

Notas sobre o conceito de “transposição” e suas implicações para os estudos da leitura de jornais *on-line*

Ana Elisa Ribeiro

RESUMO

Este trabalho discute o conceito de “transposição”, recorrente na literatura sobre mediações jornalísticas, especialmente as mais recentes, constituídas por tecnologias digitais. Com base em revisão bibliográfica, verifica-se a relativa abundância de trabalhos sobre modos de produção jornalística e a escassez de estudos que, efetivamente, investiguem o leitor e a leitura. Conclui-se que o conceito de transposição parece ser pouco adequado em relação às experiências do leitor na lida com suportes e textos, novos ou tradicionais.

PALAVRAS-CHAVE: Transposição. Jornalismo digital. Leitura.

1 Leitura e jornais

Ao contrário do que sugerem certos discursos, os produtores de suportes e textos não estão muito adiante de leitores (ou ao revés). Eles são interdependentes, “reguladores” entre si, “evoluindo” em uma medida que não chega a estagnar nenhum dos dois, confluindo ambos no elemento que realmente interessa: a interação. É justamente nessa interação que o leitor aprende. Na experiência com o objeto que lê, o leitor se reconfigura, assim como o objeto. O dinamismo dessa relação é quase sempre esquecido, tratando-se o leitor como se ele pudesse entrar no mesmo rio duas vezes.

Do ponto de vista da aprendizagem da operação com suportes, não há pré-requisitos. Não é necessário ler em papel primeiro para, então, ler na tela. Há uma velocidade equilibrada em que uns aprendem a produzir e outros, a ler.

Há inúmeras pesquisas sobre como fazer jornalismo para a web. Há outras descrevendo como, de fato, esse jornalismo vem sendo feito, de um modo “intuitivo e artesanal”, como afirma Ribas (2004). De outro lado, há investigações sobre como o leitor vem aprendendo a lidar com jornais digitais.

O jornal nasce de práticas do impresso mais antigas, nomeadamente o livro, a mãe de todas elas. É natural, portanto, que tenha tido, de início, a aparência de um códice e a narrativa verbosa que lhe caía bem. Era a única que o produtor sabia fazer, embora tudo estivesse se ajustando. Era a narrativa que o leitor podia ler, também ele em permanente acomodação. Zamith (1999) não duvidava: “Os leitores/consumidores de jornais estão progressivamente a mudar os seus hábitos”. E sempre estiveram. Não há razões para se pensar (e menos ainda para afirmar) que esse ajustamento só tenha ocorrido ao leitor de umas décadas para cá.

Pina (2005), estudando a leitura no Brasil do século XIX, lembra que

[...] era fácil ler um jornal: suas folhas se dobravam, era pouco volumoso, podia ser guardado até nas algibeiras. Podia ser lido na esquina, compartilhado por muitas pessoas. O jornal incluía, assim, os trânsitos cotidianos oitocentistas em suas possibilidades de apropriação, as quais já estavam previstas e configuradas em sua materialidade, em sua forma. (PINA, 2005, p. 4)

Destaque-se: as “possibilidades de apropriação” do jornal já estavam “previstas e configuradas em sua materialidade”. Que objetos escapam a isso? Vez ou outra o usuário surpreende o inventor, fazendo com o objeto o que ninguém imaginara no projeto. No entanto, os próprios objetos costumam sugerir seus usos e suas possibilidades.

O jornal jamais foi dado a uma leitura linear, fosse ele parecido com o livro ou não. Pina (2005) descreve que era possível

[...] dividir o espaço do papel impresso entre o texto literário ou não e anúncios de Semolina, espartilhos, máquinas de costura; usar o texto como moldura para uma ilustração central; conversar familiarmente com os leitores; publicar as seções sempre na mesma página e em dias predeterminados; usar linhas separadoras de colunas e condutoras do olhar do leitor; trabalhar com tipos maiores para facilitar a leitura... Todas essas estratégias, muitas delas simbolizando uma incorporação de práticas culturais auditivas ao espaço da escrita, funcionaram para persuadir, seduzir, envolver o receptor oitocentista brasileiro. (PINA, 2005, p. 12)

¹ Arnt (2002, p. 232) concorda: “o jornal impresso conserva a sua formatação original em ‘mosaico’, abrigando a pluralidade de assuntos, temas, enfoques que refletem os diversos segmentos em que se fragmenta a sociedade”.

No século XIX ou no XXI, a justaposição de ofertas¹ e a tentativa de envolver o leitor não parecem dirigidas a um tolo boquiaberto. Era (e é) preciso se esforçar na produção editorial porque o leitor é difícil: desvia, folheia, critica, desiste, pondera, não entende, julga, se frustra, adere, zapeia ou clica. Não fosse isso e estaria tudo como antes. Se os objetos nos vão fazendo propostas (a nós, leitores), vamos aprendendo a reagir com outras propostas. Na mão inversa está o jornal, aprendendo com o leitor a se configurarem, porque nenhum dos dois “fala” sozinho.

Chartier (2001) afirma: “Seja lá o que for, ler é uma prática criativa que inventa significados e conteúdos singulares, não redutíveis às intenções dos autores dos textos ou dos produtores dos livros. Ler é uma resposta, um trabalho [...]”. Se fosse especialista em novas tecnologias, Chartier listaria aí os produtores de webjornais, entre outras novas possibilidades. Ou alguém pensa que o que se disse dos livros não se aplica, por algum motivo, ao restante das opções de leitura?

