância que o site da para determinadas matérias”.

Ou até pela explícita citação do jornal impresso, como nestes:

“Pra seguir o padrão jornalístico que os nossos olhos de foca já estão acostumados...”.

“Porque é mais jornalístico”. “porque é a manchete que dá vida a notícia”.

“Gosto mais ou menos como se fosse um jornal impresso, com as manchetes destacadas... Até com cores diferentes...”. “acho que tem a mesma função de jornal de papel”. “hábito de jornal impresso”.

4.4 Questões relativas à multimídia

4.4.1 Você costuma imprimir matérias que acha interessantes?

Por quê?

Apesar de todo o apelo de cores e movimento que o computador oferece, o papel continua sendo uma mídia importante, e freqüentemente o usuário é levado a imprimir páginas da Web. A pergunta de dupla escolha (sim/não) e de resposta livre procura levantar o hábito dos entrevistados em relação à impressão de material jornalístico da rede.

Tabela 45 - Você costuma imprimir matérias que acha interessantes? Por quê?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
1	AF1	Não	
2	AF2	Sim	Sempre
3	AS1	Não	Já imprimir alguma reportagem que tenha começado a ler, não consegui terminar e levei para ler no trem ou ônibus.
4	BL1	Não	
5	BS1	Não	porque guardo de cabeça as notícias
6	DG1	Sim	guardo no meu arquivo

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
7	DW1	Não	
8	ED1	Sim	Para poder ler novamente, aprofundar, mostrar para outras pessoas...
9	FF1	Não	
10	FG1	Não	Se forem mesmo importantes elas costumam ficar on-line, no arquivo do jornal, então sempre que quiser ler novamente eu vou para lá. Ou então tento conseguir uma versão impressa do jornal.
11	FL1	Não	
12	GM1	Sim	Por que gosto de guardar. Não gosto de depender da internet!!!
13	GM2	Não	
14	HO1	Não	
15	JA1	Sim	são materiais importantes para pesquisa ou ampliação do que estou fazendo
16	JO1	Sim	Pra poder ler onde eu quiser, ou copiar...
17	JS1	Não	Porque jornalismo online é online
18	KM1	Não	acho um desperdício de papel imprimir algo que posso ler no micro
19	LO1	Não	pq não tenho impressora à disposição, etb pra q imprimir?
20	LR1	Sim	
21	LS1	Sim	só se for para guardar... para arquivar, para um dia fazer pesquisa.
22	PS1	Sim	Para guardá-la como documento. É o hábito
23	VC1	Não	A notícia possui vida útil curta
24	VP1	Sim	Como comentei antes, gosto de tê-las em mãos
25	VS1	Sim	para fazer pesquisa

Tabela-síntese:

Tabela 46 - Impressão de matérias

Pergunta	Respostas	Porcentagem
Sim	11	44
Não	14	56
Total	25	100

Vemos que a impressão de material da internet é um hábito significativo, já que 44 % dos entrevistados costuma fazê-la, contra 56 % que não a fazem.

As justificativas para a impressão, em geral, se devem à praticidade de dispor do material e poder consultá-lo à qualquer momento:

“guardo no meu arquivo” (DG1).

“Para poder ler novamente, aprofundar, mostrar para outras pessoas...” (ED1).

“Por que gosto de guardar. Não gosto de depender da internet!!!” (GM1).

“são materiais importantes para pesquisa ou ampliação do que estou fazendo” (JA1).

“Pra poder ler onde eu quiser, ou copiar...” (JO1)

só se for para guardar... para arquivar, para um dia fazer pesquisa” (LS1).

“Para guardá-la como documento. É o hábito” (PS1).

“Como comentei antes, gosto de tê-las em mãos” (VP1).

“para fazer pesquisa” (VS1).

“Já imprimir alguma reportagem que tenha começado a ler, não consegui terminar e levei para ler no trem ou ônibus” (AS1)

Entre os que não imprimem, houve mais citações sobre o fato de que as facilidades da mídia online tornam desnecessário o ato:

“Se forem mesmo importantes elas costumam ficar online, no arquivo do jornal, então sempre que quiser ler novamente eu vou para lá. Ou então tento conseguir uma versão impressa do jornal.” (FG1).

“Porque jornalismo online é online” (JS1).

“acho um desperdício de papel imprimir algo que posso ler no micro” (KM1).

“pq não tenho impressora à disposição, e tb pra q imprimir?” (LO1).

“porque guardo de cabeça as notícias” (BS1).

“A notícia possui vida útil curta” (VC1)

4.4.2 Que tipo de conteúdo multimídia você gosta de acessar? (Fotos? Vídeos? Áudio? Animações?) Por quê?

Pergunta de resposta livre.

**Tabela 47 - Que tipo de conteúdo multimídia você gosta de acessar?
(Fotos? Vídeos? Áudio? Animações?) Por quê?**

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
1	AF1	Fotos	
2	AF2		Algumas fotos
3	AS1	fotos e vídeos	
4	BL1	Vídeos	
5	BS1		fotos e mp3!!!! mp3 pq sao musicas q eu adoro ouvir
6	DG1	fotos	muitas vezes pela foto conseguimos entender o texto
7	DW1	fotos	são mais rápidas de visualizar.
8	ED1	Fotos	Prefiro fotos... Acho que é porque o jornal impresso também disponibiliza isso...
9	FF1		fotos, vídeos, áudio, animações...adoro conteúdo multimídia. Até porque tenho banda larga, que facilita o acesso a isso.
10	FG1	Tudo	Normalmente estes conteúdos são acessórios à notícia e bastante interessantes, por isso, sempre que posso, dou uma olhada.
11	FL1		tudo
12	GM1		
13	GM2	Todos...	
14	HO1	fotos	
15	JA1	fotos	
16	JO1	Fotos	simples
17	JS1	fotos e vídeos	porque gosto de imagem
18	KM1	Fotos	
19	LO1	Tudo	Quando há como, pelas limitações da máquina, adoro animações, fotos, vídeos!!!
20	LR1	fotos	
21	LS1	todos, menos amimação.	vídeo, só quando estou num lugar com conexão banda larga.
22	PS1	Fotos e vídeos	Por que são os que mais me interessam
23	VC1	fotos	mais rápido para carregar
24	VP1		Depende muito da matéria. As da Guerra do Iraque eu gostei das fotos e dos arquivos em vídeo, do atentado de 11 de setembro tb... agora, as mais curtinhas nem precisam ter esse tipo de conteúdo
25	VS1	todos	porque todos são interessantes

Na tabela-síntese, cada resposta “tudo” ou “todos” foi considerada para os quatro tipos de multimídia.

Tabela 48 - Tipos de multimídia que acessa

<i>Conteúdo</i>	<i>Repostas</i>	<i>Porcentagem</i>
Fotos	23	92
Vídeos	12	48
Áudio	8	32
Animações	6	24
Total de entrevistados	25	N/A

O conteúdo multimídia parece ter uma grande atração nos entrevistados, com grande predominância de fotos (92%) seguida de vídeo (48%). O áudio teve apenas duas citações explícitas (8%), embora os que responderam que gostam de todo conteúdo multimídia tenham elevado a contagem neste item. A justificativa para o gosto pelas fotos foi pela simplicidade, rapidez desta mídia e hábito herdado do jornal de papel:

“fotos. são mais rápidas de visualizar.” (DW1).

“Fotos. simples” (JO1).

“fotos. mais rápido para carregar” (VC1).

“Fotos. Prefiro fotos... Acho que é porque o jornal impresso também disponibiliza isso...” (ED1).

“fotos e vídeos. porque gosto de imagem” (JS1).

“fotos e mp3!!!! mp3 pq são musicas q eu adoro ouvir” (BS1).

O caráter complementar ao texto também foi lembrado:

“Normalmente estes conteúdos são acessórios à notícia e bastante interessantes, por isso, sempre que posso, dou uma olhada” (FG1).

“fotos. Muitas vezes pela foto conseguimos entender o texto” (DG1).

Assim como a propriedade da multimídia conforme o tipo de matéria jornalística:

“Depende muito da matéria. As da Guerra do Iraque eu gostei das fotos e dos arquivos em vídeo, do atentado de 11 de setembro tb... agora, as mais curtinhas nem precisam ter esse tipo de conteúdo” (VP1).

Mas as características técnicas da conexão foram lembradas como um fator limitante para o consumo de multimídia online:

“Tudo. Quando há como, pelas limitações da máquina, adoro animações, fotos, vídeos!!!” (LO1).

“todos, menos animação. Vídeo, só quando estou num lugar com conexão banda larga” (LS1).

“fotos, vídeos, áudio, animações... adoro conteúdo multimídia. Até porque tenho banda larga, que facilita o acesso a isso” (FF1).

4.4.3 O que você acha de imagens animadas nas páginas de seu site jornalístico preferido? Por quê?

Na pergunta anterior, identifiquei duas rejeições às animações. Agora, nesta pergunta de duas alternativas (gosto/não gosto) e com resposta livre, fica mais clara a posição dos entrevistados em relação às animações, no caso, aquelas deslocadas de um contexto jornalístico, ligadas à programação visual das páginas.

Tabela 49 - O que você acha de imagens animadas nas páginas de seu site jornalístico preferido? Por quê?

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
1	AF1	Gosto	
2	AF2	Não gosto	
3	AS1	Não gosto	
4	BL1	Gosto	Dá vida, movimento ao site
5	BS1	Gosto	Divertem a página e a deixam+ bonitinha
6	DG1	Gosto	aumenta vontade de navegar pela net
7	DW1	Gosto	
8	ED1	Não gosto	O site da Folha até que não disponibiliza muita animação... Mas geralmente procuro nem acessar por causa da demora...
9	FF1	Gosto	acho que é mais uma maneira de chamar atenção, desde que a animação seja bem feita.
10	FG1	Gosto	Acho interessante, mas não fazem diferença alguma. Para mim, tanto faz entre ter ou não ter...
11	FL1	Gosto	gosto de animação
12	GM1	Não gosto	
13	GM2	Gosto	Gosto, quanto mais moderna a página, melhor....hehe
14	HO1	Gosto	
15	JA1	Não gosto	è chato de fechá-las
16	JO1	Não gosto	A não ser que seja um site DE animação ou designe aí sim. No mais atrapalha, poluição visual!
17	JS1	Não gosto	Porque gosto de páginas estáticas
18	KM1	Gosto	
19	LO1	Gosto	Não sendo anúncios pra mim tá ótimo!!!!
20	LR1	Não gosto	
21	LS1	Não gosto	são pesadas. se fossem mais leves até seria menos incomodo.
22	PS1	Não gosto	Por que atrapalha a concentração
23	VC1	Não gosto	carregam a conexão
24	VP1	Gosto	
25	VS1	Gosto	porque a estética da página também é importante

Tabela-síntese:

Tabela 50 - Gosto sobre imagens animadas

Posição	Resposta	Porcentagem
Gosto	14	56
Não gosto	11	44

<i>Posição</i>	<i>Resposta</i>	<i>Porcentagem</i>
Total	25	100

As opiniões desfavoráveis referem-se mais a incômodos:

“O site da Folha até que não disponibiliza muita animação... geralmente procuro nem acessar por causa da demora...” (ED1).

“é chato de fechá-las” (JA1).

“Porque gosto de páginas estáticas” (JS1).

“são pesadas. se fossem mais leves até seria menos incomodo.” (LS1).

“carregam a conexão” (VC1).

Mas também há manifestações negativas ligadas à falta de estética da animações, que concorreriam com outros conteúdos:

“A não ser que seja um site DE animação ou designe aí sim. No mais atrapalha, poluição visual!” (JO1).

“Por que atrapalha a concentração” (PS1).

Já as manifestações positivas estão ligadas ao prazer da informação multimídia:

“Dá vida, movimento ao site” (BL1).

“Divertem a pagina e a deixam + bonitinha” (BS1).

“aumenta vontade de navegar pela net” (DG1).

“acho que é mais uma maneira de chamar atenção, desde que a animação seja bem feita.” (FF1).

“Acho interessante, mas não fazem diferença alguma. Para mim, tanto faz entre ter ou não ter...” (FG1).

“Gosto, quanto mais moderna a página, melhor... hehe” (GM2).

“Não sendo anúncios pra mim tá ótimo!!!!” (LO1).

“porque a estética da página também é importante” (VS1).

