

O UNIVERSO *ON-LINE* E A CONSTRUÇÃO DO CIBERLEITOR

Daniele Cristina Sabadini¹

danisabadini@yahoo.com.br

*O texto vive uma pluralidade de existências.
A eletrônica é apenas uma dentre elas.*
Roger Chartier

INTRODUÇÃO

Em toda a história da leitura e dos leitores não há como desvincular tal prática dos objetos e usos que deles se fizeram. Os suportes pelos quais textos e discursos são e sempre foram veiculados produziram ao longo da história significados diversos para leitores vários.

Se lançarmos um olhar para os tempos atuais, em que mídia impressa e *on-line* coexistem, veremos que esta questão dos suportes pelos quais textos e também discursos são veiculados é algo, no mínimo, para se pensar.

Levando-se isso em conta foi que nos propusemos a estudar as diferenças e semelhanças das revistas *Veja* impressa e *on-line* pela perspectiva bakhtiniana.

Tendo em vista que ambas são produções de uma mesma editora, o grupo Abril Editorial, perguntamo-nos que particularidades cada uma precisa ter para capturar segmentos diferenciados do público leitor. Ou ainda, que semelhanças elas possuem para atrair a classe leitora desejada sem que uma prejudique o andamento da outra. Ou melhor, que tipo de leitor cada uma constrói para seu próprio texto. Como ele determina e, podemos dizer, também é determinado por ambas revistas.

¹ Universidade Estadual Paulista (Unesp), Araraquara.

Para dar conta dessa reflexão, tomamos como base o pensamento de Mikhail Bakhtin e de seu Círculo.

Acreditamos que Bakhtin, ao questionar em sua época os modelos lingüísticos vigentes, criou condições favoráveis para o estudo de uma linguagem dialógica, uma linguagem vista “não só como um sistema abstrato, mas também como uma criação coletiva, parte de um diálogo cumulativo entre o ‘eu’ e o ‘outro’, entre muitos ‘eus’ e muitos outros” (STAM, 1992, p. 12) .

Característica essencial da linguagem e princípio constitutivo de todo discurso, o dialogismo decorre da interação entre locutor e ouvinte, no espaço do texto. Nesse sentido, o centro de toda interlocução deixa de ser o “eu”, mas também não se instala no “outro”; ele concretiza-se no espaço criado entre ambos.

O sentido estabelecido a um discurso é construído, então, num processo dialógico, posicionamento que aponta a importância da relação “eu”/ “outro” na análise de discursos.

Adotamos o conceito de discurso que privilegia as relações interativas, visto que ele não se constrói sobre si mesmo, mas se elabora em vista do outro discurso, do outro sujeito, ou seja, não é uma mera transmissão de informação. O discurso é, assim, uma forma de ação sobre o outro e não é do domínio exclusivo de seu enunciador, pois se constrói no desenrolar de cada interlocução.

A palavra discurso traz consigo a idéia de percurso, de movimento. E esse movimento engloba o tempo/espaço, já que o discurso se materializa num determinado contexto histórico-social. Também depende da relação entre sujeitos, seja no momento de sua produção, seja em sua interpretação. Assim, o discurso é interação e um modo de produção social.

Por essa perspectiva, podemos afirmar que, numa análise discursiva, faz-se necessário o estudo da organização textual, da interação verbal, do contexto, do intertexto e também do interdiscurso.

1. SUPORTE AOS DISCURSOS

Ao utilizar um hipertexto, nem nos damos conta da quantidade de elementos que são necessários para formá-lo, da quantidade de novidades que ele nos trouxe. Porém, elas existem e possibilitaram uma infinidade de “relações” que antes não tinham vida.

A mais comentada e aclamada por todos é, sem dúvida, a questão da interatividade.

O termo e seus correlatos (interativo, interagir, interação, etc) ganharam, hoje, constante notoriedade e “tudo” passou a ser caracterizado como interativo. Tal produto é interativo, a TV é interativa, o relacionamento entre as pessoas é interativo.

No entanto, é importante que se observe algumas opiniões para se chegar ao que vem a ser interatividade para o presente artigo.

