

O LEITOR DE LITERATURA E O LEITOR DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Joanita Aparecida Ramos
Universidade Federal do Paraná

RESUMO

Este artigo demonstra a aproximação entre os estudos que abordam a leitura das obras literárias e os que tratam da leitura dos meios de comunicação de massa, difundidos nas áreas acadêmicas de literatura e de comunicação social, respectivamente. Utilizando-se de metodologia qualitativa, verifica-se que nesses dois campos – literatura e comunicação – há problemas comuns: o do lugar do receptor, o da mediação e o da significação, e posições teóricas semelhantes e complementares a respeito deles, reciprocamente aplicáveis. Constata-se que a quebra da dicotomia leitura da literatura/leitura dos meios de comunicação de massa, e o diálogo entre os estudos literários e as pesquisas em comunicação social, no que se refere à leitura, é não apenas possível, mas também produtivo e conveniente, do ponto de vista teórico, para uma compreensão mais ampla do sujeito leitor e de sua relação com os objetos de leitura.

Palavras-chave: Leitura; Recepção; Comunicação.

ABSTRACT

This paper demonstrates the proximity between mass media and literature reading, studies that have been divulged in the

academic areas of social communication and literature. By using a qualitative method of research, it was possible to verify that in the fields of literature and communication, there are problems in common. Problems such as the place of the receptor, the mediation and signification; besides theoretical positions, that are similar and complementary to them. It has been noticed that the rupture of the dicotomy between literature reading/mass media reading, and the dialog between literature studies and social communication research is not only possible, but it is productive and convenient as well. Especially when it is necessary to search for a more efficient understanding of the reader and his/her relation to the objects of reading.

Key words: *Reading; Reception; Communication.*

INTRODUÇÃO

Este trabalho exemplifica a possibilidade da aproximação teórica entre os estudos que tratam de duas leituras – a dos meios de comunicação e a dos livros de literatura – comprovando o potencial de diálogo entre as teorias relacionadas à leitura que vêm sendo difundidas nas duas áreas, a comunicação e os estudos literários.

Adotando metodologia qualitativa, elegemos prioritariamente recortes da obra de três autores – Vincent JOUVE (2002), Antoine COMPAGNON (1999) e Wolfgang ISER (1999) – entre aqueles cujas pesquisas sobre leitura vêm sendo difundidas na área acadêmica de literatura. Cruzamos tais informações com uma compilação de teses abordando direta ou indiretamente a recepção dos meios de comunicação e depoimentos de leitores dos meios, ambos contidos na dissertação de mestrado *Comunicação, Política e Culturas na Educação* de nossa autoria, defendida e aprovada no ano de 2003, no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Educação, do Setor de Educação da Universidade Federal do Paraná.

Para a escolha dos três teóricos mencionados, tomamos como referência a bibliografia da disciplina *Leitura e Literatura*, oferecida em 2004, no curso de Mestrado em Estudos Literários da Universidade Federal do Paraná [1], já que buscávamos autores efetivamente estudados no meio acadêmico.

Reunimos, desse modo, um conjunto de fontes primárias, secundárias e terciárias que nos ofereceram um panorama da recepção vista pela óptica dos estudos literários e das pesquisas de comunicação social. Desenvolvemos nossa análise, selecionando os textos que julgamos conter exemplos mais contundentes da possibilidade de se estabelecer inter-relações entre leitura de literatura e leitura dos meios de comunicação, com ênfase sobre três aspectos: a valorização do receptor, a importância da mediação e a significação.

1. O LUGAR DO RECEPTOR

Tanto na literatura quanto na comunicação, as teorias têm atribuído ao leitor – incluindo-se nessa categoria o ouvinte e o espectador dos meios de comunicação – as mais diversas posições hierárquicas, que vão desde o papel passivo de uma resposta supostamente determinada pelo emissor/texto, até a do indivíduo que participa de uma espécie de contrato, na qual ambas as partes – emissor/texto e receptor – oferecem a sua cota de elementos para uma negociação de significados.

Compagnon (1999) aponta para Brunetière e Lanson, entre os principais defensores da interpretação “fiel” do texto, e para Mallarmé, entre os estudiosos que acreditaram que o texto literário se realiza sozinho, não precisa do leitor. Ele esclarece ainda que, na história literária, a recepção já esteve ligada à influência da obra sobre outros autores. Ou seja, os leitores só escapavam de serem ignorados quando tornavam-se escritores.