4.4.4 Em geral, se o recurso multimídia for suprimido de seu site de notícias preferido, a informação jornalística seria menos compreendida? Elas costumam acrescentar alguma informação à notícia ou são gratuitas?

A pergunta de múltipla escolha pretende aferir se os entrevistados percebem um valor jornalístico em conteúdos multimídia.

Tabela 51 - Em geral, se o recurso multimídia for suprimido de seu site de notícias preferido, a informação jornalística seria menos compreendida? Elas costumam acrescentar alguma informação à notícia ou são gratuitas?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
1	AF1	Quase nunca acrescentam informação	
2	AF2	Quase nunca acrescentam informação	Apenas a destacam
3	AS1	Acrescentam informação	
4	BL1	Quase nunca acrescentam informação	
5	BS1	Acrescentam informação	
6	DG1	Quase sempre acrescentam informação	
7	DW1	Quase sempre acrescentam informação	
8	ED1	Quase sempre acrescentam informação	
9	FF1	Quase nunca acrescentam informação	Não são bem utilizados, tb. Muitas vezes não complementam a notícia.
10	FG1	Quase sempre acrescentam informação	Mas acredito que poderiam ser suprimidas sim, desde que no texto fossem incluídas aquelas informações.
11	FL1	Quase sempre acrescentam informação	
12	GM1	Não acrescentam informação	
13	GM2	Acrescentam informação	claro...um áudio ou um video sempre acrescentam.
14	HO1	Acrescentam informação	
15	JA1	Acrescentam informação	
16	JO1	Quase sempre acrescentam informação	Me satisfaz, se preciso de algo mais completo, vou até os jornais impresso ou revistas.
17	JS1	Quase nunca acrescentam informação	
18	KM1	Acrescentam informação	

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
19	LO1	Quase sempre acrescentam informação	Por exemplo, eu vi as torres gêmeas caírem pela internet!!
20	LR1	Quase nunca acrescentam informação	
21	LS1	Não acrescentam informação	
22	PS1	Acrescentam informação	Geralmente não são gratuitas
23	VC1	Quase sempre acrescentam informação	fotos sempre acrescentam informações a notícia
24	VP1	Quase nunca acrescentam informação	
25	VS1	Acrescentam informação	

Tabela-síntese:

Tabela 52 - Conteúdo multimídia se justifica?

<i>Questão</i>	<i>Respostas</i>	<i>Porcentagem</i>
Acrescentam informação	8	32
Quase sempre acrescentam informação	2	8
Quase nunca acrescentam informação	7	28
Não acrescentam informação	8	32
Total	25	100

Os que acham que a multimídia acrescenta ou quase sempre acrescenta são 40%. Os que acham que quase nunca ou nunca acrescentam são 60%, representando uma tendência a perceber a multimídia como um enfeite da informação textual, como demonstram os comentários:

“Quase sempre acrescentam informação. Mas acredito que poderiam ser suprimidas sim, desde que no texto fossem incluídas aquelas informações” (FG1).

“Quase nunca acrescentam informação. Apenas a destacam” (AF2).

“Quase nunca acrescentam informação. Não são bem utilizados, tb. Muitas vezes não complementam a notícia.” (FF1).

Entre os que acham que quase sempre acrescentam, destacam-se os comentários a seguir, um deles de dramática contundência:

“fotos sempre acrescentam informações a notícia” (VC1).

“Me satisfaz, se preciso de algo mais completo, vou até os jornais impresso ou revistas” (JO1).

“Por exemplo, eu vi as torres gêmeas caírem pela internet!!” (LO1).

4.4.5 Você acha que animações multimídia costumam ser bem usadas? Por quê?

A pergunta tenta levantar a percepção a respeito de uma forma específica de multimídia, que são as animações (em geral em formato GIF, animação repetitiva e curta, ou formato Flash, mais elaborada)

Tabela 53 - Você acha que animações multimídia costumam ser bem usadas? Por quê?

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
1	AF1	Concordo	
2	AF2	Discordo	Não sei
3	AS1	Concordo em parte	
4	BL1	Concordo em parte	
5	BS1	Concordo em parte	porque as vezes vemos sites pobres
6	DG1	Concordo em parte	muitas vezes não uso
7	DW1	Concordo	
8	ED1	Discordo em parte	Muitas vezes as animações são muito longas...
9	FF1	Concordo em parte	Depende do site. Site jornalísticos não exploram bem essa parte. Queres ver um site legal, Meira? Olha só: www.xyleminteractive.com (isso sim é animação)
10	FG1	Discordo	Acabam sendo usadas como enfeite na maioria dos casos, e quando são necessárias não aparecem!
11	FL1	Concordo	

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
12	GM1	Discordo	
13	GM2	Concordo	
14	HO1	Concordo	
15	JA1	Concordo	
16	JO1	Discordo em parte	Algumas sim, depende do pública. Pra mim não...
17	JS1	Discordo em parte	ão tenho grandes interesses por animação multimídia
18	KM1	Concordo em parte	Algumas vezes elas estão deslocadas do contexto da matéria
19	LO1	Concordo em parte	às vezes há coisas que já vimos na TV.
20	LR1	Concordo	
21	LS1	Discordo	
22	PS1	Concordo em parte	Em alguns casos, são mal feitas e não apresentam nexos com o que se está lendo
23	VC1	Discordo em parte	Não costumo visualizar animações
24	VP1	Concordo em parte	Muitas animações multimídia são colocadas no lugar errado e na hora errada até atrapalhando a navegação
25	VS1	Concordo	acho que multimídia é usado corretamente

Tabela-síntese:

Tabela 54 - Acha animações bem usadas?

Opção	Respostas	Porcentagem
Concordo	8	32
Concordo em parte	9	36
Discordo em parte	4	16
Discordo	4	16
Totais	25	100

Os que têm um viés negativo em relação ao bom uso de animações respondem por 32% dos entrevistados, enquanto os que vêm positivamente este recurso são 68%.

O comentários, no entanto, expressam majoritariamente percepções negativas em relação ao uso de animações:

“Muitas vezes as animações são muito longas...” (ED1).

“Algumas sim, depende do pública. Pra mim não...” (JO1).

“Não tenho grandes interesses por animação multimídia” (JS1).

“Acabam sendo usadas como enfeite na maioria dos casos, e quando são necessárias não aparecem!” (FG1).

“porque as vezes vemos sites pobres” (BS1).

“muitas vezes não uso” (DG1).

“Depende do site. Site jornalísticos não exploram bem essa parte” (FF1).

“Algumas vezes elas estão deslocadas do contexto da matéria” (KM1).

“às vezes há coisas que já vimos na TV” (LO1).

“Em alguns casos, são mal feitas e não apresentam nexos com o que se está lendo” (PS1).

“Muitas animações multimídia são colocadas no lugar errado e na hora errada até atrapalhando a navegação” (VP1).

4.4.6 Você usa algum recurso de interatividade em jornais online (envia e-mail, usa votações, responde a questionários, brinca com algum recurso interativo)? Se usa, qual? Por quê?

Tabela 55 - Você usa algum recurso de interatividade em jornais online (envia e-mail, usa votações, responde a questionários, brinca com algum recurso interativo)? Se usa, qual? Por quê?

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
1	AF1	Não	
2	AF2	Sim	Envio e-mail, voto, respondo questionários, etc. Na verdade acho que interajo bastante.
3	AS1	Sim	As vezes, uso votações e raramente respondo a questionários.
4	BL1	Sim	Uso tudo, mando e-mails, respondo a questionários, etc. Assim como gosto de ler e de dar minhas conclusões sobre os textos, ou simplesmente dar minha opinião.
5	BS1	Sim	quando me interessa
6	DG1	Sim	envio email
7	DW1	Não	

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
8	ED1	Sim	Respondo enquetes com frequência, acho interessante saber o que outras pessoas pensam em relação ao que eu penso...
9	FF1	Sim	mando e-mails e respondo questionários.
10	FG1	Sim	Costumo enviar e-mails para comentar algumas reportagens e também responder a enquetes, até para colaborar com os próprios jornalistas. Costumo escrever principalmente quando minha opinião é contrária a de uma reportagem. Ai sento o pau nos caras! hehehehe
11	FL1	Sim	votação
12	GM1	Sim	votações, e-mail e respondo questionários.
13	GM2	Sim	
14	HO1	Sim	
15	JA1	Sim	
16	JO1	Não	
17	JS1	Sim	e-mail e jogos
18	KM1	Sim	é umaq maneira de interagir com o jornal que vc gosta de ler
19	LO1	Sim	acho que uso mais o e-mail do que o telefone, não só com amigos, mas com empresas em geral!!!
20	LR1	Não	
21	LS1	Sim	
22	PS1	Sim	Quando considero interessante
23	VC1	Não	
24	VP1	Não	
25	VS1	Não	

Tabela-síntese:

Tabela 56 - Uso de interatividade

Opções	Repostas	Porcentagem
Sim	18	72
Não	7	28
Total	25	100

Apesar das possibilidades técnicas da mídia online, noto um parcela significativa de entrevistados (28%) que não têm uma relação interativa muito diferente daquela dos leitores de jornais de papel.

Em relação ao tipo de recurso interativo que usam, dos 14 entrevistados que responderam, metade usa e-mail e votações e 28% respondem a questionários. No entanto, nos vídeos feitos durante a leitura laboratorial, apenas um entrevistado usou votação.

Tabela 57 - Quais recursos de interatividade usa

<i>Recurso</i>	<i>Resposta</i>	<i>Porcentagem</i>
E-mail	7	35
Votação, enquete	7	35
Questionário	4	20
Jogos	2	10
Total	20	100

Em relação ao resultado do uso de *e-mails*, não há muita surpresa, pois é o recurso da internet mais usado. No entanto, o alto uso de votações e enquetes é um dado interessante. Pistas que pode ajudar a esclarecer melhor este aspecto são alguns comentários:

“Uso tudo, mando e-mails, respondo a questionários, etc. Assim como gosto de ler gosto de dar minhas conclusões sobre os textos, ou simplesmente dar minha opinião” (BL1).

“Respondo enquetes com frequência, acho interessante saber o que outras pessoas pensam em relação ao que eu penso...” (ED1).

“Costumo enviar e-mails para comentar algumas reportagens e também responder a enquetes, até para colaborar com os próprios jornalistas. Costumo escrever principalmente quando minha opinião é contrária a de uma reportagem. Aí sento o pau nos caras! Hehehehehe” (FG1).

Nestes trechos aparecem evidências de que o ato de ler não é passivo, mas desenvolve no leitor uma ação de pensamento crítico. A curiosidade de saber o que outras pessoas pensam sobre o tema, que

motiva o uso de votações, me leva a pensar neste tipo de interatividade como tendo a possibilidade de potencializar o poder catalizador da notícia, numa comunidade.

4.5 Perenidade na mídia online

Perenidade ou arquivamento é a característica que o jornalismo online tem de arquivar matérias de edições anteriores e permitir a busca rápida neste material.

4.5.1 Você costuma procurar matérias antigas em sites jornalísticos?

Pergunta de resposta dupla que procura verificar a utilização de arquivos online.

Tabela 58 - Você costuma procurar matérias antigas em sites jornalísticos?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>
1	AF1	Sim
2	AF2	Sim
3	AS1	Não
4	BL1	Sim
5	BS1	Sim
6	DG1	Sim
7	DW1	Não
8	ED1	Sim
9	FF1	Sim
10	FG1	Sim
11	FL1	Sim
12	GM1	Sim
13	GM2	Sim
14	HO1	Não
15	JA1	Sim

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>
16	JO1	Não
17	JS1	Não
18	KM1	Sim
19	LO1	Sim
20	LR1	Sim
21	LS1	Sim
22	PS1	Sim
23	VC1	Não
24	VP1	Sim
25	VS1	Sim

Tabela-síntese:

Tabela 59 - Uso de matérias arquivadas online

<i>Opção</i>	<i>Resposta</i>	<i>Porcentagem</i>
Sim	19	76
Não	6	24
Total	25	100

Apesar de notícias tradicionalmente terem características descartáveis (um ditado jornalístico diz que “nada mais velho que jornal do dia anterior”), o arquivamento de informações e a possibilidade de busca rápida seduzem 76% dos entrevistados, que usam este recurso do jornalismo online.