André Manta (s/d, p. 16), que criou um *Guia do Jornalismo na Internet*, dedica um item à interatividade e faz uma primeira distinção entre comunicação massiva e interativa. Para ele, o telefone seria interativo, mas não massivo, na medida em que é apenas uma extensão tecnológica de um diálogo entre dois interlocutores. Por outro lado, a televisão, o rádio e as mídias impressas seriam massivas, porém não interativas. “O jornalismo na Internet é, no entanto, massivo e interativo.”

A partir das observações de Manta, o jornalismo na internet² pode ser considerado como massivo, pois está disponível em rede para uma quantidade ilimitada de pessoas. Porém, essa quantidade tanto pode ser zero quanto um número extremamente alto, o que leva Manta a dizer que é preciso um “movimento ativo” do leitor em direção à busca de notícias, por isso, interativo. Ele caracteriza, ainda, chats, pesquisas, enquetes *on-line*, e-mail e fóruns de discussão como elementos de interatividade, embora não especifique o que é, para ele, a interatividade.

Outra pesquisadora em Ciências da Comunicação, Norah Shallymar Gamboa Vela (2003, p. 49), abordou em sua recente tese (2003) o conceito de interatividade e o definiu como a “participação direta do usuário no site.” Para ela, o simples movimento de navegação e busca de informação – além de recursos como e-mail, listas de discussão, etc – já constitui uma forma de interatividade.

Maira de Moraes, da Faculdade de Comunicação da Universidade da Bahia, vai mais longe e, partindo do que vem a ser interação, “ ‘ação entre entes’ (inter + ação = ação entre)” (1998, p. 2), propõe três níveis de interatividade. Os níveis propostos por Moraes vão desde a simples possibilidade de se navegar por um texto não-linear (Nível 1) até a troca efetiva entre produto e usuário/consumidor. Ou seja, um produto enquadrado no Nível 3 de Interatividade (que seria para Moraes o mais interativo de

² Até pouco tempo, usava-se, para designar a rede mundial de computadores Internet, o “i” maiúsculo. No entanto, de uns tempos para cá, a rede tornou-se apenas mais uma mídia no meio de muitas outras e passou a ser grafada internet – com “i” minúsculo. É interessante dizer que, no Brasil, a novidade chegou via revista *Veja*.

todos) deve possibilitar a intervenção do usuário no conteúdo do produto final. Já o Nível 2, diferencia-se do último por possibilitar a participação (como em chats, enquetes, votações), mas não a alteração de algum conteúdo.

Por fim, vale a pena observar o que diz Mielniczuk, em seu artigo *Interatividade como dispositivo do jornalismo online* (2000). Como o próprio título mostra, a autora considera a interatividade não apenas como uma característica do novo meio, mas como um dispositivo, “[...] algo que marca, condiciona e determina processos que interferem na produção, no produto e na recepção de sites jornalísticos desenvolvidos para a web.” (p. 1).

Além disso, Luciana Mielniczuk (2000, p. 2), ao citar Lemos (1997) e Vittadini (1995), diferencia interação de interatividade. A primeira refere-se à relação interpessoal, à interação entre as pessoas, enquanto a segunda caracteriza-se por ser mediada, possível graças a algumas configurações tecnológicas, capazes de permitir a interação entre as pessoas.

Assim, de acordo com tais distinções, o diálogo interpessoal é visto por Mielniczuk como *uma* das várias formas de interação.

Para nós, muito do que foi classificado como interativo é simplesmente dialógico, ou seja, refere-se a um fenômeno social de interação verbal, realizado por meio de enunciações, quer seja ou não mediada por algum tipo de mecanismo tecnológico. Somente este “tipo de interatividade” é que nos interessa, pois a relação entre enunciados constitui-se numa relação dialógica inconclusa.

Desse modo, quando Manta caracteriza, por exemplo, a comunicação ao telefone como interativa, mas não massiva, entendemos a mesma como dialógica, já que ganha forma na inter-relação de pessoas socialmente organizadas comunicando-se pelo diálogo.

Em Veja on-line, os mecanismos de interatividade são: e-mail de contato, fórum de discussão e enquete promovida pela revista. Além disso, há um espaço para o usuário fazer o pedido de visualização de uma capa que não se encontra no “Arquivo Veja”. Tanto a “Enquete” quanto o “Fórum” estão relacionados a reportagens que podem ser conferidas pelo leitor, logo abaixo desses links. Os assuntos discutidos em ambos dizem respeito a algo também abordado em Veja impressa. Os resultados da enquete estão disponíveis para visualização, assim como os comentários anteriormente deixados pelos participantes no fórum de discussão.