No mesmo texto, Chartier (2001, p. 214) faz uma pergunta inquietante: “Como poderemos considerar, ao mesmo tempo, a irreduzível liberdade dos leitores e as coerções que têm por objetivo reprimir essa liberdade?”. O trecho faz recuar um pouco nosso excessivo encantamento pelas tecnologias digitais. O texto abstraído de seu espaço de inscrição e circulação é apenas hipótese: “é fundamental lembrar que nenhum texto existe fora do suporte que lhe confere legibilidade; qualquer compreensão de um texto, não importa de que tipo, depende das formas com as quais ele chega até seu leitor”. As configurações influem na leitura, mas as práticas do leitor influem nas configurações. Não estão uns à frente dos outros, como se competissem.

Para Chartier (2001), existem “aparatos” que ajudam um texto a se propor ao leitor: aqueles ligados às estratégias de escrita do texto e aqueles estabelecidos pela “manufatura do livro ou da publicação, produzidos por decisão editorial ou através de processos industriais”, ou seja, a produção de uma publicação carrega mais do que texto e mais do que técnica. Ainda no tempo das primeiras edições de livros de bolso, Chartier recupera uma história hoje familiar: “Os leitores dessas edições populares [...] liam de um jeito aparentemente descontínuo e fragmentário, que se acomodava às lacunas e incoerências” (CHARTIER, 2001,

p.225). Por onde andavam os textos lineares, que os leitores seguiam disciplinadamente? O leitor tem não apenas um “modo de usar”, como também “pré-entendimentos”, conforme perceba qualquer afiliação daquele objeto com outro, daquele texto com um anterior. À maneira da “intertextualidade”, é importante pensar em uma espécie de citação intratecnológica (um tipo de “intermaterialidade”)² que o leitor percebe assim que toca o dispositivo que lê. Chartier explica: “Do *in-folio* aos formatos menores, existe uma hierarquia que estabelece uma ligação entre o formato do livro, o gênero do texto e o momento e o modo de ler”³. Não se lê de qualquer jeito em todo lugar, nem do mesmo jeito em qualquer lugar, há uma “convenção de leitura” que o leitor “aciona” assim que começa a interação. Há, de lado a lado, uma influência, embora, no caso dos objetos impressos e dos digitais (também), assíncrona (diferida, como preferem alguns). Um jornal digital não se produz no momento em que o leitor o acessa. Ele é preparado para um leitor que aciona previsões e expectativas. Chartier (2001, p. 235), citando Hoggart, conclui pela “[...] autonomia criativa do leitor diante dos mecanismos que tentam controlá-lo”⁴.

Um dos problemas que emergiram após a invenção do computador é como fazer jornalismo para a web. Geralmente, a questão está concentrada no “como”. Essa preocupação gera uma série de trabalhos descritivos ou premonitórios. Canavilhas (2003)⁵ afirmava ser:

[...] um completo desperdício tentar reduzir o novo meio a um simples canal de distribuição dos conteúdos já existentes. Olhar para o actual jornalismo online é algo semelhante a imaginar a transmissão de um telejornal onde alguém lê simplesmente um jornal frente a uma câmara.

Segundo o pesquisador português, “cada meio tem as suas próprias narrativa e linguagem”, informação que não choca leitor algum, desde que ele desautomatize (ou desnaturalize) o que já faz quando lê. “[...] A internet, por força de poder utilizar texto, som e imagem em movimento, terá também uma linguagem própria, baseada nas potencialidades do hipertexto e construída em torno de alguns dos conteúdos produzidos pelos meios existentes.” No entanto, a despeito de ser isso mesmo o que ocorre (desde a transição do manuscrito para o impresso, para não dizer antes), não se pode passar ao exagero (CANAVILHAS, 2003)⁶.

Para Canavilhas, o “trunfo” do webjornalismo é a possibilidade de interação síncrona (ou cada vez menos diferida) entre produtor e leitor (e digo: se o leitor quiser). O autor exemplifica com a demora do jornalista para reagir a uma carta do leitor de jornais impressos comparada à possibilidade de resposta imediata da interação via web, a questão é: O leitor que lê, pensa, discorda

■
² Um análogo da intertextualidade, algo assim como uma citação, na gramática dos objetos e de seus usos. Entre os dispositivos, pode haver plágio, paródia, paráfrase?

■
³ Chartier transcreve um depoimento de Lorde Chesterfield (século XVIII): “Os sólidos *in-folios* são os homens de negócios com os quais converso de manhã. Os *in-quartos* são as pessoas mais afáveis e variadas com as quais me sento depois do jantar, e passo minhas noites em bate-papos amenos e geralmente frívolos com os pequenos *in-octavos* e *in-dozes*”.

■
⁴ Silva Júnior (2001) define a forma de organização do jornal em editoriais como uma dessas tentativas. Esse “arranjo clássico”, segundo o autor, “[...] visa, de maneira bastante eficiente, a orientar o modelo de exploração do leitor segundo uma ordem de problemas relativos ao ambiente urbano e mundial em que está imerso”.

■
⁵ Documento eletrônico.

■
⁶ Documento eletrônico.

■
7 Documento eletrônico.