4.5.2 Você acha importante que os jornais tenham as páginas impressas na internet? Por quê?

As formas de dispor informações online são muitas. Entre elas, a possibilidade de colocação de fac-símile de jornais impressos, através do formato PDF (Portable Document Format), um formato de arquivo desenvolvido nos anos 1990 pela Adobe Corporation especialmen-

te para apresentações de documentos em redes de computadores. Muitos jornais disponibilizam suas capas neste formato, e alguns poucos colocam toda a edição²⁰. A pergunta de questão dupla e comentários livres procura descobrir a importância que os entrevistados dão para páginas do jornal impresso em formato online.

Tabela 60 - Você acha importante que os jornais tenham as páginas impressas na internet? Por quê?

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
1	AF1	Sim	Dessa maneira podemos acessar as páginas de jornais.
2	AF2	Sim	Pq podemos ler em outro lugar que não seja em frente ao computador
3	AS1	Não	
4	BL1	Não	A internet é uma outra mídia e deve ser usada de maneira diferenciada.
5	BS1	Sim	pois muitos leitores preferem ler na internet
6	DG1	Sim	importante para ler quando estamos em casa, no trabalho
7	DW1	Sim	Facilita quando se está pesquisando sobre um assunto.
8	ED1	Não	Só se for algo de muito destaque, para isso temos justamente a versão impressa...
9	FF1	Sim	acho mais interessante. É bem útil para a disciplina de Planejamento Gráfico.
10	FG1	Sim	A Internet é a grande ferramenta de pesquisa atual. Você já tentou fuçar em jornais velhos numa biblioteca? Conselho de amigo: não tente!
11	FL1	Sim	devem ter todo o conteúdo para não precisar comprar na banca
12	GM1	Sim	Por que as informações de vem ser de livre acesso.
13	GM2	Não	cada um no seu lugar
14	HO1	Sim	
15	JA1	Sim	voçe consegue ler a materia na integralidade
16	JO1	Sim	Pra busca..
17	JS1	Sim	Porque muitas pessoas usam somente a internet para se informar
18	KM1	Sim	
19	LO1	Sim	
20	LR1	Sim	
21	LS1	Sim	guardar como documento... porque um cracker pode uma dia modificar "suavemente" a página, colocando informações falsas.
22	PS1	Sim	Por que assim pode manter seus leitores também no meio digital
23	VC1	Não	Não acesso internet para ler jornal diário na integra, quero notícias adaptadas para o veículo

²⁰ Notadamente, o Correio do Povo de Porto Alegre, em <<http://www.cpvonet.com.br>>.

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
24	VP1	Sim	Às vezes a gente sabe que matéria gostaria de rever na íntegra como em um jornal impresso, daí usamos o mecanismo de busca tentando encontrar a mesma matéria, mas a achamos cortadas, faltando pedaços, modificadas...
25	VS1	Sim	para pesquisa é ótimo

Tabela-síntese:

Tabela 61 - Acha importante o uso de arquivos PDF com fac-símile de jornais impressos?

<i>Opção</i>	<i>Resposta</i>	<i>Porcentagem</i>
Sim	20	80
Não	5	20
Total	25	100

A maioria dos entrevistados julgou importante este tipo de formato de informação. A justificativa mais citada foi a possibilidade de se ter um documento para pesquisa rápida em material publicado em papel:

“Dessa maneira podemos acessar as páginas de jornais” (AF1).

“Pq podemos ler em outro lugar que não seja em frente ao computador” (AF2).

“pois muitos leitores preferem ler na internet” (BS1).

“importante para ler quando estamos em casa, no trabalho” (DG1).

“Facilita quando se está pesquisando sobre um assunto” (DW1).

“Pra busca..” (JO1).

“para pesquisa é ótimo” (VS1).

“acho mais interessante. É bem útil para a disciplina de Planejamento Gráfico” (FF1).

“A Internet é a grande ferramenta de pesquisa atual. Você já tentou fuçar em jornais velhos numa biblioteca? Conselho de amigo: não tente!” (FG1).

“guardar como documento... porque um cracker pode uma dia modificar "suavemente" a página, colocando informações falsas.” (LS1).

Mas também fatores econômicos e práticos foram alegados:

“você consegue ler a matéria na integralidade” (JA1).

“Às vezes a gente sabe que matéria gostaria de rever na íntegra como em um jornal impresso, daí usamos o mecanismo de busca tentando encontrar a mesma matéria, mas a achamos cortadas, faltando pedaços, modificadas...” (VP1).

“devem ter todo o conteúdo para não precisar comprar na banca” (FL1).

“Por que as informações devem ser de livre acesso” (GM1).

“Porque muitas pessoas usam somente a internet para se informar” (JS1).

“Por que assim pode manter seus leitores também no meio digital” (PS1).

Interessante é que alguns destes argumentos trazem subjacente a idéia de que o meio impresso seria mais completo do que a Web, quando usam expressões como “integralidade”, “todo o conteúdo” ou “rever na íntegra”.

Os que são contrários à idéia de um jornal impresso na internet argumentam as diferenças de mídia, cada uma com um formato específico de conteúdo jornalístico:

“A internet é uma outra mídia e deve ser usada de maneira diferenciada.” (BL1).

“cada um no seu lugar” (GM2).

“Só se for algo de muito destaque, para isso temos justamente a versão impressa...” (ED1).

“Não acesso internet para ler jornal diário na íntegra, quero notícias adaptadas para o veículo” (VC1).

Nos permitem deduzir, também, que têm a idéia de que as mídias são complementares.

4.6 Leitura laboratorial

Questão sobre a seção de gravação da leitura online.

4.6.1 Em que sites você navegou, neste teste de hoje? Por quê?

Pergunta livre para controle interno da pesquisa.

Tabela 62 - Em que sites você navegou, neste teste de hoje? Por quê?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
1	AF1	terra;clicrbs;	Porque costumo entrar todos os dias nesses sites.
2	AF2	Chico Buarque e BBC Brasil	
3	AS1		Cheguei mais tarde e não naveguei em nenhum site.
4	BL1	Terra, Portal3, Último Segundo do IG, FOLHA...	Pois são os que eu navego usualmente.
5	BS1		Dirce, o fuxico, terra...
6	DG1	zerohora	naveguei nos esportes porque adoro
7	DW1	Estadao	Para ver as últimas notícias
8	ED1	Folha Online	Porque é o que eu prefiro e acesso diariamente...
9	FF1	www.estadao.com.br www.clicrbs.com.br www.terra.com.br	Porque sim. Não tenho uma razão específica. Adoro navegar na internet. Hoje, escolhi esses, mas não é um hábito. Eu navego sempre no Terra porque é o site do meu provedor e está na página inicial do meu navegador.
10	FG1	Folha de SP, Jornal Contexto	A Folha é meu site de notícias preferido e costuma ser bem atualizado. O site do Jornal Contexto é do jornal em que eu trabalho, então quis fazer um marketing do que a gente tem. hehehehe

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
11	FL1		Folha, acho bacana
12	GM1	MTV	Por que fazia tempo que não acessava o site da MTV.
13	GM2	Clic RBS, Kart Gaucho, BOL	
14	HO1	clicrbs,globo.com.bol.ig	
15	JA1	clicrbs, chicobuarque	
16	JO1	GNT	Gosto dos programas do canal
17	JS1	clickrbs	porque queria ler as noticias do dia
18	KM1	www.elperiodico.es	é o site que costumo ler todos os dias.
19	LO1	carosamigos.terra	nada especial
20	LR1	veja	
21	LS1	nenhum	viajei só dentro da cabeça.. fui relembrando os sites...
22	PS1	Clic RBS, TErra	São os que acesso com mais frequência
23	VC1	globo news e click rbs	Costumo acessar esses sites diariamente
24	VP1		Estadão e seus hiperlinks. Para uma atualização rápida, gosto do site do Estadão. Ele é clean, não é poluído e rápido de se encontrar as notícias
25	VS1	clicrbs e globo	porque são sites de credibilidade e atualidade

4.7 Relacionamento com computadores

A empatia com a mídia certamente influencia de maneira decisiva sua utilização. As perguntas pretendem levantar informações relativas à emotividade na relação dos usuários com computadores.

4.7.1 Você gosta de computadores? Por quê?

Tabela 63 - Você gosta de computadores? Por quê?

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
1	AF1	Sim	Eles facilitam a nossa vida.
2	AF2	Sim	
3	AS1	Sim	Sou digitadora. Passo o dia na frente do computador. Mas acho que se não fosse isso, usaria pouco. Gosto, mas posso viver sem.
4	BL1	Sim	Pelas facilidades que proporciona.
5	BS1	Sim	Adoro por isso passo dias e horas na frente dele

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
6	DG1	Sim	Viajo pelo mundo
7	DW1	Sim	Pq trabalho com ele.
8	ED1	Não	Apesar de eu lidar com eles o tempo todo, acho um pouco agonizante estar esse tempo todo em frente a eles...
9	FF1	Sim	adoro baixar música e procurar sites com animações bem feitas. Ah! adoro blogs...sabe, esse meu lado meio voyeur.
10	FG1	Sim	Os computadores são um "mal necessário", como dizem. Mesmo ele ficando mais desatualizado a cada dia que passa, exigindo a troca constante de recursos, eu uso ele o dia inteiro: em casa para Internet, lazer, jogos, etc. etc., e no trabalho é minha principal ferramenta!
11	FL1	Sim	
12	GM1	Sim	eLES FACILITAM A MINHA VIDA.
13	GM2	Sim	
14	HO1	Sim	
15	JA1	Sim	
16	JO1	Sim	Internet
17	JS1	Sim	porque são excelentes ferramentas de aprendizagem, conhecimento, interação, entretenimento, gostaria de ter tempo para explorá-lo mais
18	KM1	Sim	Porque me põe perto de amigos distantes e me passa informações necessárias para meu trabalho
19	LO1	Sim	Gosto de ler e-mail e de navegar, mas não gosto de aprender programas. Não tenho muita facilidade!!!
20	LR1	Sim	
21	LS1	Sim	pela viagem que proporcionam
22	PS1	Sim	
23	VC1	Sim	São práticos e rápidos
24	VP1	Sim	Facilitam a nossa vida...
25	VS1	Sim	

Tabela-síntese:

Tabela 64 - Gosta de computadores?

Opção	Resposta	Porcentagem
Sim	24	96
Não	1	4
Total	25	100

Os comentários mostram uma ausência total da chamada “tecnofobia”. A facilidade que proporcionam é o mais citado motivo :

“Eles facilitam a nossa vida” (AF1).

“Pelas facilidades que proporciona.” (BL1).

“Facilitam a nossa vida...” (VP1).

“eles facilitam a minha vida” (GM1).

“São práticos e rápidos” (VC1).

Outras respostas são mais explícitas, ao explicar a avaliação positiva das máquinas:

“adoro baixar música e procurar sites com animações bem feitas. Ah! adoro blogs... sabe, esse meu lado meio voyeur” (FF1).

“porque são excelentes ferramentas de aprendizagem, conhecimento, interação, entretenimento, gostaria de ter tempo para explorá-lo mais” (JS1).

A capacidade de comunicação a longas distância (subjacente à idéia de “viagem”) foi citada por alguns entrevistados:

“Porque me põem perto de amigos distantes e me passa informações necessárias para meu trabalho” (KM1).

“Viajo pelo mundo” (DG1).

“pela viagem que proporcionam” (LS1).

“Internet” (JO1).

A relação com o trabalho também foi lembrada. Embora um dos comentários não tenha sido muito entusiasmado, a relação trabalho-computador não foi vista de uma maneira negativa, sem prazer.

“Pq trabalho com ele” (DW1).

“Sou digitadora. Passo o dia na frente do computador. Mas acho que se não fosse isso, usaria pouco. Gosto, mas posso viver sem” (AS1).

Além de citar trabalho e lazer, este entrevistado fala em uma desvantagem da máquina sem ser necessariamente negativo:

“Os computadores são um "mal necessário", como dizem. Mesmo ele ficando mais desatualizado a cada dia que passa, exigindo a troca constante de recursos, eu uso ele o dia inteiro: em casa para Internet, lazer, jogos, etc. etc., e no trabalho é minha principal ferramenta!” (FG1).

Só um dos comentários cita explicitamente a dificuldade com a operação da máquina:

“Gosto de ler e-mail e de navegar, mas não gosto de aprender programas. Não tenho muita facilidade!!!” (LO1).

A única manifestação negativa não parece demonstrar medo à tecnologia, mas desagrado em relação dependência:

“Apesar de eu lidar com eles o tempo todo, acho um pouco agonizante estar esse tempo todo em frente a eles...” (ED1).