Outra característica que diferencia o hipertexto dos outros modos enunciativos é que ele é capaz de hospedar e exibir em sua superfície várias formas de textualidade como, por exemplo, imagens em vídeo, ícones animados, texto e som, todos interpostos ao mesmo tempo na tela.

Vale salientar que essa capacidade de hospedar textos diversos não gera uma concorrência entre estes, mas sim uma co-ocorrência, na qual se processa uma leitura multi-sensorial.

Por isso, Xavier (2002, p. 99) defende em sua tese que o hipertexto fez surgir um novo modo de enunciação – o digital –, colocando à disposição do usuário todos os modos enunciativos existentes anteriormente, de forma concomitante. Segundo o pesquisador, tal confluência não prejudica a compreensão do leitor, pelo contrário, todos contribuem para a construção global do sentido.

Diferentemente dos outros meios, o hipertexto não é essencialmente escrita – como acontece com o livro ou jornal impresso –, nem exclusivamente imagem – como vê-se na TV –, nem tampouco apenas sonoridade – como é o caso do rádio. No entanto, contém dialética e concomitantemente todos eles, embora o verbal seja ainda predominante.

Passando para mais um fator de caracterização hipertextual, chegamos à não-linearidade. Esta não é uma novidade exclusiva do hipertexto, visto que em edições impressas ela também se faz presente na forma de sumários, índices remissivos, divisão em capítulos e notas de rodapé. Contudo, no hipertexto, essa característica constitui-se em princípio básico de sua construção, faz parte de sua estrutura formal e está prevista em sua concepção.

O “Princípio de mobilidade dos centros”, exposto por Lévy (1998, p. 25), é um dos fatores que contribui para a não-linearidade hipertextual. Segundo esse princípio, os hipertextos, seus conteúdos, estariam ligados entre si por uma conexão do tipo rede e não mais do tipo estrela, como é o caso, por exemplo, de uma comunicação via canal televisivo.

A rede não possui centro, ou melhor, todo nó textual pode ocupar a qualquer momento uma posição central. Assim, a construção de um hipertexto deve, impreterivelmente, obedecer à não-linearidade dos nós (ou textos) que o compõem.

No entanto, é importante salientarmos a diferença entre não-linearidade e descontinuidade. A não-linearidade define-se do ponto de vista do dispositivo material, das estruturas formais que compõem um hipertexto, e não no descompasso significativo

dos discursos. Já a descontinuidade, presente nos limites do discurso, é uma forma de montagem pela qual não se estabelece uma coerência.

Palácios (1999, p. 4), em relação à mesma temática, diz

[...] que cada leitor, ao estabelecer sua leitura, estabelece também uma determinada 'linearidade' específica, provisória, provavelmente única. Uma segunda ou terceira leituras do mesmo texto podem levar a 'linearidades' totalmente diversas, a depender dos links que sejam seguidos e das opções de leitura que sejam escolhidas, em momentos em que a história se bifurca ou oferece múltiplas possibilidades de continuidade.

Nesse sentido, o hipertexto, tal como o entendemos, sempre será não-linear e, raramente, descontínuo.

Outro elemento que pode ser usado como característico do hipertexto diz respeito à imaterialidade, própria do universo *on-line*.

No novo mundo (o digital), torna-se possível transportar, manusear, mudar virtualmente os caminhos textuais construídos. O conteúdo visível na tela faz-se e desfaz-se num apertar de botão. A sensação de copiar, cortar, levar de um lugar para outro sem que para isso tenhamos que nos dispor de um contato estabelecido entre nossas mãos e um pedaço de celulose faz da relação leitor-texto algo, no mínimo, diferente. Talvez seja exatamente por isso que tantos relutam em aceitar a leitura na tela do computador, alegando múltiplas justificativas (dor de cabeça, preferência pelo cheiro, textura dos impressos).

Não é nosso objetivo expor as vantagens do impresso ou do digital e aumentar as discussões acerca de ambos, mas essa resistência à tela parece muito mais algo cristalizado pela força do hábito do que propriamente das desvantagens em se ler na frente de um computador.