(ou concorda), julga, escreve e vai aos Correios está, por acaso, **limitado**? Uma parte de toda essa ação é a mesma (ler, pensar, discordar ou concordar, julgar e escrever), outra parte é diferença técnica. O jornalista, em todo lugar, pode “encerrar a discussão” com qualquer frase malcriada. Isso não parece apanágio da web. O leitor pode enviar um e-mail, claro, mas daí a garantir que a mensagem seja respondida e que se inicie um diálogo, de fato, são “outros quinhentos”. Canavilhas (2003) não está, no entanto, em desacordo com algo importante: “a integração de elementos multimédia na notícia obriga a uma leitura não-linear. Se em termos físicos isto é verdade, já não o é em termos mentais.” (CANAVILHAS, 2003)⁷ Porque se lêssemos linearmente, qualquer palavra desconhecida nos paralisaria para sempre.

Canavilhas (2006) estava também preocupado com o “usuário”, já que são outras “as competências que o leitor deverá ter para conseguir decodificar conteúdos multimédia”. Segundo o autor, “a introdução de uma nova linguagem implica o domínio de novas competências narrativas, lingüísticas, iconográficas e estéticas o que, provavelmente, vai levar algum tempo” (p. 4). E esse tempo será suficiente para o desenvolvimento de ambos os lados. Caso contrário, estacionaremos em algum ponto onde a interação estará no vácuo.

As competências citadas pelo pesquisador são operacionais: “[...] detectou-se que o facto das palavras linkadas não aparecerem sublinhadas, por exemplo, faz com que os utilizadores não sigam esses mesmos links” ou “a transformação do cursor do rato numa mão ainda não é associado a uma zona interactiva.” (p. 4) Pois o que era esperado? Se os *links*, até bem pouco tempo, estiveram sempre sublinhados e o leitor os aprendeu assim, é isso o que ele espera. No entanto, não quer dizer que não possa se reajustar. Essas aprendizagens são gradativas e aprendidas na interação.

Franciscato (2004) refere-se a um jornalismo que se transforma de maneira “gradativa e diferenciada”, operando essas mudanças em quatro pontos: a natureza e a forma do conteúdo jornalístico; as rotinas da atividade; o ambiente e a estrutura das redações; e a redefinição das relações entre organizações noticiosas, jornalistas, públicos e fontes de informação. A mudança é balística, mas guarda em si o passado. Silva Júnior (2001) fala do “corriqueiro” fato de que “veículos on-line dividem o espaço virtual segundo uma lógica baseada em editoriais, cadernos, matérias especiais, etc.”. Esse é o “modelo em metáfora” a que os pesquisadores se referem, quando a tecnologia muda (“dos átomos em bits”), mas se mantém “boa parte da sua função simbólica agregada à nova interface”. Em outras palavras, muito bem cosidas, trata-se da “coexistência de uma possibilidade com um limite”, não apenas do ponto de vista de quem faz, mas

também do de quem lê.

Este substituirá aquele, acusam os dedos daqueles que preferem uma solução fácil. Daltoé (2003) define essa atitude como “uma resposta cultural típica de momentos históricos em que uma nova tecnologia começa a competir com as anteriores”⁸. A despeito dessas desconfianças, o problema aqui é: existe transposição? Daltoé, citando Birkerts, afirma que não, já que as experiências de ler impresso e ler na web são diferenciadas. Certamente que sim, mas não se excluem (BIRKERTS *apud* DALTOÉ, 2003).

Dalmonete (2007), também do ponto de vista da produção, lembra o esforço dos jornalistas em manterem o vínculo entre passado e presente, citando a aparência do *Wall Street Journal* na web. Essa ligação é fundamental para que se dê coerência às experiências do agora. É preciso conquistar o leitor, inclusive atraindo-o com promessas do tipo “não faremos nada que você não queira”, embora isso nem sempre seja verdadeiro.

2 Os Sentidos comuns

Em bioquímica, a **transposição** é “[...] o deslocamento do material genético de uma posição no genoma para outra”⁹. Em patologia, é o “deslocamento de um órgão para o lado oposto ao normal”. Em cirurgia, é uma “operação em que se transfere um retalho de um local para outro sem que se interrompa, totalmente, sua conexão com a sua origem, até que ele esteja firmemente implantado no novo local”. Se eu soubesse o que é uma “permutação cíclica de grau dois”, diria que esse é o sentido da *transposição* para a álgebra.

O verbo transitivo **transpor** pode ser empregado com os sentidos de “inverter a ordem”, “passar além”, entre outros relativos ao deslocamento de algo de um lugar para outro, onde este algo não deveria estar. No *Houaiss*, transposição (alg. mod.) é uma “[...] permutação que troca somente as posições de dois elementos”. Na música, nas artes gráficas e na linguística, a palavra também tem aplicação, respectivamente: “reapresentação de um mesmo fragmento de uma composição em outro diapasão”; “erro tipográfico em que letras, palavras ou frases, se encontram incorretamente colocadas”; e “processo gramatical que consiste em mudar a categoria de um elemento lingüístico, atribuindo-lhe função diversa da sua função básica” (HOUAISS, 2001)¹⁰.

De toda forma, estamos diante da problemática de tirar algo de seu lugar “normal” e implantar em outro, em geral, gerando um incômodo de alguma natureza. Na relação com novas formas de fazer jornalismo, a aproximação com o sentido de **transposição** na cirurgia vem a calhar. No entanto, a origem da palavra parece ter sido nas artes gráficas, segundo o *Houaiss*, *circa* 1210,

⁸ A autora faz, nesta passagem, uma operação complexa: cita Umberto Eco lembrando Platão (no *Fedro*), na narrativa de quando Hermes conta ao faraó Tamus sobre a invenção da escrita. O faraó desconfia da invenção e levanta a hipótese de que, por conta disso, a memória humana ficaria prejudicada. A frase, em latim, é *ceci tuera cetera* (este substituirá aquele).