4.7.2 Quando acontece um erro em páginas da Web, você acha que o erro foi devido a algo que você fez ou foi o site que provocou o erro? O que passa por sua cabeça quando acontece este tipo de erro?

A complexidade dos sistemas de informática ocasiona, eventualmente, erros no acesso à informação da Web. A pergunta com duas opções e resposta livre procura levantar o sentimento dos entrevistados quando acontecem estes erros.

Tabela 65 - Quando acontece um erro em páginas da Web, você acha que o erro foi devido a algo que você fez ou foi o site que provocou o erro? O que passa por sua cabeça quando acontece este tipo de erro?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
1	AF1	O site provocou o erro	Eu fico com raiva, pois sempre estou com pressa.

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
2	AF2	O site provocou o erro	
3	AS1	O site provocou o erro	
4	BL1	O site provocou o erro	Que bosta de site!
5	BS1	O site provocou o erro	
6	DG1	O site provocou o erro	
7	DW1	O site provocou o erro	
8	ED1	O site provocou o erro	Possivelmente um erro do servidor ou provedor ou seiláoque....
9	FF1	O site provocou o erro	às vezes, é erro de script da página ou esses tilts que Internet Explorer dá.
10	FG1	O site provocou o erro	
11	FL1	O site provocou o erro	que saco
12	GM1	O site provocou o erro	o SITE É MUITO LENTO.
13	GM2	O site provocou o erro	algum erro interno do servidor.
14	HO1		
15	JA1	O site provocou o erro	
16	JO1	O site provocou o erro	
17	JS1	Eu provoqueei o erro	que deveria ter maior contato e saber mais sobre informática
18	KM1	Eu provoqueei o erro	Nenhum dos dois
19	LO1	O site provocou o erro	
20	LR1	Eu provoqueei o erro	
21	LS1	O site provocou o erro	
22	PS1	O site provocou o erro	Acho que o site está piorando sua qualidade e fico muito impaciente
23	VC1	O site provocou o erro	
24	VP1		
25	VS1	Eu provoqueei o erro	

Tabela-síntese:

Tabela 66 - Quem provocou erros nas páginas?

Opção	Resposta	Porcentagem
O site provocou o erro	19	76
Eu provoqueei o erro	3	12
Nenhuma das duas opções	1	4
Não responderam	2	8
Total	25	100

A maioria dos entrevistados (76%) identifica erros como responsabilidade dos sites. Em quatro dos comentários houve manifestação de sentimentos negativos como impaciência, raiva e desagrado.

Dos três entrevistados que consideram terem eles próprios provocado o erro, um atribui o erro a seu próprio desconhecimento de informática.

4.8 Leitura de jornais de papel

Estas questões procuram descobrir os hábitos de leitura de jornal de papel. Mais adiante, foram feitas perguntas que comparam a leitura de veículos de papel com a mídia online.

4.8.1 Você costuma ler jornais de papel? Em caso afirmativo, que jornais você lê?

Pergunta de duas alternativas e espaço para comentários.

**Tabela 67 - Você costuma ler jornais de papel?
Em caso afirmativo, que jornais você lê?**

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
1	AF1	Sim	Zero Hora e Correio do Povo.
2	AF2	Sim	Folha de São Paulo, Correio do Povo e eventualmente outros
3	AS1	Sim	Correio do povo (todos os dias). Zero Hora (eventualmente).
4	BL1	Sim	Zero Hora
5	BS1	Não	
6	DG1	Sim	zerohora, folha de são paulo
7	DW1	Sim	Zero Hora
8	ED1	Sim	Zero Hora (POA), Folha de S. Paulo e Pioneiro (Caxias do Sul)
9	FF1	Sim	Jornal VS, onde trabalho; Zero Hora, Estado de São Paulo
10	FG1	Sim	Prefiro os jornais de papel aos virtuais (você já tentou ler um jornal virtual no

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
			banheiro???? hehehehe). Nada tira aquele prazer de abrir o jornal, o contato com o papel, virar as páginas, ler sem cansar os olhos com a claridade do monitor, enfim... Tudo aquilo... hehehehe. Leio a Folha de SP, a Zero Hora e o Pioneiro todo santo dia.
11	FL1	Sim	zh, correio do povo e vs
12	GM1	Não	
13	GM2	Sim	Zero Hora, Correio do Povo, NH e Jornal de Gramado
14	HO1	Sim	
15	JA1	Sim	zero hora, correio do povo
16	JO1	Sim	Zero, Estado de SP
17	JS1	Sim	Leio jornal de papel todos os dias, bem mais que jornalismo online
18	KM1	Sim	Zero Hora, Folha, NH
19	LO1	Sim	Zero Hora
20	LR1	Sim	Zero Hora e VS
21	LS1	Sim	Zero Hora, Vale do Sinos, Jornal do Brasil
22	PS1	Sim	Zero Hora e Correio do Povo
23	VC1	Sim	Zero Hora
24	VP1		
25	VS1	Sim	Zero hora e o sul

Tabela-síntese:

Tabela 68 - Lê jornal de papel?

Opção	Resposta	Porcentagem
Sim	22	88
Não	2	8
Não responderam	1	4
Total	25	100

Dado notável é que 8% dos participantes da pesquisa, estudantes de jornalismo, não lêem jornais de papel.

Os veículos mais lidos são os regionais, conforme a tabela:

Tabela 69 - Que veículo de papel você lê?

Opção	Resposta	Porcentagem
Zero Hora (regional)	19	43,18

<i>Opção</i>	<i>Resposta</i>	<i>Porcentagem</i>
Correio do Povo (regional)	7	15,91
Folha de São Paulo (nacional)	5	11,36
VS (local)	4	9,09
Pioneiro (local)	2	4,55
NH (local)	2	4,55
Estado de São Paulo (nacional)	2	4,55
Jornais de Gramado (local)	1	2,27
Jornal do Brasil (nacional)	1	2,27
O Sul (local)	1	2,27
Total de menções	44	100

4.8.2 Com que frequência você lê jornais de papel? (quantas vezes por semana ou por mês).

Tabela 70 - Com que frequência você lê jornais de papel?
(quantas vezes por semana ou por mês).

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>
1	AF1	todos os dias
2	AF2	7 dias por semana
3	AS1	Leio o correio do povotodos os dias.
4	BL1	3 vezes por semana
5	BS1	quase nunca
6	DG1	3 vezes por semana
7	DW1	2 vezes por semana
8	ED1	Diariamente
9	FF1	tenho que ler diariamente, pois trabalho em um jornal impresso.
10	FG1	Todo dia
11	FL1	todos os dias
12	GM1	
13	GM2	todos os dias...
14	HO1	
15	JA1	diaria
16	JO1	7
17	JS1	todos os dias
18	KM1	todos os dias
19	LO1	Todos os dias.Sagrado!!!
20	LR1	todos os dias

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>
21	LS1	diariamente
22	PS1	5 vezes por semana
23	VC1	diariamente
24	VP1	
25	VS1	5 x por semana

Dos que lêem jornais de papel, a maior porcentagem é de leitura diária:

Tabela 71 - Com que frequência lê jornais de papel?

<i>Opção</i>	<i>Resposta</i>	<i>Porcentagem</i>
Diariamente	16	72,73
5 vezes por semana	2	9,09
3 vezes por semana	2	9,09
2 vezes por semana	1	4,55
Quase nunca	1	4,55
Total	22	100

4.8.3 Caso leia jornais de papel, quanto tempo gasta, em média, na leitura?

Pergunta de resposta livre. Será importante para a comparação com o tempo de leitura online.

Tabela 72 - Caso leia jornais de papel, quanto tempo gasta, em média, na leitura?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>
1	AF1	30 minutos em média
2	AF2	30 a 45 minutos por dia
3	AS1	de 30 a 40 minutos
4	BL1	3 vezes
5	BS1	pouco
6	DG1	mais de uma hora
7	DW1	30min

Nº	Usuário	Resposta
8	ED1	Uma ou duas horas...
9	FF1	pouco. Uns 40 minutos para ler três (ou ver três)
10	FG1	Meia hora, no mínimo, por jornal.
11	FL1	20 minutos
12	GM1	
13	GM2	meia hora em cada...em média
14	HO1	
15	JA1	30minutos
16	JO1	uma hora
17	JS1	meia hora
18	KM1	de 30 a 45 minutos
19	LO1	30 minutos a uma hora e meia
20	LR1	20 min
21	LS1	20 minutos
22	PS1	de 45min a 1 hora
23	VC1	15 minutos
24	VP1	
25	VS1	uma hora

Tabela-síntese:

Tabela 73 - Quanto tempo gasta, em média, na leitura em papel?

Tempo aproximado de leitura (em minutos)	Resposta	Porcentagem
20	4	20
30	4	20
40	4	20
60	4	20
90	3	15
120	1	5
Total	20	100
Tempo médio de leitura (em minutos)	49,5	

4.8.4 Com o advento de jornais na internet, como ficou seu hábito de leitura de jornais? Por quê?

Pergunta com três alternativas e comentário livre.

Tabela 74 - Com o advento de jornais na internet, como ficou seu hábito de leitura de jornais? Por quê?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
1	AF2	Leio tanto quanto antes, e leio também na internet	
2	AS1	Leio tanto quanto antes, e leio também na internet	
3	BL1	Leio menos jornais de papel	
4	BS1	Leio menos jornais de papel	
5	DG1	Leio menos jornais de papel	
6	DW1	Leio menos jornais de papel	
7	ED1	Leio tanto quanto antes, e leio também na internet	
8	FF1	Leio tanto quanto antes, e leio também na internet	
9	FG1	Leio tanto quanto antes, e leio também na internet	
10	FL1	Leio tanto quanto antes, e leio também na internet	
11	GM1	Leio menos jornais de papel	
12	GM2	Leio tanto quanto antes, e leio também na internet	
13	HO1		
14	JA1	Leio menos jornais de papel	
15	JA1	Leio tanto quanto antes, e leio também na internet	
16	JO1	Leio tanto quanto antes, e leio também na internet	
17	JS1	Leio tanto quanto antes, e leio também na internet	
18	KM1	Leio tanto quanto antes, e leio também na internet	Os joranis que eu leio pela net não posso ler na forma papel
19	LO1	Leio tanto quanto antes, e leio também na internet	
20	LR1	Leio mais jornais de papel	
21	LS1		
22	PS1	Leio tanto quanto antes, e leio também na internet	
23	VC1	Leio menos jornais de papel	
24	VP1		
25	VS1	Leio tanto quanto antes, e leio também na internet	

Na tabela-síntese, posso observar que, segundo os depoimentos, houve um crescimento na leitura de jornais, já que 63,64% dos en-

trevistados declararam continuar lendo jornais de papel, mesmo depois de começarem a ler na internet.

Tabela 75 - Hábito de leitura de jornais de papel

<i>Opção</i>	<i>Resposta</i>	<i>Porcentagem</i>
Leio menos jornais de papel	7	31,82
Leio mais jornais de papel	1	4,55
Leio tanto quanto antes, e leio também na internet	14	63,64
Total	22	100

4.9 Comparação entre mídias

4.9.1 O que você acha mais prático? (explique por quê)

Pergunta de três alternativas, com espaço para comentários livres.

Tabela 76 - O que você acha mais prático? (explique por quê)

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
1	AF1		
2	AF2	Ler jornais de papel	
3	AS1	Ler jornais na internet	Jornais na internet são práticos. Você está ali trabalhando e lê algumas coisa, fecha e logo em seguida abre outra. O jornal impresso leio na hora do almoço, a noite quando chego em casa e nos fins de semana.
4	BL1	Ambos são práticos	
5	BS1	Ler jornais na internet	Pela agilidade
6	DG1	Ambos são práticos	
7	DW1	Ler jornais na internet	
8	ED1	Ler jornais de papel	Porque eu tenho ele EM MINHAS MÃOS!!!! hahahaha (gargalhada maligna)
9	FF1	Ler jornais na internet	Tu podes ter várias versões sobre o mesmo assunto, num click. Bom, nem preciso dizer, né?! Haja papel e braço pra tanto jornal. Leio jornal de papel no trabalho e na internet, em casa.
10	FG1	Ler jornais de papel	O jornal de papel você pega na mão, vai e volta sem incomodação e sem perigo de travar, não precisa esperar as fotos aparecerem, pode olhar de perto ou de longe sem ardência nos olhos, etc. etc.