A essa posição de “não leitura” denunciada por Compagnon, corresponde, na comunicação, a de Baudrillard, dizendo que os meios de comunicação são caracterizados pela antimediação, pela unilateralidade, e impossibilitam a resposta que seria própria de uma comunicação definida como troca. Assim, eles seriam “fabricantes da não-comunicação” (MATTELART, 1999).

O desprezo teórico ou a submissão do receptor de obras literárias foram verificados no positivismo, formalismo e New Criticism. Nessas correntes, quando não desprezado, o leitor tem de buscar uma compreensão “objetiva” do texto, compartilhada uniformemente com todos os outros leitores.

A supremacia do texto/mensagem e a visão de que todos podem lê-lo(a) do mesmo modo foi pano de fundo para teorias que insistiram em difundir uma visão linear de comunicação, no esquema emissor-mensagem-receptor. Entre elas,

incluem-se a teoria behaviorista, para a qual o receptor se enquadrava no esquema estímulo-resposta e a sociologia funcionalista, para a qual os meios têm, entre outras, a função de manter o *status quo*, a despeito de já se reconhecer, nessa corrente, que as mensagens poderiam ser recebidas de modo diferente por cada segmento de público, conforme faixa etária, classe social etc.

Na história recente da comunicação, a teoria crítica, da escola de Frankfurt, na Alemanha, foi uma das mais influentes na fixação, a partir dos anos de 1940, da idéia dos meios como reprodutores da estrutura política e econômica dominante, como se eles não tivessem quaisquer contradições internas, e cuja vítima é o leitor, passivo e indefeso. Ser crítico em relação a ele – para os teóricos de Frankfurt e para os que aderiram, a partir da década de 1960, ao pensamento estruturalista do francês Louis Althusser – era manter-se longe da influência deles (MATTELART, 2001; ALTHUSSER, 1999).

Na América Latina, Martín-Barbero (2001) identifica, nas décadas de 1960 e 1970, duas etapas de formação do que chama de “paradigma hegemônico para a análise da comunicação”. Uma delas – a ideologista – tinha a pretensão de denunciar as formas pelas quais a ideologia dominante penetraria nas mensagens dos meios de comunicação e produziria efeitos sobre o público:

... [os meios] seriam maus nas mãos das oligarquias reacionárias, mas ficariam bons no dia em que o proletariado assumisse seu controle. Tal era a crença mais freqüente, exceto em certos círculos onde o pecado mortal de terem nascido capitalistas condenava os meios a servirem seus amos para todo o sempre. (...) a ideologização impediu que se interrogasse qualquer outra coisa nos processos além dos rastros do dominador. Nunca os do dominado, e muito menos os do conflito. (...) Entre emissores-dominantes e receptores-dominados, nenhuma sedução, nem resistência, só a passividade do consumo e a alienação decifrada na imanência de uma mensagem-texto nunca atravessada por conflitos e contradições, muito menos por lutas (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 291).

A correspondência mais próxima a esse ponto do paradigma das teorias da comunicação, na literatura, talvez esteja nas pesquisas de I.A. Richards, um dos fundadores do New Criticism, que a certa altura tentou ver na leitura da literatura uma forma de catequizar moralmente a sociedade democrática, como relata Compagnon (1999).

Numa segunda etapa citada por Martín-Barbero, iniciada na década de 1970, a teoria da informação passou a ver a comunicação como “transmissão de

informações”. As questões de sentido, as contradições, aspectos políticos e relações de poder envolvidas na comunicação foram desprezadas (MARTÍN-BARBERO, 2001).

Quando Adorno e Horkheimer, teóricos de Frankfurt, disseminaram o conceito de indústria cultural no começo do século XX, pensava-se na literatura, junto com a escola, como lugar onde os alunos poderiam encontrar respostas para sobreviver ao mecanicismo da sociedade, à alienação do trabalho, à “estupidez das propagandas” e ao embrutecimento dos meios de comunicação (EAGLETON, 1983 [2]. In: MATTELART, 1999). Possivelmente em decorrência dessas idéias, ainda perdura, especialmente no senso comum, uma visão maniqueísta dos meios de comunicação e a dicotomia literatura - meios de comunicação até o extremo de se pensar que a literatura é necessariamente boa e a televisão é necessariamente ruim. Ou de se supor que o mesmo indivíduo seria capaz de se relacionar criticamente com a obra literária, mas incapaz de se relacionar criticamente com os meios de comunicação, como se as duas relações passassem por mecanismos inteiramente antagônicos.