⁹ Todas as acepções colhidas de Ferreira (2004).

¹⁰ Documento eletrônico.

via língua francesa.

A **transposição** tem me seduzido nos estudos do jornalismo na web pelo menos desde 2003, quando li os primeiros debates sobre novos modos de fazer jornalismo. Mielniczuk (2001; 2003; 2004), Silva Jr. (2001a, 2001b); Palácios (2002), Barbosa (2001a), Suzana Barbosa (2001b), Canavilhas (2003; 2006), Arnt (2002), Daltoé (2003), Pereira (2003), Ribas (2004), Franciscato (2004), Schwingel (2005), Moherdau (2005) e Dalmonte (2007) têm se dedicado à apresentação de “fases”, “etapas” ou “gerações” do jornalismo na web.

Pode-se contar, desde as primeiras publicações sobre o tema, uma década de trabalhos e um grupo hegemônico, cuja origem fica bem-expressa na repetição que os pesquisadores fazem de suas leituras. As proposições desses autores tiveram um momento de categorizações e esforços descritivos. Do início dos anos 2000 para cá, não houve muito avanço em nomenclaturas e descrições. O lugar de onde falam os sujeitos que estudam essas questões é a Comunicação Social. Prevalece um incômodo com as mudanças sofridas pela atuação do profissional (MOHERDAUI, 2005), com as alterações de *status* do jornalista (PEREIRA, 2003) ou com a compreensão do que seja o novo modo de fazer jornal (Mielniczuk e vários que a retomam em seus textos). Tenho dedicado (e outros pesquisadores) esforço para a compreensão de outro ângulo do mesmo problema: a relação do leitor com jornais em novos ambientes.

Por conta de minha formação em Lingüística, não posso evitar o viés de quem está sempre à procura do processamento leitor. Do ponto de vista político-ideológico, não se pode afirmar, com ingenuidade, que os norte-americanos do século XX tenham praticamente reinventado o leitor e o turbinado com máquinas que escavam “novos” horizontes interativos.

Os estudos da leitura, de longa tradição, assim como a Psicolingüística, fértil em modelos de processamento mental, podem oferecer boas novas maneiras de pensar sobre este objeto. Não se pode, no entanto, reclamar de falta de diálogo. Natansohn (2007) mostra que as poucas pesquisas que há preocupadas em desvendar o que faz o leitor com as novas ofertas de leitura são multidisciplinares, e, ainda bem, elenca investigadores de diversas extrações. No caso dos estudos a que venho me dedicando, a intenção é compreender o leitor, mais do que apenas contabilizá-lo.

Nos estudos de comunicação citados, muito embora se aponte para um horizonte do leitor, quase todas as investigações estão centradas na produção jornalística, às vezes na produção técnica e nas mudanças que ela sofreu após a chegada dos computadores às redações ou depois da consciência das possibilidades do ambiente digital. Moherdau (2005), por exemplo, assim intitula

na sua dissertação: *O usuário de notícias no jornalismo digital: um estudo sobre a função do sujeito*, o que nos anima a pensar que se vai ler um tratado sobre o que quer ou como age o “usuário”. A autora, citando uma ampla gama de trabalhos, faz uma lista dos novos nomes do leitor, rebatizado por conta do contato com as novas máquinas: usuário, leitor ativo, usuário-navegante-visitante-leitor, leitor *scanner*, leitor móvel, consumidor de mídia, interator, leitor imersivo, entre outros. Mais adiante, Moherdauí afirma: “Nosso objeto de estudo é o usuário que lê notícias na *internet*”, mas esclarece que esse é um “público” e que vai investigar o “comportamento” e as “ações dos internautas”. Daí em diante, traz números, estatísticas, dados importantes para a compreensão de como age uma massa de usuários, mas não ilumina o sujeito leitor, muito menos a leitura como processo.

No rol dos que apontam o leitor como peça-chave dos estudos em Comunicação está Mielniczuk (2001)¹¹, quando declara que seus questionamentos “[...] podem também ser reagrupados de acordo com os seguintes parâmetros: a esfera da produção, do produto e da recepção”, muito embora esta última limite-se a uma menção. As mediações têm sido, na maior parte das pesquisas, mais deslindadas do que as pessoas. No mesmo trabalho, a autora explicita: “O presente texto refere-se aos produtos jornalísticos que são desenvolvidos única e exclusivamente para a Web [...]”, fechando seu escopo (como se recomenda na pesquisa científica) na produção. Palácios e outros (2002) também se centram nos jornais ao relatar resultados de pesquisa com jornais web que têm suas versões impressas. Barbosa (2001a, p. 1, grifos meus) aborda a interatividade oferecida pelo jornal e anuncia a inauguração de algumas possibilidades: “*Actualmente uma das grandes vantagens do jornalismo online (ou pelo menos assim é apresentada)* é a possibilidade de existir interactividade entre quem escreve e quem lê as notícias.” Mais adiante, ela relativiza: “O novo meio veio potenciar o contacto entre os jornais e jornalistas e os seus públicos”. E então esclarece o foco na produção:

O objectivo do presente trabalho é analisar como é estabelecida a interactividade entre os jornalistas e os seus leitores, e como alguns jornais impressos, que possuem versões online, procuram explorar essa interactividade. Não será objecto deste estudo saber os motivos e satisfações de cada um dos lados [...]. (BARBOSA, 2001^a, p. 1)¹²

Sempre rondando o tema da interatividade, Barbosa (2001a, p. 2) trata das alterações por que passam os jornais: a possibilidade de usar a web como fonte de pesquisas e a de escrever não-linearmente. Neste caso, ela parece se referir à arquitetura de texto possível na rede. Além dessas novidades, a autora elenca a hipermídia (juntar texto, som, imagem e movimento no mesmo suporte) como mais um modo de “alterar a forma como o jorna-

■
¹¹ Documento eletrônico.