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
11	FL1	Ler jornais de papel	tenho maior facilidade
12	GM1	Ler jornais na internet	
13	GM2	Ler jornais de papel	nada como ter as coisas em suas mãos
14	HO1		
15	JA1	Ambos são práticos	
16	JO1	Ambos são práticos	
17	JS1	Ambos são práticos	
18	KM1	Ler jornais na internet	
19	LO1	Ambos são práticos	
20	LR1	Ambos são práticos	
21	LS1		
22	PS1	Ambos são práticos	Se vc está na internet prefiro ler online.
23	VC1	Ler jornais na internet	mais rápido e objetivo
24	VP1		
25	VS1	Ambos são práticos	

Tabela-síntese:

Tabela 77 - O que acha mais prático

Opção	Resposta	Porcentagem
Ambos são práticos	9	36
Ler jornais na internet	7	28
Ler jornais de papel	5	20
Não responderam	4	16
Total	25	100

Os que acham o jornal online mais prático, argumentam sobre a facilidade, agilidade, diversidade, objetividade, rapidez de acesso à informação

“Jornais na internet são práticos. Você está ali trabalhando e lê algumas coisa, fecha e logo em seguida abre outra. O jornal impresso leio na hora do almoço, a noite quando chego em casa e nos fins de semana” (AS1).

“Pela agilidade” (BS1).

“Tu podes ter várias versões sobre o mesmo assunto, num click. Bom, nem preciso dizer, né?! Haja papel e braço pra tanto jornal. Leio jornal de papel no trabalho e na internet, em casa.” (FF1).

“mais rápido e objetivo” (VC1).

Os que acham que o jornal de papel é mais prático citam a possibilidade de manipulação do objeto, em vez do acesso à informação:

“Porque eu tenho ele EM MINHAS MÃOS!!!! hahahaha (gargalhada maligna)” (ED1).

“nada como ter as coisas em suas mãos” (GM2).

“tenho maior facilidade” (FL1).

“O jornal de papel você pega na mão, vai e volta sem incomodação e sem perigo de travar, não precisa esperar as fotos aparecerem, pode olhar de perto ou de longe sem ardência nos olhos, etc. etc” (FG1).

O último comentário também faz menção aos percalços normalmente atribuídos ao uso de computadores e Web.

4.9.2 Você acha informações mais rapidamente em jornais online ou em jornais de papel? Por quê?

As linguagens do jornalismo impresso e online têm, ambas, a seu modo, recursos que podem facilitar o acesso à informação desejada. Este pergunta de duas alternativas e comentário livre pretende descobrir a percepção dos entrevistados em relação a este aspecto das linguagens jornalísticas.

Tabela 78 - Você acha informações mais rapidamente em jornais online ou em jornais de papel? Por quê?

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
1	AF1	Em jornais online	Dependendo do computador, ele busca rapidamente a página desejada. É só clicar na opção desejada e ir em frente.
2	AF2	Em jornais de papel	
3	AS1	Em jornais online	para pesquisar sobre determinado assunto fica mais fácil no jornal online
4	BL1	Em jornais online	Porque geralmente as notícias estão mais na sua cara, você pode acessá-las com mais rapidez.
5	BS1	Em jornais online	Porque acho a leitura da internet mais dinâmica e rápida... se quero + detalhes sobre uma notícia aí sim leio o jornal.
6	DG1	Em jornais online	comunicação mais rápida
7	DW1	Em jornais online	
8	ED1	Em jornais de papel	Acho que por ter mais familiaridade com as páginas, com o papel...
9	FF1	Em jornais online	os menus ajudam e aquelas últimas notícias servem de guia tb, pois no pé da página sempre há links para outras matérias sobre o mesmo assunto.
10	FG1	Em jornais de papel	Porque já estou acostumado às seções e onde elas estão. Na Internet as coisas costumam mudar de lugar com muita facilidade. hehehehe
11	FL1	Em jornais de papel	Porque sei exatamente onde encontrar e não dependo de nenhum provedor que dá pau
12	GM1	Em jornais de papel	Eu folheio mais rápido do que o computador abre as janelas e o índice ajuda.
13	GM2	Em jornais online	Tem mais diversidades de informações
14	HO1	Em jornais online	
15	JA1	Em jornais de papel	Na maioria das vezes em jornais de papel.
16	JO1	Em jornais online	Por há de tudo, links com as informações factuais mais arquivos o que acaba ajudando na hora de entender determinado assunto.
17	JS1	Em jornais de papel	Porque estou mais acostumada com jornais impresso, o jornal impresso é um hábito, online ainda não é um hábito meu
18	KM1	Em jornais online	Porque é mais fácil encontrar pela barra de ferramentas
19	LO1	Em jornais de papel	Nunca pensei em termos de rapidez.
20	LR1	Em jornais online	
21	LS1	Em jornais online	porque as páginas dão maior visibilidade do conteúdo. Há outros recursos que diferenciam uma área da página da outra, como cores, figuras, vídeos, Flash, e ainda há os mecanismos de busca.
22	PS1	Em jornais online	Porque há um menu inicial com todas as matérias. É só clicar na editoria e escolher a notícia que quer ler
23	VC1	Em jornais online	click é direto na editoria e na notícia
24	VP1	Em jornais de papel	Particularmente ainda prefiro manusear a notícia, ter ela em mãos, fisicamente, o bom e velho codex...
25	VS1	Em jornais online	

Tabela-síntese:

Tabela 79 - Onde você acha mais rapidamente as informações

<i>Opção</i>	<i>Resposta</i>	<i>Porcentagem</i>
Em jornais online	16	64
Em jornais de papel	9	36
Não respondeu	0	0
Total	25	100

Cerca de um terço dos entrevistados (64%) acham que o meio digital facilita mais o acesso à informação. Os comentário referem-se bastante aos recursos de links e mecanismos de busca dos sites:

“Dependendo do computador, ele busca rapidamente a página desejada. É só clicar na opção desejada e ir em frente” (AF1).

“click é direto na editoria e na notícia” (VC1).

“para pesquisar sobre determinado assunto fica mais fácil no jornal online” (AS1).

“Porque é mais fácil encontrar pela barra de ferramentas” (KM1).

“comunicação mais rápida” (DG1).

A diagramação de uma página online também é citada. Este tipo de índice é mais raro em jornais de papel:

“Porque há um menu inicial com todas as matérias. É só clicar na editoria e escolher a notícia que quer ler” (PS1).

“os menus ajudam e aquelas últimas notícias servem de guia tb, pois no pé da página sempre há links para outras matérias sobre o mesmo assunto” (FF1).

“Porque geralmente as notícias estão mais na sua cara, você pode acessá-las com mais rapidez.” (BL1).

Sobre diversidade, houve estes comentários:

“Porque acho a leitura da internet mais dinâmica e rápida. se quero + detalhes sobre uma notícia ai sim leio o jornal.” (BS1).

“Tem mais diversidades de informações” (GM2).

“Por há de tudo, links com as informações factuais mais arquivos o que acaba ajudando na hora de entender determinado assunto” (JO1).

“porque as páginas dão maior visibilidade do conteúdo. Há outros recursos que diferenciam uma área da página da outra, como cores , figuras, vídeos, Flash, e ainda há os mecanismos de busca” (LS1).

Os que dizem achar mais rapidamente as informações nos jornais de papel alegam familiaridade e hábito:

“Porque sei exatamente onde encontrar e não dependo de nenhum provedor que dá pau” (FL1).

“Porque estou mais acostumada com jornais impresso, o jornal impresso é um hábito, online ainda não é um hábito meu” (JS1).

“Porque já estou acostumado às seções e onde elas estão. Na Internet as coisas costumam mudar de lugar com muita facilidade. hehehehe” (FG1).

Este último comentário é interessante também por chamar atenção para uma das características da Web, que é a facilidade de se modificar o conteúdo editorial e a estrutura de um site. Se, por um lado, essa característica pode dar mais agilidade à tarefa noticiosa, por outro, pode afastar usuários mais conservadores.

Outros comentários fazem alusão às características materiais da mídia papel:

“Eu folheio mais rápido do que o computador abre as janelas e o índice ajuda” (GM1).

“Acho que por ter mais familiaridade com as páginas, com o papel...” (ED1).

“Particularmente ainda prefiro manusear a notícia, ter ela em mãos, fisicamente, o bom e velho codex...” (VP1).

4.9.3 O que você acha que falta os jornais de papel? Quais suas vantagens?

Esta série de quatro perguntas de resposta livre procura identificar a percepção que têm os entrevistados em relação a pontos fortes e fracos de cada mídia.

**Tabela 80 - O que você acha que falta os jornais de papel?
Quais suas desvantagens?**

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
1	AF1		
2	AF2		Ética
3	AS1		Os jornais de papel perdem por não estarem sempre atualizados. É o mesmo jornal às 6 horas, às 12 horas e às 23 horas. O jornal na internet está sempre sendo atualizado
4	BL1		A maior desvantagem dos jornais de papel é falta de rapidez na atualização da notícia.
5	BS1		A agilidade da internet
6	DG1		as desvantagens e que na NET conseguimos a informação primeiro
7	DW1		manuseio
8	ED1		Não lembro no momento de algo que falte, na próxima aula eu trago o relatório...
9	FF1	melhor diagramação e outros tipo de identificação da informação	o tamanho, suja as mãos, me dá alergia (papel vagabundo esse)
10	FG1	Nada	Jornais de papel são ótimos.
11	FL1		espaço
12	GM1		Textos mais criativos.
13	GM2	Não sei...sem idéias...	Acumulam dentro de casa...na web isso não acontece
14	HO1		

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
15	JA1	nada	
16	JO1	nada	os dois se complementam
17	JS1	dentro de suas características e limites não falta nada	as desvantagens estão nos seus limites de ser impresso, não proporcionar a interatividade, imediatez no espaço e no tempo e a navegabilidade, não tem a sensoriedade do jornal online
18	KM1	interatividade	o que é impossível ter no jornalç de papel!!!
19	LO1	Sobra	Não acho que falta nada, acho que sobra bobagens e classificados e anúncios e matérias chatas!!! Mas eu sei que são importantes dentro do sistema...
20	LR1		Notícias não podem ser atualizadas como na internet
21	LS1		
22	PS1	É estático	
23	VC1		o hiperlink
24	VP1		
25	VS1		

Os comentários referem-se a características de agilidade na atuação de notícias, justamente o ponto em que a mídia impressa perde para rádio, televisão e internet:

“Os jornais de papel perdem por não estarem sempre atualizados. É o mesmo jornal às 6 horas, às 12 horas e às 23 horas. O jornal na internet está sempre sendo atualizado” (AS1).

“A maior desvantagem dos jornais de papel é falta de rapidez na atualização da notícia” (BL1).

“A agilidade da internet” (BS1).

“Notícias não podem ser atualizadas como na internet” (LR1).

“as desvantagens e que na NET conseguimos a informação primeiro” (DG1).

Características de dinamicidade, interatividade e de hipertextualidade também são ausências lembradas no jornalismo em papel:

“É estático” (PS1).

“o hiperlink” (VC1).

“Interatividade. O que é impossível ter no jornal de papel!!!” (KM1).

“dentro de suas características e limites não falta nada. As desvantagens estão nos seus limites de ser impresso, não proporcionar a interatividade, imediatez no espaço e no tempo e a navegabilidade, não tem a sensoriedade do jornal online” (JS1).

Enquanto alguns entrevistados acham que não falta nada...

“Nada. Jornais de papel são ótimos.” (FG1).

“nada” (JA1).

“nada. Os dois se complementam” (JO1).

...outro já acha que há elementos sobrando:

“Sobra. Não acho que falta nada, acho que sobra bobagens e classificados e anúncios e matérias chatas!!! Mas eu sei que são importantes dentro do sistema...” (LO1).

4.9.4 O que você acha bom nos jornais de papel? Quais suas vantagens?

Tabela 81 - O que você acha bom nos jornais de papel?
Quais suas vantagens?