Nos dois campos teóricos, contudo, parece predominar hoje a noção de receptor ativo ou a aceitação de que ele possa ser ao mesmo tempo ativo e passivo – contradição que começou a ser admitida com os chamados estudos de recepção.

Na literatura, a valorização do lugar do receptor teve a participação de autores como Jean Paul Sartre, Marcel Proust, Stanley Fish, Umberto Eco, e também de Roland Barthes, além de Wolfgang Iser e Hans Robert Jauss, entre outros. Alguns deles, como Barthes e Eco, tiveram sua influência estendida também às teorias da comunicação, juntando-se a outras contribuições, como a do filósofo alemão Hans Magnus Enzensberger – que instaurou um novo questionamento nas teorias da comunicação, criticando o conceito de manipulação –, além do culturalista Raymond Williams, de Norbert Wiener, David Morley e outros.

Tais pesquisadores contribuíram direta ou indiretamente para a construção da visão teórica que defende a posição de que, por mais objetiva que seja sua estrutura, um texto/mensagem só se completa com a interação do receptor, sempre envolvido por uma rede de mediações.

Na comunicação, a preocupação sobre o que os meios de comunicação poderiam fazer com os leitores foi sendo trocada, na segunda metade do século XX, pela inversa: o que os leitores podem fazer com os meios de comunicação? Já na década de 1940, investiu-se na idéia de Norbert Wiener, de uma concepção

circular da comunicação (MATTELART, 1999). De acordo com ela, o receptor tem um papel tão importante quanto o do emissor.

Os estudos de recepção e os estudos culturais, que reuniram pesquisadores de teorias de linguagem, estudos sobre o mito, literatura, comunicação e outros no Centro de Birmingham, na Grã Bretanha, reforçados pelas pesquisas da escola de Chicago, completaram o deslocamento do olhar das teorias. Depois de fixo durante décadas no emissor e na mensagem, esse olhar passou para o “lugar” onde está o sujeito: a recepção.

Contudo, a não garantia de que os significados propostos em um determinado item de programação televisiva sejam igualmente apropriados por todos os receptores, não quer dizer que não haja “uma intencionalidade global, política e econômica, que se inscreve no discurso social hegemônico” (LOPES, 1996, p.44).

Isso parece valer também quando se trata de analisar a relação do leitor com a obra literária e seus produtores. Nota-se, nos estudos de Pellegrini (1999) sobre o mercado de livros no Brasil, que começa por ele o processo de recepção e liga-se a ele uma série de mediações, já que ao escolher, por exemplo, um título de best-seller, o leitor já está construindo significados com a obra e, ao mesmo tempo, percorrendo mediações que podem ir desde a lista dos mais vendidos de alguma publicação, até a necessidade de ser aceito em algum grupo de pertencimento (a idéia de que “todo mundo está lendo” um certo livro), o comentário de algum amigo ou uma política de país desenvolvido voltada à inserção de sua cultura nos países em desenvolvimento.

Ao falar em literatura, a autora mencionada destaca que a recepção do texto ocorre “de acordo com uma dada experiência de vida e de leituras anteriores”. E ressalva:

Todavia, isso não exclui o fato de que seu papel, como leitor, é situado na hierarquia social, no interior da ideologia e em algum nicho do mercado. Dito de outra forma, o modo pelo qual o leitor recebe o texto e (re)constrói seu sentido é função de seu lugar na sociedade. Em consequência não se pode assumir a prioridade da recepção sobre a produção ou desta sobre aquela, desde que produção e consumo produzem e determinam um ao outro de inúmeras maneiras, principalmente no quadro contemporâneo, em que a mediação entre ambos é efetuada com todos os artifícios permitidos pelo casamento entre a mídia e o mercado (PELLEGRINI, 1999, p.152).

A pesquisa de Pellegrini, do ponto de vista da literatura, merece ser justaposta à de Stuart Hall (1973) e à de Mattelart (1999), que mencionam o outro lado do

avanço teórico em direção à valorização do receptor: o da valorização do consumidor.