■
¹² Documento eletrônico.

lismo é produzido quando se fala em publicações online”. Como consequência, “os jornalistas terão que aprender a utilizar novas ferramentas para poderem construir as notícias”.

■
¹³ Documento eletrônico.

Quanto ao leitor, Barbosa (2001a, p. 4)¹³ afirma a necessidade de “[...] distinguir entre a reação do público a determinadas notícias e a interactividade, onde se pressupõe que haja um contacto mais alargado entre o jornalista e os seus leitores e entre o público e os profissionais da comunicação social”, fazendo, então, uma diferenciação sutil e pouco reverberada nos trabalhos sobre o assunto. A autora exemplifica: “a simples divulgação dos endereços de correio electrónico dos jornalistas pode não conduzir à interactividade, porque esta depende do estabelecimento de um contacto entre os dois lados”, ao que parece, então, enquanto o objeto de estudo de grande parte dos trabalhos é a “reação do público”, os pesquisadores da “recepção” têm se preocupado com a efetiva interatividade (a comunicação, enfim), postando-se sobre os ombros do leitor.

■
¹⁴ Documento eletrônico.

Outro refinamento das pesquisas sobre jornalismo pode ser depreendido de mais um trecho de Barbosa (2001a, p. 3)¹⁴, quando a autora menciona a existência (dada pelos jornais) de ferramentas que estimulam a interatividade entre leitor e jornalista ou entre leitor e leitor. São exemplos os fóruns e os *chats*, “[...] onde se pretende que os utilizadores divulguem a opinião que têm sobre diferentes assuntos” e as pesquisas de opinião, “[...] para auscultarem o que os seus leitores pensam sobre diversos temas”. Mais uma vez, é preciso explicitar a diferença entre as investigações desse cariz e aquelas de extração psicolinguística: nestas, quer-se estar diante do processo de leitura, não diante de sua opinião. Ou ainda: quer-se saber o que e como ele faz com o que lê (entendendo-se ler como algo mais amplo do que decodificar letras), não o que ele acha de assuntos da atualidade.

Mielniczuk (2004) admite a importância de manter os olhos no leitor quando aborda as mudanças por que passa o webjornalismo, no entanto, seu discurso enfatiza a necessidade de “rupturas” na produção, na tentativa de “firmar” uma nova modalidade de jornalismo que seja uma “opção singular e com atrativos diferenciados”. Os pressupostos quanto ao jornalismo impresso estão todos aí.

Silva Júnior (2001) lembra do leitor ao mencionar a interface, que, segundo ele, é uma “superfície ou território de contato ou troca entre os conteúdos dados pelo sistema e o usuário”, ou seja, o pesquisador enfatiza os conteúdos e o sistema, deixando o usuário à espera (dos linguistas, quem sabe?).

Natansohn (2007), que está atenta à pesquisa em leitura, dá exemplos de Nielsen ou do Instituto Poynter, que têm sido pródigos em abordagens que se transformam em paradigmas de

comportamento para um leitor ideal, e diretrizes estandardizantes para programadores. Sobre as pesquisas do Poynter, Natansohn (2007, p. 5) alerta: “[...] seus dados não podem ser generalizados para o resto da população e, ainda, não leva em conta mais do que o olhar do usuário (literalmente falando), supondo que olhar é sinônimo de ler”. A mesma autora afirma haver um “vazio” nas pesquisas sobre outros aspectos da recepção (entendida como mais do que apenas “a visão e a percepção”, mas “inferência, julgamento, memória, reconhecimento, conhecimento, experiência, prática”), especialmente quando a abordagem deveria ser a dos processos de construção de sentido:

Parece haver um interesse empírico e instrumental, imediato, em saber o que faz o leitor da web, abrindo-se uma região de sombras sobre os processos de percepção, reconhecimento, interpretação, em relação a processos mais globais, social, político e culturalmente significativos. Ainda, parece que o conteúdo foi deixado de lado porque a preocupação com a representação foi esquecida, substituída pelas novidades que nos colocam as formas da nova comunicação. (NATANSOHN, 2007, p. 6)¹⁵

■
¹⁵ Documento eletrônico.

O que Natansohn afirma é que sua área de estudos considera que toda “recepção é uma atividade produtiva”, no que dialoga com a Linguística, área para a qual todo leitor é ativo em seus processamentos. Assim sendo, pode-se presumir que a transposição de jornais de um ambiente a outro não seja possível de um lado, embora pareça ser de outro (o da produção) e que os ambientes onde se leem textos são importantes balizas para as expectativas e compreensões geradas pelo leitor.