Vale lembrar que, observando-se todas as transformações anteriormente ocorridas, verificamos que a invenção e utilização de um novo suporte não excluiu, pelo menos não de imediato, o aproveitamento do outro. A existência concomitante por séculos do papiro e do pergaminho, assim como do pergaminho e do livro impresso ilustram muito bem essa ocorrência. Além disso, contrariando as projeções de analistas de que o computador acabaria de uma vez com o papel, verificamos que o aumento dos textos impressos tem sido considerável nessa era da digitalização.

Como se percebe, a questão da imaterialidade está diretamente ligada ao suporte pelo qual o hipertexto se concretiza, isto é, a tela do computador.

Sabe-se que, ao longo da história, a evolução dos suportes pelos quais a escrita se concretizou revelaram intrínseca relação com tal processo e com seus modos de leitura. Basta lembramos que, com a invenção da prensa gutenberguiana e a conseqüente disseminação do livro impresso, permitiu-se que o gesto de ler se tornasse tão essencial à inteligência humana quanto o de ouvir.

Nesse sentido, a tela do computador, lugar de abrigo do hipertexto, também desempenha sua função e realiza suas transformações, já que, é preciso salientar, os textos não existem fora de seus suportes materiais. Além disso, cada suporte, seja ele qual for, participa ativamente da construção do significado do(s) texto(s) que transporta. Um “mesmo” texto apresentado de forma impressa não é o “mesmo” caso seja transposto para as telas do cinema. É por isso que, de forma muito acertada, costuma-se chamar esse tipo de processo de adaptação. Isso, então, ocorre também entre textos impressos e *on-line* (casos das revistas *Veja impressa* e *on-line*).

Em primeiro lugar, é preciso considerar que a tela não é uma página, mas sim um espaço de três dimensões, que possui profundidade e que nele os textos brotam sucessivamente do fundo da tela para alcançar a superfície iluminada. Por conseguinte, no espaço digital, é o próprio texto, e não seu suporte, que está dobrado. A leitura do texto eletrônico está concebida nesse caso como desdobramento do texto eletrônico, ou melhor, uma textualidade suave, móvel e infinita. (CHARTIER, 2002, p. 31)

Chartier (2002, p. 22, 23) diz ainda que, agora, todos os textos, sejam eles de qualquer gênero, podem ser lidos em um mesmo suporte (tela) e da maneira desejada pelo leitor. Segundo o autor, isso dificulta a distinção dos discursos, antes possível de ser feita pela materialidade dos mesmos, ou seja, sabia-se que se estava lendo um jornal pelo simples material e formato empregados para confeccioná-lo, ao passo que no formato hipertextual a página inicial de um jornal *on-line* pode, muito bem, ser confundida com a página inicial de um portal da internet.

Assim, a tela do computador torna-se o lugar *par excellence* do hipertexto e, digamos mais, esse é o único modo pelo qual o hipertexto pode concretizar-se, porque uma vez impresso, deixa de ser “hiper” e passa a ser somente “texto”.

Desta forma, não há como ficar alheio ao modo digital de transportar, armazenar e veicular enunciados. O meio impresso jamais será o mesmo após a aparição do *on-line*, da mesma maneira como a televisão provocou mudanças significativas no rádio. “Os meios se inter-relacionam e quando um novo meio surge altera o outro.”(McLUHAN, 1964, p. 72).

2. UM NOVO LEITOR, OU MELHOR, O CIBERLEITOR

Na pesquisa desenvolvida, analisamos 12 edições de *Veja* impressa – do dia 25 de julho a 13 de outubro de 2004 – comparativamente ao conteúdo *on-line* correspondente às mesmas datas, a fim de verificar, a partir dos enunciados, as semelhanças e diferenças dos leitores de ambos veículos.

Ao se analisar os discursos proferidos por *Veja* e as particularidades textuais de cada meio – impresso e *on-line* –, acreditamos encontrar a resposta para a caracterização do(s) leitor(es) das duas revistas em análise.

A manifestação, de forma textual, de características peculiares a cada veículo mostra-nos o tipo de leitor correspondente a cada um.

Em nossas observações, encontramos três formas textuais quando comparamos a revista impressa à sua correspondente *on-line*. Os textos nesses dois veículos podem ser classificados, então, como: 1) textos que se repetem tanto no meio impresso quanto no *on-line*; 2) textos do *site* que ganham abordagens diferenciadas na revista impressa e 3) textos particulares do universo digital que, de certa maneira, complementam aqueles existentes no semanário.