O leitor-consumidor passa a ser investigado para a oferta de produtos de acordo com suas necessidades e desejos, alimentando-se a circularidade programação-produção-consumo. Ou seja, se por um lado, admite-se ver o sujeito como livre negociador de sentidos, por outro, se busca produzir um conhecimento em torno de sua cultura e comportamento, necessidade e desejo, de modo a torná-lo presa do consumismo, risco causado exatamente pelo fato de ele ser, de certo modo, co-produtor de mensagens e programações da mídia e também dos produtos de consumo (MATTELART, 1999).

Essa “co-produção” pode ser compreendida mais claramente a partir de Stuart Hall (In MATTELART, 1999), para quem a audiência é, ao mesmo tempo, receptor e fonte das mensagens, pois a produção é organizada conforme códigos profissionais e também conforme a imagem que a instituição televisiva faz da audiência.

É inegável que as dimensões ideológica, econômica e política permeiam tanto a leitura do livro de literatura, quanto os meios de comunicação. A finalidade comercial da televisão foi destacada pelo canadense Dallas Smythe, ao afirmar que esse veículo é, sobretudo, produtor de audiências. Com outro olhar, Nicholas Garnham defende que se leve em conta o caráter político da televisão, tão importante quanto sua lógica econômica (MATTELART, 1999; GARNHAM [3], 1979, in MATTELART, 1999).

Acrescente-se a essa discussão sobre a relação entre emissores e leitores, a visão de Michel Picard, na literatura. Para ele, como relata Jouve (2002, p. 49), o que importa é o leitor real, deixando de lado todos os outros que as teorias propuseram – o leitor modelo ou arquiteitor, leitor inscrito, consumidor visado etc. E esse leitor de carne e osso reage aos apelos psicológicos e ideológicos do texto, programados conscientemente ou não.

Na visão de Paulino (2001), na década de 1980, os estudos de recepção vão abandonando, no Brasil, o conceito de recepção como pesquisa das audiências e da opinião pública e a idéia de sociedade massificada, junto com as pesquisas com foco nas mensagens. Esses estudos passam a abordar o processo de comunicação por inteiro – o que exige um maior debruçar-se sobre a importância da mediação. Lopes (1996, p. 43) também faz questão de lembrar que a relação direta do receptor com os meios de comunicação não existe sem mediação: “O

processo de produção de uma mensagem jornalística é repleto de mediações desde o repórter até o receptor da notícia, o qual também procede à seleção e à compreensão a partir de um conjunto de fatores que operam em sua vida, em seu cotidiano”.

As idéias de receptor ativo e de mediação tornaram-se igualmente caras ao estudo e à formação tanto do leitor de livros, quanto ao leitor dos meios de comunicação. Aliás, não há por que pensar essa formação separada e não integralmente, já que, como sujeito social, aquele que recebe os textos (impressos ou audiovisuais) dos meios de comunicação é o mesmo que recebe os da literatura. Esse leitor extrairia de sua relação com o texto, portanto, não apenas um sentido, mas uma significação.

Cabe-nos abrir, a esta altura, um parêntese para a diferenciação que Paul Ricoeur (1969, in: JOUVE, 2002) faz entre sentido e significação, referindo-se à leitura das obras literárias. Ao mencionar *sentido*, aquele autor designa o deciframento, a compreensão da leitura. A significação é entendida por ele como o que vai mudar na existência do sujeito a partir da compreensão alcançada, numa noção aproximada daquilo que Barthes (1971, in: JOUVE, 2002) explicou como *transmigração* do texto para a vida.

Alguns teóricos da literatura e da comunicação difundem, com palavras e em ambientes diferentes, posições muito parecidas a respeito da extração do sentido e da significação pelo leitor.

Pensando em textos literários, Jauss e Iser (1978, 1985, in JOUVE, 2002) abordaram as dimensões da leitura, apresentando conceitos aplicáveis também à leitura dos meios de comunicação de massa. O primeiro autor diferencia o *efeito*, determinado pela obra, da *recepção*, que depende do leitor. O segundo estudioso citado reforça a mesma idéia, apontando para duas dimensões da leitura, sendo uma determinada pelo texto, comum a todo leitor, e outra que pode alcançar incontáveis variações, já que depende das projeções de cada indivíduo.

Ao sugerir que a “concretização do sentido” se constitui pelo efeito da obra e pela recepção, Jauss (1978) propõe entender a relação do leitor com o texto “como um processo entre dois horizontes ao estabelecer sua fusão”. Ele afirma que “o leitor só pode ‘fazer falar’ um texto, isto é, concretizar numa significação atual o sentido potencial da obra, desde que insira seu pré-entendimento do mundo e da vida no espaço de referência literário envolvido pelo texto” (JAUSS, 1978, p. 259. In: JOUVE, 2002, p.139).