3 Quem viu o leitor?

Para Fidalgo (2003)¹⁶, “[...] a questão é tanto mais pertinente quanto mais claro for que as novas experiências, por mais diversas que sejam, têm lugar a partir de uma base perceptiva idêntica: um computador ligado em rede”. O autor distingue **sensação de experiência** e utiliza o papel e o computador como exemplos. Se vamos ler um jornal no papel ou na tela, importa que a “base perceptiva” das notícias seja o papel ou a tela. Para o autor, “[...] a diversíssima panóplia do que o papel podia transmitir convergia nas manchas da impressão sobre o papel. As sensações básicas eram e são extremamente semelhantes, mas as percepções e as experiências destas resultantes são completamente diferentes.” Imagine-se, então, o que ocorre a experiências resultantes de ler jornais digitais, se as experiências são diversas, a despeito das mesmas máquinas. É importante frisar que a base perceptiva é antes o leitor do que a máquina. Fidalgo adianta sobre essa comparação:

A leitura de um jornal on-line tem não só obviamente semelhanças com a leitura de um jornal impresso, como também segue o seu figurino. As razões destas semelhanças advêm desde logo do facto de os produtos online, daquilo que se experimenta pela rede, copiarem os produtos tradicionais, como jornais, rádios e revistas.

■
¹⁶ Documento eletrônico.

Se os produtos são análogos, não admira que a forma de os experimentar seja também análoga. Por outro lado, mesmo em novos tipos de experiência on-line é-se levado sempre a recorrer a tipos conhecidos e habituais para lidar com essas novas experiências. (FIDALGO, 2003)¹⁷

Pálacios e outros (2002) confirmam que, genericamente, “os jornais online brasileiros apresentam fortes características das publicações em papel” e que se constituem “[...] ainda em metáforas que não exploram de forma satisfatória as possibilidades oferecidas pelo ambiente digital para o desenvolvimento de produtos jornalísticos”. Note-se que a base comparativa deve ser sempre impressa, afinal, tanto produtores quanto leitores só têm uma. Mas qual seria a forma **satisfatória** de fazer um novo jornalismo? Para isso, há um parâmetro impresso e uma aposta futura.

Retornando às transposições, lembra o *Houaiss* que elas se relacionam às artes gráficas. Estamos fortemente afiliados ao jornalismo, ao livro, do papel ao ambiente digital. No entanto, o termo, nas artes gráficas, denota um erro, não uma operação de religamento. A transposição de jornais de um suporte para outro, dada a genética da metáfora, tende para que aceção? Para aqueles que consideram os jornais transpositivos uma aberração, problema. Para quem vê nos periódicos transpositivos uma etapa adaptativa, solução.

O tema tem rendido muitos trabalhos sobre os “estágios” do jornalismo na web. Ao que parece, a nomeação de “fases” do jornalismo na web é importada, mas ganha adaptações e complementações no Brasil. Palácios (2002), Silva Junior (2001) e Suzana Barbosa (2001b) mencionam Melinda McAdams, no texto “*Inventing an online newspaper*”, de 1995, como a fonte da expressão “modelo da metáfora” (jornalismo feito com base em “modelos claramente transpositivos, importados de suportes mediáticos anteriores”). Ribas (2004) e Dalmonte (2007) citam John Pavlik (2001), que elenca as fases pelas quais vem passando a produção do jornalismo para web. Mielniczuk (2004) traz Pryor (2002), que propõe a periodização do jornalismo *on-line* em “ondas” que começam em 1982 (em outros países). Segundo o pesquisador, a terceira onda teria chegado em 2001 e se caracterizaria por produtores mais qualificados, usuários ainda dependentes das organizações tradicionais de notícias em escala global, “proliferação de plataformas móveis”, além da existência de aplicativos que aumentam as possibilidades de publicação, conexão sem fio e imersão. (PRYOR, 2002 *apud* MIELNICKZUK, 2004) Canavilhas (2006) apresenta os quatro modelos da periodização de Cabrera Gonzalez (2000): fac-símile, sendo a “[...] reprodução simples de páginas da versão impressa de um jornal, quer através da sua digitalização, quer através de um PDF”; modelo adaptado, em que “[...] os conteúdos ainda

são os mesmos das versões escritas [...]”, mas “[...] a informação é apresentada em *layout* próprio” (e começa a integração dos *links*); modelo digital, no qual se tem “*layout* pensado e criado para o meio *online*” e é obrigatório que exista hipertexto, espaço para comentários e notícias de última hora; modelo multimídia, em que se aproveita o máximo que o ambiente digital oferece (interatividade e hiperlinks). Ao final, Canavilhas simplifica a proposta e admite apenas duas “fases fundamentais”: jornalismo *on-line* e webjornalismo/ciberjornalismo.

Fica bastante claro que Canavilhas considera os dois primeiros modelos de Cabrera Gonzalez sob o enquadre do jornalismo *on-line*. O webjornalismo abarcaria os dois últimos. Silva Junior (*apud* LEMOS; PALÁCIOS, 2001) adere a essa simplificação, apenas dando ao segundo tipo o nome de “jornalismo hiperlinks”. Resta o problema de batizar o novo objeto, que, conforme admitem, citando Murad (1999), tanto Mielniczuk (2001; 2003) quanto Canavilhas (2003), tem tido várias denominações, como jornalismo digital, jornalismo *on-line*, webjornalismo e ciberjornalismo (MURAD, 1999 *apud* MIELNICZUK, 2001; 2003) MURAD, 1999 *apud* CANAVILHAS, 2003).

Basicamente, os pesquisadores brasileiros têm concordado com uma categorização apresentada por Silva Júnior (2001) ou por Mielniczuk (2001). Os nomes dos modelos de jornalismo na web variam um pouco, mas os trabalhos lidos (ARNT, 2002; QUADROS, 2002; PALÁCIOS et al., 2002; FRANCISCATO, 2004; MOHERDAUI, 2005; SCHWINGEL, 2005) têm concordado com o modelo de três ou quatro gerações, sem fazer questionamentos e aceitando certa estagnação da proposta (importada, frise-se), exceto por Ribas (2005) e Pereira (2003), que apontam ressalvas em relação à linearidade sugerida por esses modelos.