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
1	AF1		
2	AF2		Poder manuseá-lo
3	AS1		O tempo que tu tens para ler. Eu posso levar ele para qualquer lugar. Posso guardar alguma reportagem para ler em outra ocasião com mais tempo ou quando achar conveniente.
4	BL1		Posos lçer em qualquer lugar: no banheiro, no ônibus, no trem...
5	BS1		Ba sinceramente nada nao gosto deles a nao ser a coluna social
6	DG1		divisão de editorias
7	DW1		Podem ser guardados
8	ED1		Uma das grandes vantagens do jornal impresso é que não ocupo

Nº	Usuário	Resposta	Comentários
			linha telefônica ao folheá-lo...
9	FF1	é onde eu tenho um emprego....risos...brincadeirainha	Não sei, sou apaixonada por jornais online
10	FG1	Tudo	Pô Meira, já falei que chega sobre isso nas perguntas anteriores! Isso está se repetindo, tchê!
11	FL1		posso ler no banheiro
12	GM1		
13	GM2	Não sei	
14	HO1		
15	JA1	é a ordem	
16	JO1	clareza	falta isso na internet. WEB= muita informação..
17	JS1	ele pode ser levado a qualquer lugar é mais acessível	vantagens de acesso a todos, de maior profundidade e poder ser lido deitado, sentado, de cabeça para baixo, não necessita de uma mesa, um computador e uma cadeira, pode ser lido no ônibus, no metrô
18	KM1	o próprio papel	ainda gosto de sentar e tomar um café lendo o jornal pela manhã.
19	LO1	ler no ônibus	Leio jornal no caminho de ida e volta pra Poa. Como não tenho laptop...
20	LR1		praticidade. Podemos levá-lo em todos os lugares
21	LS1		
22	PS1	Sim	Pode-se ler onde e quando quiser, independente de equipamentos eletrônicos
23	VC1		manuseá-lo em qualquer lugar
24	VP1		
25	VS1		

A maior parte dos comentários citou a portabilidade do jornal impresso como vantagem:

“O tempo que tu tens para ler. Eu posso levar ele para qualquer lugar. Posso guardar alguma reportagem para ler em outra ocasião com mais tempo ou quando achar conveniente” (AS1).

“posso ler no banheiro” (FL1).

“Posso ler em qualquer lugar: no banheiro, no ônibus, no trem...” (BL1).

“ele pode ser levado a qualquer lugar e é mais acessível. vantagens de acesso a todos, de maior profundidade e poder ser lido deitado, sentado, de cabeça para baixo, não ne-

cessita de uma mesa, um computador e uma cadeira, pode ser lido no ônibus, no metrô” (JS1).

“ler no ônibus. Leio jornal no caminho de ida e volta pra Poa. Como não tenho lep top...” (LO1).

“praticidade. Podemos levá-lo em todos os lugares” (LR1).

“Pode-se ler onde e quando quiser, independente de equipamentos eletrônicos” (PS1).

“Poder manuseá-lo” (AF2).

“manuseá-lo em qualquer lugar” (VC1).

O argumento econômico também foi lembrado como positivo:

“Uma das grandes vantagens do jornal impresso é que não ocupo linha telefônica ao folheá-lo...” (ED1).

A organização editorial foi citada por três entrevistados:

“divisão de editorias” (DG1).

“é a ordem” (JA1).

“clareza. falta isso na internet. WEB = muita informação..” (JO1).

Finalmente, alguns citam a materialidade do jornal impresso como ponto positivo:

“Podem ser guardados” (DW1).

“o próprio papel. Ainda gosto de sentar e tomar um café lendo o jornal pela manhã” (KM1).

4.9.5 O que você acha que falta aos jornais da internet? Quais suas desvantagens?

Tabela 82 - O que você acha que falta aos jornais da internet?
Quais suas desvantagens?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
1	AF1		
2	AF2	Aprofundamento	
3	AS1		Eu não consigo pensar em alguma desvantagem no momento.
4	BL1		Em alguns falta aprofundamento das notícias
5	BS1		Achoq ue eles sao geralmente bons nao tenho criticas
6	DG1		não tenho reclamação
7	DW1	práticos	
8	ED1		Passo...
9	FF1	mais organização e páginas mais seguras	Muitos erros irritam o leitor, fora aquela mensagem 404...argh!
10	FG1	São jornais na tela do seu computador! Você não pode levá-los para nenhum lugar! E ler no monitor nem sempre é agradável!	
11	FL1		o total conteúdo e atualização constante
12	GM1		
13	GM2	não sei	
14	HO1		
15	JA1	fotos boas	
16	JO1	claREZA	
17	JS1	uma linguagem própria, projetos gráficos,	As desvantagens está que nem todas as pessoas tem acesso ao jornal na internet, não é uma mídia democrática e para navegar é preciso ter um mínimo de conhecimento
18	KM1	gosto como estão	
19	LO1	não sei bem	acho que falta tempo para as pessoas se acostumarem
20	LR1		Não ter a praticidade como o jornal de papel
21	LS1		
22	PS1	Não Sei	
23	VC1		nada
24	VP1		
25	VS1		

Alguns entrevistados manifestaram falta de profundidade, nos jornais online:

“Aprofundamento” (AF2).

“Em alguns falta aprofundamento das notícias” (BL1).

Outros, acham que falta organização da informação e maior cuidado na linguagem visual e editorial:

“mais organização e páginas mais seguras. Muitos erros irritam o leitor, fora aquela mensagem 404...argh!” (FF1).

“clareza” (JO1).

“fotos boas” (JA1).

“uma linguagem própria, projetos gráficos” (JS1).

A falta de acesso das pessoas à internet também foi lembrada:

“As desvantagens está que nem todas as pessoas tem acesso ao jornal na internet, não é uma mídia democrática e para navegar é preciso ter um mínimo de conhecimento” (JS1).

Alguns participantes lembraram a falta de praticidade do jornal de papel:

“São jornais na tela do seu computador! Você não pode levá-los para nenhum lugar! E ler no monitor nem sempre é agradável!” (FG1).

“Não ter a praticidade como o jornal de papel” (LR1).

Enquanto outros, acham que não falta nada:

“Acho que eles são geralmente bons não tenho críticas” (BS1).

“nada” (VC1).

“não tenho reclamação” (DG1).

“gosto como estão” (KM1).

4.9.6 O que você acha bom nos jornais da internet? Quais suas vantagens?

Tabela 83 - O que você acha bom nos jornais da internet?
Quais suas vantagens?

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
1	AF1		
2	AF2		Praticidade
3	AS1		Na internet tudo é mais instantâneo, mais rápido. As matérias estão sempre atualizadas.
4	BL1		A rapidez na atualização da informação e a possibilidade de ligar vários assuntos com links.
5	BS1		Acho eles otimos tem uma leitura rapida e te informam de quase tudo antes do jornal impresso
6	DG1		agilidade
7	DW1	são práticos	
8	ED1		Passo... Estou cansado... Mais ou menos já respondi isso anteriormente...
9	FF1	muito mais prático e variedade de informações	
10	FG1	Links, maior velocidade de informação	
11	FL1		o espaço
12	GM1		
13	GM2	não sei	
14	HO1		
15	JA1	a objetividade	
16	JO1	muita info	
17	JS1	a navegabilidade	
18	KM1	rapidez	ser rapido e facil de buscar
19	LO1	istantaneidade	Se algo ocorre agora, agora eu posso ficar sabendo e acompanhar
20	LR1		Links . Ligar as matérias. Há como ter acesso a notícias mais antigas com maior profundidade
21	LS1		
22	PS1	Os links	
23	VC1	agilidade e atualização	

<i>Nº</i>	<i>Usuário</i>	<i>Resposta</i>	<i>Comentários</i>
		junto com a notícia	
24	VP1		
25	VS1		

Grande parte dos comentários sobre as vantagens do jornalismo online ficaram em torno da agilidade e rapidez da informação:

“Agilidade” (DG1).

“Agilidade e atualização junto com a notícia” (VC1).

“Na internet tudo é mais instantâneo, mais rápido. As matérias estão sempre atualizadas” (AS1).

“A rapidez na atualização da informação e a possibilidade de ligar vários assuntos com links” (BL1).

“Acho eles ótimos tem uma leitura rápida e te informam de quase tudo antes do jornal impresso” (BS1).

“Instantaneidade. Se algo ocorre agora, agora eu posso ficar sabendo e acompanhar” (LO1).

“Rapidez. Ser rápido e fácil de buscar” (KM1).

“[...] maior velocidade de informação” (FG1).

A característica da hipertextualidade também foi lembrada por alguns entrevistados:

“Links” (FG1).

“Os links” (PS1).

“a navegabilidade” (JS1).

“Links. Ligar as matérias” (LR1).

Também a praticidade e a variedade de informações foram citadas como uma vantagem da mídia online:

“Praticidade” (AF2).

“são práticos” (DW1).

“muito mais prático e variedade de informações” (FF1).

“muita info” (JO1).

Um dos entrevistados citou “a objetividade” (JA1) como uma característica positiva, enquanto outro lembrou da capacidade de arquivamento e busca rápida de informação: “Há como ter acesso a notícias mais antigas com maior profundidade” (LR1).

5 SÍNTESE E REFLEXÃO

Neste estudo, percebi processualidades e comportamentos que podem ser indicativos de tendências, geradoras de uma semiose específica, não no que ela pode produzir de sentidos, mas a semiose da interação deste corpo de sujeitos investigados com a materialidade do signo do novo suporte midiático. É uma interação que vai produzir algum tipo de sentido, evidentemente, mas desvendar *quais* sentidos está além do escopo deste trabalho. Não se pode afirmar categoricamente, mas são tendências que podem vir a se tornar regras.

Estas prototendências podem ser vistas como elementos da terceiridade. A terceiridade inclui a noção de regra, de comportamentos herdados, frutos de experiências passadas, que tendem a ser repetir no futuro.

Existe uma codificação de experiências passadas, que perpassam essas experiências laboratoriais. Por exemplo, a busca, do leitor, por títulos de notícias, revelada por diversos leitores em minha experiência (Tabela 13 - Como você navega em uma página de site de notícias ou jornal online?, página 82; Tabela 44 - Preferência por manchetes, listas ou ambas, página 127), confirmando a pesquisa Poynter-Stan-

ford *Eyetracking Online News*. Essas tendências parecem anteceder o jornalismo impresso atual, que é baseado nas premissas de linguagem visual dos modernistas. Podem anteceder também os modernistas, porque já eram objeto de estudo dos artistas da Renascença.

Existe, no ato de ler um jornal online, toda uma codificação de experiências passadas, próximas e distantes, que condicionam o leitor em seus movimentos. As experiências próximas passadas podem orientá-lo a não olhar imagens animadas, por exemplo, porque pode saber que essas imagens são propaganda, como percebi em alguns depoimentos sobre imagens animadas (Tabela 49 - O que você acha de imagens animadas nas páginas de seu site jornalístico preferido? Por quê?, página 134) e anúncios (Tabela 31 - Você lê anúncios? Por quê?, página 107). Talvez seja esta uma manifestação do que Peirce chama de Terceiridade Degenerada ou interpretante energético. Trata-se do interpretante que se dá ao nível da reação, que prescinde de um desenvolvimento lógico. São, portanto, prototendências.

5.1 Sintaxe das mídias online

A mídia papel parece orientar, ainda, o leitor. A linguagem gráfica aparentemente é uma força dominante, independentemente de onde ela se configura, em função de leis e heranças que podem ter sido definidas há séculos, com o desenvolvimento das artes visuais no ocidente. É o que pode-se intuir das declarações de alguns entrevistados (Tabela 43 - Você prefere manchetes destacadas como jornal de papel ou lista de notícias, todas com o mesmo destaque? Por quê?, página 126). As explicações para a preferência por manchetes vie-

ram das regras de composição visual, que recomendam buscar o destaque pelo contraste de tamanho ou citação explícita da herança do veículo jornalístico tradicional. Se, no primeiro caso, a herança pode não ter sido percebida pelo leitor, no segundo caso ela foi explícita.

Nas questões sobre a opinião dos entrevistados sobre anúncios e imagens animadas (Tabela 33 - Você acha que os anúncios atrapalham o conteúdo jornalístico? Se acha que sim, onde os anúncio deveriam ficar?, página 109, Tabela 49 - O que você acha de imagens animadas nas páginas de seu site jornalístico preferido? Por quê?, página 134), vejo outras pistas sobre a sintaxe das mídias online.

Na mídia impressa, o receptor tem controle da sintaxe: além do movimento dos olhos por uma área (determinado em boa parte pelo autor da obra visual, pela disposição dos elementos gráficos), o leitor é quem vira as páginas de um veículo, ele é quem procura a informação. Esse controle é tal que chega a inverter a ordem de leitura estabelecida por editores, para os veículos impressos: em questionamentos a meus alunos da disciplina de Planejamento Gráfico, observei que cerca de um terço deles costuma ler jornais e revistas começando pela última página (a última página é a capa da direita, segundo a ordem das publicações ocidentais).