Considerando a primeira forma textual (textos iguais tanto no impresso quanto no *on-line*), temos a publicação semanal de *Veja*, que deixou de ser exclusividade do papel para ganhar reprodução, na íntegra, em tela.

O *site* de *Veja* traz, semanalmente, e deixa que isso perdure até a próxima semana, todo o conteúdo produzido e editado pela revista impressa. Dessa forma, não há um único texto veiculado em papel por *Veja* que não possa ser acessado digitalmente por aqueles que são assinantes do semanário.

No entanto, apesar da semelhança de conteúdo, não podemos dizer que nesse movimento de um veículo a outro uma mesma leitura se processa, pois, segundo Chartier (1999), mesmo que uma única linha do texto não tenha sido mudada, eles não serão iguais, haja vista a distinção dos meios em que se processa a comunicação. Para ele, “a obra não é jamais a mesma quando inscrita em formas distintas, ela carrega, a cada vez, um outro significado” (1999, p. 71).

Efetivamente, mesmo que seja exatamente a mesma matéria editorial a fornecida eletronicamente, a organização e a estrutura da recepção são diferentes, na medida em que a paginação do objeto impresso é diversa da

organização permitida pela consulta dos bancos de dados informáticos. [...] Um romance de Balzac pode ser diferente, sem que uma linha do texto tenha mudado, caso ele seja publicado em um folhetim, em um livro para os gabinetes de leitura, ou junto com outros romances, incluído em um volume de obras completas. (Chartier, 1999, p.138)

Um exemplo pode ser dado tomando-se como modelo as já conhecidas “Páginas Amarelas” de *Veja*. No *site*, elas também aparecem, porém não são amarelas e, na verdade, nem chegam a ter mais do que uma página, pois podem ser seguidas de forma vertical pelo leitor. Esse exemplo simples deixa visível a mutabilidade de cada seção da revista impressa quando transposta em outro meio – no caso, o *on-line*.



Figura 1: Conteúdo impresso da revista *Veja* de 15 de setembro de 2004, disponível no *site* de *Veja*. No universo *on-line*, as “Páginas Amarelas” apresentam visual distinto à edição em papel.

Ao tomar contato com a revista impressa, o leitor acostumado com suas características sabe, muito bem, onde encontrar tudo o que deseja. Muitos até seguem a mesma ordem de leitura, semanalmente. Primeiro isso, depois isso, depois aquilo.

Em *Veja on-line* essa possível seqüência de leitura, criada de acordo com os hábitos e preferências de cada leitor, também pode existir, mas é muito mais passível de se romper. Ao entrar no *site* e “dar de cara” simultaneamente com mini-textos que resumem um pouquinho de cada tema, o leitor pode ter sua curiosidade aguçada por um assunto que não esperava visitar. É claro que na revista impressa isso também acontece, porém está menos potencializado do que no *site*, já que a disposição das seções nunca mudam quando abrimos o semanário, permitindo que o leitor crie um perfil previamente traçado para sua leitura. No *site*, por sua vez, a imensidão de links dispostos num mesmo local faz com que as intenções de leitura sofram alterações freqüentes, dada a vastidão de caminhos que o leitor pode construir.

Com relação ao segundo tipo textual (textos do *site* que ganham abordagens diferenciadas na revista impressa), a seção *on-line* de *Veja* chamada “Notícias Diárias” (atualizada constantemente e, portanto, portadora de enunciados de caráter mais informativo) costuma ganhar abordagens mais opinativas e diferenciadas na revista impressa.

Nesse caso, pode-se observar claramente a influência do tempo e espaço na diferença de abordagens. Em nosso *corpus*, encontramos vários exemplos desse tipo. Um deles refere-se a uma tragédia ocorrida num supermercado paraguaio. Um incêndio havia matado muitas pessoas e esse número foi ainda maior, pois o responsável pelo supermercado mandou que fechassem as portas para que os clientes não saíssem sem pagar. O fato foi noticiado em *Veja on-line* apenas algumas horas depois de acontecido e na revista impressa, uma semana após. Tal diferença temporal fez com que o semanário abordasse o acontecimento pela perspectiva de uma tragédia ocorrida num país pobre, fazendo para isso uma comparação entre tragédias semelhantes vividas por países ricos.