Mielniczuk (2001)¹⁸ distingue três “fases” na “história do jornalismo na web”¹⁹: transpositiva (“os produtos oferecidos, em sua maioria, eram reproduções de partes dos grandes jornais impressos”); metáfora (“quando, mesmo ‘atrelado’ ao modelo do jornal impresso, os produtos começam a apresentar experiências na tentativa de explorar as características oferecidas pela rede”); e as “iniciativas, tanto empresariais quanto editoriais, destinadas exclusivamente para a Internet” ou o webjornalismo propriamente (“sites jornalísticos que extrapolam a idéia de uma simples versão para a web de um jornal impresso e passam a explorar de forma melhor as potencialidades oferecidas pela rede”). Note-se que, até aqui, webjornalismo é apenas a terceira fase (na qual, segundo Palácios, ainda não havíamos chegado em 2002).

Silva Júnior (2001, p. 3) descreve os mesmos modos de apresentação do jornalismo na rede, com nomes diferentes: são os modelos transpositivo (“eminente presente nos primei-

¹⁸ Documento eletrônico.

¹⁹ Essas fases não têm, ao que parece, nacionalidade. No Brasil, os primeiros jornais a terem versões na web foram o *Estado de S. Paulo* e o *Jornal do Brasil*. Há uma divergência entre as fontes sobre qual dos dois foi o primeiro. Quadros (2002) aponta o *JB* (maio de 1995) e Barbosa (2001b) aponta o *Estadão* como primeiro operador de “serviços informativos” (fevereiro de 1995), mas o *JB* como o primeiro a lançar uma edição *on-line*. Ribas (2004) indica o primeiro do mundo, que seria o *New York Times*, na década de 1970. Em 2008, o NYT encerrou a produção de sua versão impressa e manteve apenas o jornal digital.

ros jornais online”); perceptivo (“maior agregação de recursos possibilitados pelas tecnologias da rede em relação ao jornalismo online”, embora ainda muito parecido com o anterior); e hipermediático (com o “uso de recursos mais intensificado hipertextuais, a convergência entre suportes diferentes”).

Ribas (2004, p. 8-9) traz as mesmas categorias, com outros nomes ainda. Os “momentos” que ela cita ou “modelos narrativos” são o “linear”, em que “o conteúdo dos jornais impressos é copiado para a Web, apenas servindo como um novo veículo para as mesmas informações”; o Hipertextual básico, em que “o link passa a ser apropriado como uma maneira de organizar as informações dentro da publicação e a referência do jornal em papel configura a metáfora dos produtos na Web”; e o Hipertextual avançado, que passa a organizar a narrativa em blocos de textos *linkados*, vídeo, áudio, imagens ou outros formatos da informação. “Em um primeiro momento, esses recursos são apenas informações a mais. Num passo seguinte, os recursos multimídia tornam-se parte da narrativa”.

Em texto de 2003, Mielniczuk adota a expressão “geração” e denomina a todas elas de “webjornalismo”: webjornalismo de primeira, segunda ou terceira geração. As etiquetas mudam, mas os objetos, não. Embora talvez exista um desejo de agilidade na “reinvenção” do jornalismo para adequá-lo às possibilidades da web, não são os jornalistas que dão esse ritmo às mudanças. Essa alteração nos nomes só provoca, em Dalmonte (2007), por exemplo, a necessidade de cotejar as “gerações” de jornalismo em Mielniczuk e Silva Júnior (fase transpositiva é o mesmo que webjornalismo de primeira geração e assim por diante).

4 Considerações finais

O fato é que, se para o produtor é possível tratar de transposições, para o leitor, não é possível transpor experiências. Ele não se engana com aparências. O leitor aprende com base no que sabe e no que lhe é apresentado. Assim que entra em contato com algo novo, põe em riste a operação de comparar. O espectro é muito amplo, estando o leitor mais para degustador do que para alguém que experimenta às talagadas.

O leitor não pode escapar de viver todas as “fases”, “momentos” ou “gerações”, já que não pode ser transposto, é melhor que fique ciente de seu dinamismo e de sua criatividade, mesmo quando parece apenas encantado com a luz do monitor. As experiências com o computador progridem, mas são diversificadas em torno de uma máquina e de produtos editoriais gêmeos de outros.

Notes on the concept of “transposition” and its implications for studies of on-line newspaper reading

ABSTRACT

This paper discusses the concept of “transposition”, common in the literature on news mediation, especially the latest, consisting of digital technologies. Based on literature review, there is a relative abundance of work on modes of news production and the scarcity of studies that effectively investigate the reader and reading. The conclusion is that the concept of transposition appears to be inadequate in relation to the reader’s experience in dealing with media and texts, new or traditional.

KEYWORDS: Transposition. Digital journalism. Reading.

Notas sobre el concepto de “transposición” y sus implicaciones para los estudios de la lectura de periódicos digitales

RESUMEN

Este artículo analiza el concepto de “transposición”, común en la literatura sobre las mediaciones de la noticia, especialmente las tecnologías digitales. Una revisión de la literatura indica que hay una abundancia relativa de trabajos sobre los modos de producción de noticias y una escasez de estudios que investiguen de manera efectiva el lector y la lectura. La conclusión es que el concepto de transposición parece ser insuficiente en relación con la experiencia del lector en el trato con los medios de comunicación y los textos, nuevos o tradicionales.