Já nas multimídias tradicionais (cinema, TV), o receptor tem uma atitude mais passiva do que na mídia impressa: o diretor de um filme ou vídeo tem mais poder sobre o ritmo e movimento do que o poder de autores de obras visuais fixas. Ele tem o que eu poderia chamar de “atitude autoritária”, o poder do autor da obra. Os quadros parados vão se sucedendo em frente ao receptor, que pode apenas de-

terminar o movimento dos olhos nas cenas enquadradas (também em grande parte determinado pela disposição dos elementos visuais no fotograma), mas não pode determinar a ordem dos enquadramentos, não pode interferir na edição da obra.

Na mídia online, parece haver uma herança dos hábitos da mídia impressa: o leitor aparentemente quer ter o controle da leitura. Apesar dos recursos multimídia serem umas das características mais destacadas da Web, as intervenções autoritárias não parecem bem-vindas: nos vídeos captados na leitura laboratorial, todas as vezes em que apareceu uma janela pop-up, os leitores a fecharam imediatamente, sem dar tempo sequer para que aparecesse o conteúdo do anúncio. Isto sugere que os leitores querem ter um controle maior da mídia, a julgar pelas respostas que demonstram impaciência ou desgosto com publicidade (Tabela 33 - Você acha que os anúncios atrapalham o conteúdo jornalístico? Se acha que sim, onde os anúncio deveriam ficar?, página 109).

Os entrevistados revelaram ter uma noção definida do espaço publicitário: devem ficar à margem do espaço editorial e não devem atrapalhar a leitura. Na mídia impressa, o leitor têm poder para não ler anúncios, como mostrou a pesquisa *Eyes on the News*: “Ads are never the point of entry on a page, even when in color” (GARCIA, STARK, 1991, p. 34). Na mídia online, o leitor parece ter esse mesmo desejo, e demonstra desgosto quando o veículo procura forçar a visualização deste tipo de conteúdo.

Apesar da aparente herança da mídia papel sobre os leitores online, notei que os sujeitos demonstraram boas habilidades no uso de

interface computadorizadas. Eles não usam muito as teclas de navegação, o que pode indicar que, uma vez encontrado um método funcional de navegação, não têm a curiosidade de procurar outros. Mas usam bastante o botão de “voltar” do browser. Isso demonstra, além de familiaridade com a mídia, uma boa localização “espacial”, sugerindo que têm uma mapa mental, uma “pilha” de páginas consultadas, por onde “andam” e para onde sabem voltar. Esse comportamento parece confirmar as recomendações de *designers* de que não se faça links que abram novas janelas, porque isso desabilita o botão “Voltar” e pode desorientar o leitor.

5.2 O movimento à notícia

A espacialidade, possibilitadora do movimento no novo suporte, revela-se com mais intensidade em episódios que envolvem a orientação do leitor, como a interpretação de interface carregada de informações, o uso de mecanismos de busca e na noção de movimento durante a leitura de um site na Web (Tabela 24 - Durante a navegação, você tem a percepção de que você está indo até as notícias ou elas estão vindo até você?, página 95).

Os entrevistados revelam familiaridade com a mídia online ao demonstrar habilidade para encontrar a informação correta tanto visualmente, nas capas, manchetes e listas de notícias dos sites (embora com algumas ressalvas, como visto na Tabela 30 - O que você acha da maneira como a primeira página de seu site jornalístico se apresenta, em relação à diagramação? Por quê?, página 104), quanto em mecanismos mais elaborados como os formulários de busca

(Tabela 21 - Você usa o mecanismo de busca do site de notícias ou de jornais? Se usa, ele ajuda a encontrar o que você quer?, página 92). Os recursos de hipertexto, usados em alguns sites de notícias, que ampliam o espaço jornalístico e aprofundam a informação, já são dominados e parecem cair no gosto de alguns leitores (Tabela 38 - Você prefere matérias online longas e aprofundadas, ou curtas? Por quê?, página 118).

Já no uso da interface gráfica dos computadores atuais, verifiquei, pelos vídeos gravados durante a leitura, que grande parte dos pesquisados rolou a tela do modo aparentemente mais difícil: clicando no pequeno retângulo com seta, ou puxando o botão de rolagem na barra de rolagem dos browsers. Este procedimento envolve mais agilidade com o mouse que o uso de teclas de rolagem, como a barra de espaço e as teclas Page Up e Page Down ou as teclas de setas. Posso inferir que, mesmo com a oferta de várias possibilidades de navegação, o leitor se apega à primeira que funcione, ou talvez à mais visível, sem procurar alternativas mais fáceis, o que revela um comportamento conservador.

Os mecanismos de busca são um elemento novo, característica exclusiva da nova mídia: eles não existem em publicações de papel ou eletrônicas, como rádio e TV. No entanto, sua função e uso foram bem assimilados pelos leitores, que já têm, até mesmo, um posicionamento crítico sobre ele: uns acham que funciona bem, enquanto outros, não confiam nesse dispositivo.

5.3 Temporalidade

A temporalidade da mídia online (mais especificamente a permanência e deslocamento da notícia através do tempo – *time shifting* – uma das características marcantes dos veículos em rede), ficou expressa no gosto dos entrevistados por arquivos de notícias e por fac-sí-miles de edições impressas de veículos (Tabela 60 - Você acha importante que os jornais tenham as páginas impressas na internet? Por quê?, página 145).

No entanto, embora a internet seja louvada como um imenso repositório, onde se pode encontrar um universo de informações, alguns entrevistados manifestaram certa insegurança com relação à disponibilidade de material. Como na Tabela 45 - Você costuma imprimir matérias que acha interessantes? Por quê?, página 128, onde depoimentos revelaram preferência por imprimir ou gravar localmente, em seu computador, material encontrado na rede. A enorme quantidade de informações não garante sua permanência no tempo: é uma informação efêmera, transitória.

Finalmente, posso dizer que este estudo, longe de ter um caráter conclusivo, em função do restrito espectro de usuários que analisou, aponta algumas tendências, ainda em gestação, que podem ser úteis na produção e na formação de comunicadores. O estudo observou, no uso da mídia online, a permanência de hábitos do leitor em relação a mídias tradicionais, como o jornal impresso. Ao mesmo tempo, revelou o nascedouro de certas tendências de comportamento que podem ser específicas do novo meio. Revelou também o desenvolvimento de

concepções de espaço, tempo e movimento que não são mais ligados a objetos tangíveis, como o papel, mas a suportes que, embora materiais, não são vistos pelo leitor, como redes de comunicação e bancos de dados. Uma dessas tendências pode ser o desejo de maior controle sobre a informação, controle que não é permitido ao usuário na multimídia tradicional como rádio e tv. Outra tendência pode ser o desejo que têm os usuários por maior materialidade do suporte, uma reação à efemeridade dos dados digitais que, num instante, existem; noutro, podem ser engolfados na torrente de bits em mutação, se perdendo na memória como lágrimas na chuva.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BACELAR, Jorge. **Linguagem da Visão**. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação: 1998. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=bacelar_lingua-gem.html>. Acesso em: 21 jul. 2003.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. **Network Journalism**: converging competences of old and new media professionals. Disponível em: <<http://home.pscw.nl/deuze/pub/9.htm>>. Acesso em: jun. 2000.

BENEDIKT, Michael. **Cityspace, Cyberspace, and The Spatiology of Information**. The University of Texas at Austin Invited lecture delivered at the “New Urbanism Symposium”, Princeton University, School of Architecture and Planning, Princeton, New Jersey. Publicado em 17 out. 1992. Disponível em: <http://mather.ar.utexas.edu/center/benedikt_articles/cityspace.html>. Acesso em: 17 fev. 2002.

COSMIC Mystery Tour. The Board of Trustees of the University of Illinois. Disponível em: <<http://archive.ncsa.uiuc.edu/Cyberia/Cosmos/CosmicMysteryTour.html>>. Última modificação em 7 nov. 1995. Acesso em: 31 mar. 2002

DEUZE, Mark. **Online Journalism**: Modelling the First Generation of News Media on the World Wide Web by Mark Deuze. First Monday, volume 6, number 10 (October 2001). Disponível em: <http://firstmonday.org/issues/issue6_10/deuze/index.html>. Acesso em: 1º ago. 2003.

_____. **Understanding the Impact of the Internet: On New Media Professionalism, Mindsets and Buzzwords.** Ejournalist. A refereed media journal. Volume 1, Number 1, 2001. Documento PDF. Disponível em:

<<http://www.ejournalism.au.com/ejournalist/deuze.pdf>>. Acesso em: 1º ago. 2003. ISSN 1444-741X.

FRAGOSO, Suely. **Espaço, ciberespaço, hiperespaço.** Arquivo em formato DOC MS Word. CD-ROM com os anais do 9º Encontro Anual da COMPÓS, 2000.

FULTZ, Jenny. **Journalism Graphics.** Anderson University, 2003. Disponível em: <<http://websites.anderson.edu/~jlfultz/>>. Acesso em: 21 jul. 2003.

GARCIA, Mario , STARK, Pegie. **Eyes on the News.** St. Petersburg, Fld.: Poynter Institute for Media Studies, 1991.

GENETTE, Gérard. The Proustian Paratext. In: **SubStance.** Disponível em: <<http://substance.arts.uwo.ca/56/56gene~1.html>>. Acesso em: 18 jul. 2003.

HENN, Ronaldo. **Os fluxos da Notícia.** São Leopoldo: Unisinos, 2003.

LEMOS, André. Ciber-flânerie. In: **Comunicação na cibercultura.** SILVA, Dinorá Fraga da; FRAGOSO, Suely (Org.). Série Comunicação. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

LEWENSTEIN, Marion. **Eye tracking online news.** Stanford Poynter Project, 2000. Disponível em: <<http://www.poynterextra.org/et/i.htm>> . Acesso em: 25 jul. 2003.

MEIRA, José Antonio. Entendendo o Jornalismo Online. In: KOVARIK, Adriana Coelho Borges et alii. **Tendências da Comunicação:** 3. Porto Alegre: L&PM, 2000.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web.** Trabalho apresentado no II Congresso da SOPCOM, Lisboa, 2001. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/doc/luciana_papersopcom.doc> . Acesso em: 3 ago. 2003.

MIELNICZUK, Luciana; PALACIOS, Marcos. **Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web: o link como elemento paratextual**. Trabalho apresentado no GT de Jornalismo do X Encontro Nacional da COMPÓS, Brasília, junho 2001. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/Pos/gtjornalismo/textos/lucianamarcos.htm>> . Acesso em: 2 ago. 2003.

MILISSON, Doug. **Online-journalist**. Disponível em: <<http://www.online-journalist.com>>. Acesso em: 10 jul. 2003.

NIELSEN, Jacob. "Top Ten Mistakes" Revisited Three Years Later. In: **Alertbox**. 2 maio 1999. Disponível em: <<http://www.useit.com/alertbox/990502.html> >. Acesso em: 3 ago. 2003.

ODENWALD, Stan. **Can space exist by itself without matter or energy around?** No website NASA IMAGE satellite, Ask the Space Scientist Archive. Disponível em: <http://einstein.stanford.edu/gen_int/relativity/a11332.html> . Acesso em: 30 mar. 2002.

PALACIOS, Marcos. **Fazendo Jornalismo em Redes Híbridas: Notas para discussão da Internet enquanto suporte mediático**. Salvador: FACOM, 2002. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/jol/doc/artigo.palacios.jorn.redes.hibridas.doc>>. Acesso em: 20 jul. 2003. Documento MS Word.

_____. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate**. Apresentado nas Jornadas de Jornalismo Online, Departamento de Comunicação e Artes, Universidade da Beira Interior, Portugal, sob a coordenação do prof. Antonio Fidalgo. Jun. 2002. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/doc/covilha_palacios.doc>. Acesso em: 1º ago. 2003. Documento MS Word.

PANOFSKY, Erwin. **Perspective as symbolic form**. New York: Zone Books, 1991.

PEIRCE, Charles Sanders. **Escritos coligidos**. São Paulo: Abril Cultural, 1980.