A posição desse estudioso de leitura não se distancia muito da que segue, expressa com outras palavras a partir das teorias da comunicação:

A problemática dos estudos de recepção está centrada em como se dão as inter-relações emissor/receptor e quais os fatores intervenientes nessa relação, bem como quais as formas de apropriação e resignificação dos sentidos que circulam na pluralidade dos discursos sociais e que constituem o material simbólico tanto de emissores quanto de receptores. (...) Entre esses dois pólos – emissor/receptor – existe a vida, uma imensa gama de inter-relações ativas que dão sentido, que se constituem ou não, com maior ou menor peso, em fator de importância na constituição da subjetividade dos indivíduos/sujeitos da comunicação (PAULINO, 2001, p.31).

O que disse Jauss sobre a relação entre o leitor e o texto literário também se encaixa perfeitamente na relação entre o espectador e o texto televisivo. Tomemos como exemplo o depoimento do pedreiro Cláudio Aparecido da Luz, assim registrado na dissertação de Mestrado intitulada *Comunicação, Política e Culturas na Educação* (RAMOS, 2003, p.152):

Eu tenho medo que ele [Lula] implante o comunismo no Brasil. Eu não entendo muito disso, mas já me falaram – gente que entende de comunismo – que se ele ganhasse era perigoso pra nós evangélicos, porque ele ia aprovar leis prejudiciais pra nós, tipo aborto e casamento de homem com homem, mulher com mulher. Daí, por exemplo, se chegar dois homens pra se casar, o pastor vai ter que fazer o casamento, senão vai ter que arcar com as conseqüências da lei. Eu também acho – e isso é da minha cabeça mesmo – que, se ele não conseguir controlar o país, ele vai ter que implantar o comunismo. (...) No comunismo, pelo que eu sei, a gente trabalha, mas o dinheiro vai pro governo. Eu sei, porque uma vez um alemão – que o vô dele viveu no comunismo – contou que eles têm uma cota de comida, e, assim, por exemplo, se uma pessoa chega pra comer na casa dele, a comida que ele der pra aquela pessoa vai fazer falta pra ele. Ele vai ter que ficar um dia sem comer por causa disso (...). Na China tem uma creche em que eles colocaram um monte de meninas lá e deixam lá até morrer. Eles controlam os filhos das pessoas. Uma vez, a televisão mostrou, um repórter da Globo foi lá escondido e conseguiu filmar as meninas nesse lugar (Em entrevista concedida durante pesquisa de campo. Curitiba, dezembro de 2002).

O contexto em que Cláudio da Luz deu seu depoimento era o de discussão sobre as declarações das atrizes brasileiras Regina Duarte e Beatriz Segall, que tinham ido ao ar no programa eleitoral gratuito do candidato José Serra, declarando

temer a possível vitória do presidente Luiz Inácio Lula da Silva em 2002. O modo como Cláudio fez a leitura do discurso em torno das eleições presidenciais, difundido e mediado pelos meios de comunicação, e “leu” uma reportagem de televisão sobre o comunismo na China, comprova como o leitor dos meios insere “seu pré-entendimento do mundo e da vida no espaço de referência” do texto, conforme afirmou Jauss, mas não apenas do texto literário. Também confirma como entre emissor/autor e receptor, de fato, “existe a vida”, o que já foi dito por Paulino (2001).

A fala de Cláudio da Luz mostra ainda que as referências não garantidas pelas instituições, como a escola e os próprios meios de comunicação, fazem falta na leitura dos textos informativos: o pedreiro chegou a assistir a um “furo” de reportagem sobre o comunismo na China, mas continuou sem saber o que é comunismo.

Essa revelação remete a diversos pontos de encontro entre a leitura dos meios de comunicação social e a dos livros. O mais óbvio diz respeito ao caráter complementar dessas duas leituras: as referências que faltam ao pedreiro poderiam ter sido formadas a partir da literatura. No caso da recepção da notícia, vale, num certo sentido, a abordagem semiótica da leitura e o que diz Umberto ECO (1985. In JOUVE, 2002) sobre o dever de se tentar seguir as coordenadas do autor para fugir de “decodificações absurdas”.