PALABRAS CLAVE: Transposición. Periodismo digital. Lectura.

Referências

ARNT, Hérís. Do jornal impresso ao digital: novas funções comunicacionais. In: HOHLFELDT, Antonio; BARBOSA, Marialva (Orgs.). **Jornalismo no século XXI: a cidadania**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

BARBOSA, Elisabete. **Interactividade: a grande promessa do jornalismo online**. 2001a. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt>. Acessado em: 20 jul. 2009.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo online: dos sites noticiosos aos portais locais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26., 2001, Campo Grande (MS). [Anais...] Campo Grande (MS), 2001b.

CANAVILHAS, João Messias. **Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança**, 2006. Disponível em <www.bocc.ubi.pt>. Acessado em: 16 jul. 2009.

_____. Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web. In: CONGRESSO IBÉRICO DE COMUNICAÇÃO, 1. 2003. Disponível em : <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhas-joao-webjournal.html>. Acessado em: 20 ago. 2009.

CHARTIER, Roger. Textos, impressão, leituras. In: HUNT, Lynn. **A Nova história cultural**. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

DALMONTE, Edson Fernando. O Webjornalismo enquanto bem de experiência: do receptor ao leitor participante.

In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO NORDESTE, 9., 2007, Salvador. [Anais...] Salvador, 2007.

DALTOÉ, Andreise. **A Notícia e sua passagem pelos diferentes meios**. 2003. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt>. Acessado em: 14 jan. 2006.

FERREIRA, Aurélio B. H. **Novo dicionário eletrônico Aurélio século XXI**: versão 5.0. São Paulo: Positivo, 2004.

FIDALGO, António. **Sintaxe e semântica das notícias online**: Para um jornalismo assente em base de dados. 2003. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt>. Acessado em: 19 jul. 2009.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. As Novas configurações do jornalismo no suporte *on-line*. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, v. 6, n. 3, Sept./Dec. 2004. Disponível em: www.eptic.com.br Acessado em: 12 dez. 2008.

HOUAISS, Antônio. **Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001. 1 CD-ROM.

LEMOS, André; PALÁCIOS, Marcos (Org.). **Janelas do ciberespaço**. Porto Alegre: Sulina, 2001.

MIELNICZUK, Luciana. Características e implicações do jornalismo na web. In: CONGRESSO DA SOPCOM, 2., 2001, Lisboa. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf>. Acessado em: 16 dez. 2006.

_____. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**. 2003. Disponível em <www.bocc.ubi.pt>. Acessado em 19 de janeiro de 2006.

_____. Webjornalismo de terceira geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web. In: ENCONTRO DOS NÚCLEOS DE PESQUISA DA INTERCOM, 27., 2004, Porto Alegre. [Anais...] Porto Alegre, 2004.

MOHERDAUI, Luciana. **O Usuário de notícias no jornalismo digital**: um estudo sobre a função do sujeito no *Último Segundo* e no *A Tarde online*. 2005. 120 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005.

NATANSOHN, L. Graciela. O que há e o que falta nos estudos sobre recepção e leitura na web? **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – E-Compós**, v. 10, 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/issue/view/10>

PALACIOS, Marcos; MIELNICZUK, L.; BARBOSA, Suzana; NARITA, S.; RIBAS, Beatriz. Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro e português. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25., Salvador. [Anais...] Salvador, 2002.

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

PINA, Patrícia. K. C. O Jornal e a leitura no Oitocentos

Brasileiro. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005, Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: INTERCOM, 2005. v. 1. p. 1-19.

QUADROS, Cláudia Irene. Uma Breve visão histórica do jornalismo on-line. In: HOHLFELDT, Antonio; BARBOSA, Marialva (Orgs.). **Jornalismo no século XXI: a cidadania**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

RIBAS, Beatriz. Características da notícia na web - considerações sobre modelos narrativos. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO – SBPJor, 2., 2004, Salvador. [Anais...] Salvador: FACOM/UFBA, 2004.

SCHWINGEL, Carla. Jornalismo digital de quarta geração: a emergência de sistemas automatizados para o processo de produção industrial no jornalismo digital. In: NARRATIVAS midiáticas contemporâneas : livro da XIV COMPÓS-2005. Porto Alegre : Sulina, 2005. Seleção de textos apresentados no XIV Encontro Anual da Associação de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), realizado em Niterói, RJ, junho de de 2005.

SILVA JUNIOR, José Afonso da. Do hipertexto ao algo mais, usos e abusos do conceito de hipermedia pelo jornalismo on-line; In: LEMOS, André; PALÁCIOS, Marcos. (Orgs.). **As Janelas do ciberespaço**. Porto Alegre: Sulina, 2001a.

_____. **A Relação das interfaces enquanto mediadoras de conteúdo do jornalismo contemporâneo: agências de notícias como estudo de caso**. Recife, out. 2001. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt>. Acessado em: 19 jan. 2006.

ZAMITH, Fernando. Dos jornais-fax de Moçambique aos web-jornais. LUSOCOM – ENCONTRO LUSÓFONO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 3., 1999, Braga. [Anais...] Braga : Universidade do Minho, 1999.

Ana Elisa Ribeiro

*Doutora em Linguística Aplicada pela
Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).
Professora do Mestrado em Estudos de Linguagens
do CEFET-MG.*

E-mail: anadigital@gmail.com