RICH, Carole. **Newswriting for the Web**. Disponível em:
<<http://members.aol.com/crich13/poynterstudy.html>> . Acesso
em: 12 jul. 2003.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Introdução à Semiótica**. Lisboa:
Presença, 1991.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é Semiótica**. São Paulo: Brasiliense,
1983.

_____. **A teoria geral do signos**. Semiose e autogeração. São Paulo:
Ática, 1995.

SILVA, Rafael Souza. **Diagramação**. O planejamento visual gráfico
na comunicação impressa. São Paulo: Summus, 1985.

SZAMOSI, Géza. **Tempo e espaço, as dimensões gêmeas**. Rio de
Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1988.

WIKIPEDIA. Gestalt. Disponível em:
<<http://pt.wikipedia.com/wiki/Gestalt>> . Acesso em: 25 jul. 2003.

ANEXO A

O questionário

O programa de computador usado para coleta de dados foi o sistema gerenciador de conteúdo WebGUI (open source disponível em <http://www.plainblack.com>), através de seu módulo de pesquisa (*survey*). O sistema funciona juntamente com o servidor Web Apache e a linguagem Perl, apresentando aos usuários perguntas em forma de formulários Web com questões em dois formatos:

- a) múltipla escolha (com recurso de resposta exclusiva, chamado de “botões de rádio” no jargão de interfaces gráficas de computador), com respostas induzidas;
- b) campos de texto, para respostas dissertativas.

Através deste software, as questões aparecem uma a uma na tela, e, depois de cada resposta, é apresentada a questão seguinte. No caso de perguntas de múltipla escolha, o participante é obrigado a respondê-las para seguir adiante. No caso de questões que exigem respostas dissertativas, pode seguir sem respondê-las.

Nesta pesquisa, em quase todos os casos, foi colocado um campo no questionário para que o participante se manifestasse por escrito, além de escolher uma das respostas induzidas.

O questionário está no CD-ROM 1 anexo com o nome de quest_composite-2003-06-02b-limpo.tab.zip (formato texto ANSI tabulado, comprimido pelo padrão Zip). As questões foram as seguintes, tal como apareceram aos sujeitos da pesquisa:

Questões relativas a seus dados pessoais

1. Nome
2. Idade
3. Sexo
4. Endereço de E-mail
5. Telefone

Questões relativas à seus hábitos de leitura

6. Quais jornais online ou sites de notícias você costuma ler?
7. Em que lugar costuma ler?
8. Em que horários você lê sites de notícias ou jornais online?
9. Quantos minutos por dia, aproximadamente, você leva lendo sites de notícias ou jornais online?
10. Com que frequência você lê sites de notícias ou jornais online? (coloque comentários, se necessário)
11. Que tipo de equipamento você usa para ler sites de notícias ou jornais online? (especifique abaixo, se souber mais detalhes sobre o equipamento)
12. O equipamento que você usa para ler sites de notícias ou jornais online tem recursos multimídia (som, vídeo)?

Questões relativas a seus hábitos de navegação

13. Como você navega em uma página de site de notícias ou jornal online? (use o campo "Comentário" para uma resposta grande)
14. O que você acha dos recursos de navegação do site de notícias ou jornal online que você lê (menus, barras de navegação)? Por quê?
15. Você rola a tela com o mouse ou com teclas de navegação (como barra de espaço, setas, *Page down...*)?
16. O que você acha da necessidade de rolar a tela para ler notícias? Por quê?
17. Preferiria ter as matérias em várias telas seguidas ou em uma só? Por quê?
18. Como você encontra as seções de que gosta?
19. Você usa o mecanismo de busca do site de notícias ou de jornais? Se usa, ele ajuda a encontrar o que você quer?
20. Durante a navegação, você tem a percepção de que você está indo até as notícias ou elas estão vindo até você?
21. Qual sua percepção do tempo entre o clique num *link* até a página aparecer? Por que você acha que acontece isto?
22. Você acha informações mais rapidamente em jornais online ou em jornais de papel? Por quê?
23. Você costuma seguir links para fora do site jornalístico? Por quê?
24. Se você segue links em uma matéria jornalística, você volta ao site ou segue navegando em outros sites?
25. Você prefere que links relacionados ao assunto fiquem em meio ao texto ou numa lista ao final da matéria? Por quê?

Questões relativas à parte gráfica do site jornalístico

26. O que você acha da maneira como a primeira página de seu site jornalístico se apresenta, em relação à diagramação? Por quê?

27. Você lê anúncios? Por quê?
28. Você acha que os anúncios atrapalham o conteúdo jornalístico? Se acha que sim, onde os anúncio deveriam ficar?
29. O que você acha de imagens animadas nas páginas de seu site jornalístico preferido? Por quê?
30. Você costuma clicar em anúncios? Por quê?
31. Você acha que anúncios online funcionam? Por quê?
32. Você lê a primeira página rolando até o fim ou só lê os links que aparecem no alto da página? Por quê?
33. Você prefere matérias online longas e aprofundadas, ou curtas? Por quê?
34. Se prefere matérias longas, gosta delas em uma única página ou divididas em várias páginas? Por quê?
35. Você prefere matérias em letras grandes, que obriguem a rolar mais as páginas, ou em letras pequenas, que permitam mais texto na tela?
36. Você lê com o navegador maximizado, em tela inteira, ou com o navegador em janela mais reduzida que a tela? Por quê?
37. Você prefere manchetes destacadas como jornal de papel ou lista de notícias, todas com o mesmo destaque? Por quê?
38. Você costuma imprimir matérias que acha interessantes? Por quê?
39. Que assunto lhe interessa mais em jornais online? Por quê?
40. Que assuntos menos lhe interessam? Por quê?

Questões relativas à multimediação

41. Que tipo de conteúdo multimídia você gosta de acessar? (Fotos? Vídeos? Áudio? Animações?) Por quê?
42. Você acha que animações multimídia costumam ser bem usadas? Por quê?
43. Em geral, se o recurso multimídia for suprimido de seu site de notícias preferido, a informação jornalística seria menos

compreendida? Elas costumam acrescentar alguma informação à notícia ou são gratuitas?

44. Você usa algum recurso de interatividade em jornais online (envia e-mail, usa votações, responde a questionários, brinca com algum recurso interativo)? Se usa, qual? Por quê?

5.3.1 Questões relativas à perenidade (arquivamento de matérias)

45. Você costuma procurar matérias antigas em sites jornalísticos?

46. Você acha importante que os jornais tenham as páginas impressas na internet? Por quê?

5.3.2 Questões relativas à leitura laboratorial

47. Em que sites você navegou, neste teste de hoje? Por quê?

48. Que assuntos, nesta leitura de hoje, chamaram mais sua atenção?

49. Você leu até o fim as matérias que chamaram mais sua atenção? Se não leu, por quê?

Questões sobre seu relacionamento com a tecnologia de comunicação

50. Você gosta de computadores? Por quê?

51. Quando acontece um erro em páginas da Web, você acha que o erro foi devido a algo que você fez ou foi o site que provocou o erro? O que passa por sua cabeça quando acontece este tipo de erro?

Questões relativas à leitura de jornais de papel

52. Você costuma ler jornais de papel? Em caso afirmativo, que jornais você lê?

53. Com que frequência você lê jornais de papel? (quantas vezes por semana ou por mês).

54. Caso leia jornais de papel, quanto tempo gasta, em média, na leitura?

55. Caso leia jornais de papel, de que assuntos você gosta?
56. Em relação ao jornal que você leu mais recentemente, quais os assuntos que mais lhe chamaram atenção?
57. Com o advento de jornais na internet, como ficou seu hábito de leitura de jornais? Por quê?

Comparação entre mídias

58. O que você acha mais prático? (explique por quê)
59. Você acha mais fácil de achar a informação nos jornal de papel ou nos jornais da internet? Por quê?
60. O que você acha que falta os jornais de papel? Quais suas desvantagens?
61. O que você acha bom nos jornais de papel? Quais suas vantagens?
62. O que você acha que falta aos jornais da internet? Quais suas desvantagens?
63. O que você acha bom nos jornais da internet? Quais suas vantagens?

Depois de aplicado, verifiquei que algumas perguntas se repetiam, por não terem sido apagadas durante a edição do questionário. A pergunta 17 (Preferiria ter as matérias em várias telas seguidas ou em uma só? Por quê?) idêntica à 34, e a pergunta 22 (Você acha informações mais rapidamente em jornais online ou em jornais de papel? Por quê?), idêntica à 59. A pergunta 18 foi reformulada como pergunta 19, mas não foi eliminada do questionário. Estas questões foram desconsideradas na tabulação dos dados.

Também foram desconsideradas as perguntas referentes ao conteúdo ou assuntos preferidos na leitura (questões 39, 40, 48, 49, 55 e 56), porque, no decorrer do estudo, verifiquei não contribuiriam

para ajudar a responder minhas dúvidas com relação ao espaço e tempo na leitura de site noticiosos.

As respostas foram retiradas do sistema WebGUI através de função de exportação, em formato de texto plano separado por tabulação. O arquivo original está no CD-ROM 1 em anexo, com o nome de “quest_composite-2003-06-02a.tab.zip”. Este arquivo foi importado no programa de planilha eletrônica MS Excell, onde foram eliminados as entrevistas incompletas (em uma das três turmas de Jornalismo Online, a falta de energia elétrica no campus impediu que o questionário fosse aplicado em sua totalidade). Também foram eliminadas respostas de um usuário que respondeu duas vezes, com respostas conflitantes. Restaram 25 questionários totalmente ou quase totalmente respondidos.

Através do modo de edição de dados do MS Excell, as perguntas foram separadas em tabelas próprias, copiadas e coladas em forma de tabelas no editor de texto OpenOffice 1.0.3, onde foram ordenadas. O cálculo das porcentagens de cada resposta foram feitos através do recurso de cálculos do próprio editor de texto.

ANEXO B

CD-ROMs com vídeos em formato AVI, comprimidos pelo codec (compressor/descompressor de vídeo) CamStudio, contendo a telas animadas com os movimentos dos leitores de mídias online durante a consulta a seus sites preferidos.

Para visualizá-los em computadores PC com o sistema operacional MS Windows, é necessário instalar o codec que está no diretório /codec em qualquer um dos CD-ROMs. A instalação é feita clicando-se com o botão direito do mouse em cima do arquivo camcodec.inf e selecionando-se, no menu que aparece, a opção Instalar (install). Quando instalando no Windows XP, o sistema operacional pode apresentar uma mensagem dizendo que o software não passou no teste do logotipo do Windows XP. Responda: “Continue assim mesmo” (Continue Anyway).

Os vídeos de alguns dos pesquisados não puderam ser aproveitados por problemas operacionais ocorridos durante as gravações. Os nomes dos arquivos de vídeo correspondem aos códigos dos sujeitos usados na pesquisa.

Nas listas abaixo, aparecem a data, a hora, o tamanho do arquivo em bytes e o nome do arquivo.

Conteúdo do CD 1

1.	2003-05-26	20:53	42.704.896	AF1.avi
2.	2003-05-26	20:36	86.235.648	AF2.avi
3.	2003-05-26	20:39	190.536.192	BS1.avi
4.	2003-05-26	20:38	126.934.016	DG1.avi
5.	2003-05-26	20:39	28.560.384	DW1.avi
6.	2003-05-26	20:38	108.068.352	FF1.avi
7.	2003-05-26	20:49	43.474.432	FG1.avi
8.	2003-05-23	10:54	40.829.440	GM1.avi
9.	2003-05-26	20:27	33.716.736	JA1.avi
10.	2003-08-05	16:54	<DIR>	codec

Conteúdo do CD 2

11.	2003-05-26	20:38	208.121.856	ED1.avi
12.	2003-05-26	20:40	164.250.624	FL1.avi
13.	2003-05-23	11:17	135.809.536	VP1.avi
14.	2003-05-26	20:41	206.084.096	VS1.avi
15.	2003-08-05	16:54	<DIR>	codec

Conteúdo do CD 3

16.	2003-05-29	20:17	120.591.360	GM2.avi
17.	2003-05-26	20:47	3.768.320	HO1.avi
18.	2003-05-23	10:58	94.600.704	JS1.avi
19.	2003-05-23	11:02	154.411.008	KM1.avi

20.	2003-05-26	20:38	84.015.104	LO1.avi
21.	2003-05-26	20:41	123.648.512	PS1.avi
22.	2003-05-26	20:40	141.832.192	VC1.avi
23.	2003-08-05	16:54	<DIR>	codec