Aplica-se, ainda no depoimento de Cláudio da Luz, a noção do que Jauss chamou de horizonte de expectativas e que Compagnon resumiu: “o conjunto de convenções que constituem a competência de um leitor (ou de uma classe de leitores) num dado momento; o sistema de normas que define uma geração histórica.”.

Ao horizonte de expectativas, que se traduz pela mediação de fatores como o gênero e a experiência literária, corresponde, na mídia, também o gênero do programa e a experiência que o leitor-espectador tem em relação à linguagem usada por determinado veículo de comunicação e aos assuntos em pauta, por exemplo.

O que Iser (1999), olhando para a relação do leitor com a literatura, chamou de “vazios”, espaços que o próprio leitor tem de preencher com as suas referências e/ou sua imaginação, o pedreiro preenche, na leitura da televisão, com imagens do seu repertório cultural, vindas de conversas, crenças religiosas e outras mediações.

A dificuldade que Eco reconheceu em diferenciar a “interpretação crítica” (do leitor particular) da “cooperação interpretativa” (do leitor modelo, leitura

programada pelo texto) verificada na literatura (Jouve, 2002, p. 48) também existe na leitura dos meios de comunicação. O texto programa sua recepção a partir de convenções que propõe ao leitor. A grande diferença entre a recepção da literatura e a dos meios de comunicação é que a preocupação com a programação da leitura, portanto, o atrelamento às convenções e a oferta de isotopias, tem mais intensidade nos meios de comunicação de massa do que, comumente, na produção literária.

O leitor sabe mais ou menos o que pode encontrar em um romance policial e também em um noticiário geral, como o *Jornal Nacional*, da Rede Globo de Televisão, por exemplo. No último caso, ele não apenas terá uma expectativa cumprida em relação ao gênero, como não correrá o risco de encontrar vocábulos muito estranhos ao universo do chamado “leitor médio” – aquele que se situa entre o analfabeto e o erudito. As chamadas, títulos e legendas, nos meios de comunicação têm função de peritexto, com a diferença de que, na literatura, há uma liberdade maior de se desvirtuar convenções, rompendo, assim, com as expectativas do leitor.

O exemplo do pedreiro Cláudio não somente comprova a importância das mediações na leitura, quanto mostra que, da mesma maneira que na literatura, nos meios de comunicação há um “destinatário implícito para o qual o discurso se dirige” (JOUVE, 2002, p. 37), o “leitor médio”. O receptor que se afasta desse parâmetro corre o risco de não cumprir seu “dever” de leitor e de ter sua interpretação recheada de incoerências e equívocos. Observando o depoimento de Cláudio, é de se perguntar quão menos fictício é o leitor postulado pelos meios de comunicação de massa, se comparado ao postulado pelo autor de literatura.

Na tentativa de se desvendar os mistérios da relação entre o leitor e o que é lido por ele, foram registradas terminologia e classificações nas teorias da comunicação e nos estudos literários. Em muitos casos, as expressões criadas são aplicáveis ou facilmente adaptáveis em ambas as teorias ou reciprocamente. Por exemplo, a leitura “inocente” e a leitura “experiente”, que na literatura dizem respeito à primeira leitura (linear) e à segunda leitura, quando o receptor já conhece as estratégias do autor, poderiam servir para designar, na comunicação, a leitura do receptor que não conhece o modo e o contexto em que as notícias são produzidas – incluindo-se aí as informações sobre o veículo de comunicação – e a leitura do receptor capaz de reconhecer as estratégias de produção da notícia, a lógica comercial dos veículos etc. Se bem que, em qualquer caso, é tão impossível saber tudo sobre as condições em que uma notícia foi produzida (o que dependeria da compreensão exata da cultura interna e os processos de trabalho do veículo emissor), quanto conhecer intenções de um autor de texto literário (JOUVE, 2002).

O que M. Otten (1982, in JOUVE, 2002, p. 66) chamou de “espaços de certeza” na literatura, podem ser igualmente interpretados na comunicação como os pontos que sinalizam mais explicitamente, no texto, a intenção de um sentido global. Os “espaços de incerteza”, aquelas passagens ambíguas que requerem maior participação do leitor de obras literárias, equivalem ao que se costuma chamar, na comunicação, de “entrelinhas” da notícia. Isto é, o que não é dito, seja em função de jogos de interesse na sociedade ou da cultura interna do veículo.