Segundo a própria revista os resultados em ambos os casos não são semelhantes, pois os países subdesenvolvidos estão sempre menos preparados para fatos como esse. Assim, podemos dizer, que a diferença espacial, mas principalmente a temporal obrigou *Veja* a adotar abordagens diferenciadas para cada caso. Em *Veja on-line*, o fato foi simplesmente relatado, ao passo que na revista impressa muito já havia sido dito, escrito sobre o acontecimento e *Veja* não podia ignorar isso. Uma perspectiva mais crítica e opinativa era, portanto, necessária.

Desse exemplo, podemos concluir que as “Notícias Diárias” do *site* pressupõem um leitor ávido pela notícia instantânea, por fatos informativos, apenas comentando os acontecimentos sem a necessidade de focar em fatos aprofundados.

Ao comentar o mesmo assunto na revista impressa, *Veja* centraliza-se num leitor interessado no desdobramento dos fatos, um leitor que procura algo além dos fatos comentados durante toda a semana pelas outras mídias.

Essa característica evidencia um importante elemento identificado na construção dos enunciados: aquele para quem o texto é endereçado. Isso também determina a estrutura de cada texto, pois, como disse Bakhtin (1976, p. 11), “[...] o enunciado reflete a interação social do falante, do ouvinte e do herói como o produto e a fixação, no material verbal, de um ato de comunicação viva entre eles”. Segundo Bakhtin, enquanto o autor elabora seu enunciado, tende a presumir a resposta do leitor e essa resposta presumida influencia de forma fundamental a estrutura do texto desse autor.

Finalmente, no que se refere às matérias que aparecem na revista impressa e, por sua vez, ganham conteúdo extra na correspondente *on-line* (terceiro tipo), podemos dizer que elas constituem a maior parte dos textos observados.

Das doze revistas em análise, todas apresentam “chamadas” ao final das matérias para o conteúdo *on-line*.

Isso é motivado, especialmente, pela flexibilidade do universo *on-line* em abarcar inúmeros recursos multimídia, retomando as matérias exploradas em *Veja* impressa passíveis de ganharem complementos multimídia.

Assim, o leitor digital pode conferir trechos de músicas apresentadas nas seções culturais, ver pinturas feitas por artistas famosos, conferir últimos trechos de lançamentos em filmes, DVDs musicais, etc.

Observando-se o exemplo a seguir, pode-se visualizar justamente essa característica, ou seja, há uma clara inter-relação de *Veja* impressa para com seu correspondente *on-line*.

Na ocasião, o semanário expõe a possibilidade em partir de seu texto rumo ao hipertexto no *site*, onde o leitor virtual poderia visualizar todo processo de fabricação dos remédios homeopáticos, algo impossível com a limitação impressa.

4. LÉVY, P. *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. São Paulo: Editora 34, 1998.
5. MANTA, A. *Guia do jornalismo na Internet*. Disponível em: <<http://www.andremanta.com.br>>. Acesso em: 18 fev. 2004.
6. McLUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1964.
7. MIELNICZUK, L. *Interatividade como dispositivo do jornalismo online*. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuck_interatividadedispositivo.pdf>. Acesso em 17 out. 2004.
8. MORAES, M. *Produtos interativos para consumidores multimídia*. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/pretextos/maira.html>>. Acesso em: 17 out. 2004.
9. PALÁCIOS, M. S. Hipertexto, fechamento e o uso do conceito de não-linearidade discursiva. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/palacios.html>>. Acesso em: 2 jun 2004.
10. STAM, R. *Bakhtin: da teoria literária à cultura de massa*. Tradução de Heloísa Jahn. São Paulo: Ática, 1992.
11. VELA, N. S. G. *O jornalismo on-line brasileiro: uma linguagem em construção (estudo morfológico comparado dos projetos gráficos dos jornais on-line O Estado de S. Paulo, O Globo Online e Zero Hora)*. São Paulo, 2003. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. (327 p.).
12. XAVIER, A. C. dos S. *O hipertexto na sociedade da informação: a constituição do modo de enunciação digital*. Tese (Doutorado), Universidade Estadual de Campinas, IEL, 2002.