Os estudos de Blummer (1969, in MATTELART, 1999) definiram três categorias de decodificação das mensagens: dominante, oposicional e negociada. A categoria dominante é a que responde à hegemonia [3]. Os modos de ver da televisão são aceitos como naturais, não questionáveis e absorvidos pelo senso comum. Na decodificação oposicional, o sujeito interpreta as mensagens a partir de um ponto de vista contrário. É o caso, por exemplo, de se interpretar aquilo que é apresentado como “bom para o povo”, como “bom para a elite”. A decodificação negociada mistura elementos das duas anteriores, sem temer o contraditório: o receptor aceita parcialmente as significações dominantes, e, ao mesmo tempo, busca argumentos de refutação nos elementos de que dispõe, incluindo seu próprio cotidiano. (MATTELART, 1999). A última parece ser a que mais se aproxima das visões que Iser e Jauss apresentam da leitura.

Adaptando um modelo de Jouve (2002) chegou à seguinte classificação quanto ao papel do leitor: “leitante”, “lido” e “lendo”. O “leitante” está na instância crítica, a que se interessa pela complexidade da obra. Na leitura dos noticiários dos meios de comunicação, por analogia, ele se preocuparia em saber por que se privilegiou determinada imagem, personagem ou fala, e não outra, quando da edição de uma notícia, ciente de que essa é uma construção. Essa versão se encaixaria como “leitante interpretando” na classificação de Jouve (2002). Há outra, a do “leitante brincando”, papel do leitor de literatura que se diverte tentando adivinhar a estratégia do texto – ou se entretém com a notícia.

O “lendo” se envolve e acredita momentaneamente na ficção, e toma como verdade inquestionável, retrato fiel e completo dos fatos, o que lê, ouve ou assiste nos noticiários dos meios de comunicação. O “lido” é o correspondente à satisfação de certas pulsões do inconsciente, por exemplo, o interesse por narrativas literárias – ou por notícias – que envolvem violência ou revelação de aspectos da vida privada dos personagens, fictícios ou reais.

Na tese proustiana, o objetivo do leitor de obras literárias é compreender a si mesmo, mais do que o livro. Na comunicação, pode-se pensar no objetivo do

leitor voltado à compreensão do contexto, mais do que ao entendimento de uma determinada notícia. Ou, numa busca mais pragmática, defendida por Aparici (1996, p. 11. Tradução nossa.), esse objetivo pode ser o de entender o que significa tomar parte de um entorno global e, ao mesmo tempo, propor o que se pode fazer a partir da perspectiva local. Pergunta-se aqui: será que a compreensão de si mesmo e a compreensão do contexto em que se está inserido não avançam simultaneamente pelas duas leituras: a do livro e a dos meios de comunicação? É possível supor que os dois fatores – a compreensão de si mesmo e a compreensão do entorno – acabem, resultando em mudanças de atitudes. Porém, para se mudar atitudes, é preciso mudar valores, que estão baseados em crenças instaladas no interior das culturas (das escolas, universidades, bairros, famílias etc.). O leitor aplica e associa o que lê à sua própria situação de vida. Entretanto, é difícil mensurar até que ponto a leitura pode modificar as crenças, no jogo de interação e resistência que ela envolve. A rejeição do pedreiro Cláudio aos homossexuais, por exemplo, se está situada no âmbito das crenças, só irá mudar quando o conhecimento capaz de provocar essa inversão alcançar, no sujeito, a mesma profundidade da crença que se instalou nele, mediada pela cultura religiosa (RAMOS, 2003; COMPAGNON, 1999; ISER, 1999; BLUMER, 1969, in MATTELART, 1999).

O mesmo ocorre em relação à crença sobrevivente (originada na ciência) de que os meios de comunicação de massa são necessariamente vilões e também em relação à crença nos extremos, nas dicotomias que impedem a compreensão das contradições. Assim, a grande aposta, parece ser a da complementaridade, da integração – tanto para a leitura dos meios de comunicação e da literatura, de forma pragmática, quanto para os estudos que abordam os mecanismos dessas leituras.

2. CONCLUSÃO

Não só são possíveis como convenientes, do ponto de vista teórico, os estudos sobre recepção que vêm sendo desenvolvidos separadamente nas áreas dos estudos literários e de comunicação – ou, mais recentemente, da chamada educomunicação – evoluírem na interface dessas áreas.

A noção de que o sujeito que lê o livro é o mesmo que vê televisão, justifica que ele seja investigado em relação a essas duas relações de leitura de forma dialética. Além disso, a leitura dos meios de comunicação de massa e a dos livros de literatura, se têm peculiaridades, têm também abordagens teóricas semelhantes e problemas em comum, o que garante um diálogo produtivo.

Destacada a importância da mediação, pode-se dizer que o que o leitor dos meios de comunicação recebe pelos noticiários não é, evidentemente, um retrato “exato” do fato, como um receptor acrítico poderia supor, mas uma “leitura” dele. O fato é transposto do contexto do real para o contexto dos meios de comunicação e essa característica de recontextualização, associada à importância dos diversos níveis de mediação, à valorização do receptor e à complexidade dos mecanismos de construção de sentido e significação, denunciam que os processos de comunicação literária e de comunicação pelos meios – inclusive os eletrônicos e digitais – podem guardar mais semelhança do que se costuma supor no senso comum.

Os poucos exemplos levantados neste estudo já são suficientes para comprovar que estudar a leitura da literatura e dos meios de comunicação de forma integrada pode permitir avanços na investigação dessas duas leituras, com ganhos para ambas e para outras áreas, como a educação. As exemplificações também podem servir a uma melhor compreensão da inter-relação e da complementaridade entre a leitura de publicações impressas, eletrônicas, e até mesmo digitais.

Evidentemente, não é pretensão deste trabalho apontar caminhos para a formação do leitor, mas apenas provocar uma reflexão mais ampla sobre o sujeito receptor e sua relação com as obras literárias e com os meios de comunicação. Sem aprofundar ainda mais tal reflexão, julgamos que seja impossível lidar apropriadamente com questões pouco resolvidas, como o suposto dilema literatura-televisão, e chegar a respostas para os problemas comuns às duas áreas em questão, como o que o leitor faz com o que lê e vice-versa.

NOTAS

⁽¹⁾ Disciplina ministrada pela professora doutora Marta Morais da Costa.

⁽²⁾ EAGLETON, T., *Literary Theory: An Introduction*, Balckwell, Oxford, 1983 (trad. Br.: Teoria da literatura. Uma introdução, Martins Fontes, São Paulo, s.d.).

⁽³⁾ GARNHAM, N., *Contribution to a Political Economy of Mass Communication, Media, Culture & Society*, vol. 1, nº 2, abril, 1979.

REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, L. *Sobre a reprodução*. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999, Capítulo VI, p. 79 – 95.

O leitor de literatura e o leitor dos meios de comunicação

APARICI, R. *La Educación para los medios en tiempos de neoliberalismo*. Forum internacional de pesquisadores “Os jovens e os meios de amanhã”. Paris: 21 a 25 de abril, 1999.

COMPAGNON, A. *O leitor*. In: *Demônio da Teoria: literatura e senso comum*. Trad. C.P.B. Mourao e C.F. Santiago. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

ISER, W. *O Ato da leitura: uma teoria do efeito estético*. Trad. J. Kretschmer. São Paulo: Editora 34, 1999. 2v.

JAUSS, H.R. *A história da literatura como provocação à teoria da literatura*. Trad. de Tellaroli. São Paulo: Ática, 1994.

JOUBE. V. *A leitura*. Trad. B. Hervot. São Paulo: Editora UNESP, 2002.

LOPES, M. I. V. Pesquisas de recepção e Educação para os Meios. *Comunicação & Educação*, São Paulo, n. 6, p. 41-46, mai./ago. 1996.

MARTIN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

MATTELART, A.; MATTELART, M. *História das teorias da comunicação*. São Paulo: Loyola, 1999.

PAULINO, R. A. F. *Comunicação e trabalho: estudo de recepção: o mundo do trabalho como mediação da comunicação*. São Paulo: A Garibaldi, 2001.

PELLEGRINI, T. “O mercado. A mídia.” In: *A imagem e a letra: aspectos da ficção brasileira contemporânea*. Campinas (SP): Mercado das Letras, 1999.

RAMOS, J. A. *Comunicação, Política e Culturas na Educação*. Curitiba, 2003. Dissertação (mestrado em Educação) – Setor de Educação, Universidade Federal do Paraná.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL, *Programa do Horário Eleitoral Gratuito*. Brasil, 14,15 e 18 out. 2002.

WILLIAMS, R. *Cultura*. Tradução: Lólio Oliveira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992, p. 9-31.