

## **Recuperando um leitor do passado Apontamentos metodológicos**

Marialva Barbosa<sup>1</sup>

### **Resumo**

O texto procura expor, ainda que de forma sucinta, os processos metodológicos empregados na pesquisa que ora realizamos, com o apoio da FAPERJ – Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro – e do CNPq, com o objetivo de recontar a 100 anos de história da imprensa do Rio de Janeiro pelo olhar do leitor. Nesta primeira fase, englobamos os 50 anos iniciais da pesquisa sob o título “Desvendando a face do público. 50 anos de imprensa do Rio pelo olhar do leitor”.

Expor os caminhos metodológicos realizados em uma extensa pesquisa que desenvolvemos e que se propõe a desvendar a face dos leitores dos principais periódicos do Rio de Janeiro durante cem anos, isto é, de 1900 a 2000, é em síntese o objetivo deste artigo. Para isso, partimos do pressuposto de que é possível recuperar a história dos leitores e das leituras a partir de um diálogo permanente entre público e meio impresso. Considerando-se que o texto não é mudo em relação ao leitor e que existe uma “invenção cotidiana” nas artes da leitura, empreendemos um verdadeiro diagnóstico dos leitores dos jornais mais populares do Rio durante 50 anos, ao mesmo tempo em que procuramos visualizar a construção textual realizada pelos próprios leitores.

Contribuímos com este estudo para a recuperação de uma história dos sistemas de comunicação, escrevendo um capítulo pouco conhecido da imprensa brasileira, na medida em que as análises existentes sobre o tema não consideram a imprensa como produção de discursos num circuito que vai do emissor e chega ao gestos do público.

---

<sup>1</sup> Marialva Barbosa fez pós-doutorado em Comunicação pelo CNRS/LAIOS, Paris, 1999 e é Doutora em História Social pela Universidade Federal Fluminense (1995). Professora Titular de Jornalismo da Universidade Federal Fluminense. Professora do Mestrado de Comunicação, Imagem e Informação da Universidade Federal Fluminense. Membro do Comitê Acadêmico da Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação.

São também raros os estudos, no campo da história da imprensa, que procuram recuperar o passado, entendendo essa recuperação como reconstrução de um dado espaço social, num tempo social considerado.

Um tipo de informação, desde a década de 1910, passa a ser uma leitura preferencial dos produtores de textos dos diários do Rio: as notas sensacionais. Abandonando as grandes digressões políticas, os periódicos passam a destacar em manchetes graficamente chamativas, em páginas inteiras editadas com profusão de ilustração e fotografias, aquilo que eles mesmos classificam como notas sensacionais.

Essas narrativas obedecem a uma lógica própria, na qual o narrador é encoberto pelos gestos, pelas palavras, pela vivência dos personagens presentes no seu relato ou está em igualdade com o herói da trama. Observando tudo através dos olhos daqueles personagens, o jornalista combina basicamente essas duas visões, compondo, por vezes, fórmulas textuais intermediárias.

Todorov ao estabelecer a tipologia da narrativa enumera três formas para seu desenvolvimento. No primeiro, o eu do narrador aparece através do ele do herói. Nesse caso, o narrador onisciente teria seu discurso suplantando a própria história. No segundo, o eu do narrador ficaria apagado por trás do ele do herói, compondo-se uma narrativa objetiva. E, finalmente, há ainda textos onde o eu do narrador estaria em igualdade com o herói. Para Todorov, toda narrativa combina várias visões ao mesmo tempo e pode-se configurar ainda de diversas formas intermediárias entre esses três níveis (TODOROV, 1979: 62-70)

A narrativa dos acontecimentos nessas páginas, por outro lado, implica numa integração do leitor ao mundo da leitura. Ao se identificar, sai de seu lugar natural (público) e se integra ao mundo do relato, para depois voltar ao seu lugar natural. Isso envolve, não apenas a questão do ato enunciativo em si mesmo, mas o gesto envolvido neste ato, o corpo que compõe o ato e, sobretudo, a inclusão de uma nova temporalidade e espacialidade, próprias de toda e qualquer enunciação.

Existe, pois, uma espécie de função de leitor, implícita em qualquer texto, da mesma maneira como implícita está a função de narrador. Assim, é possível recuperar o leitor – através de sua função de leitor - a partir da leitura.

É Todorov quem também trabalha com esta noção. Segundo ele, essa função de leitor estaria inscrita no próprio texto, com a mesma precisão que os movimentos dos personagens. Ao interpretar a leitura, ao se apropriar das mensagens de forma

diferenciada ou simplesmente ao proceder a uma interpretação, o leitor sai do mundo dos personagens e volta ao seu lugar natural, isto é, de leitor (1979: 150-151).

A importância de se estudar a imprensa carioca nos primeiros anos do século XX é decisiva, já que é no período que se cria uma prática de leitura extensiva, que prepara terreno para a formação de uma verdadeira leitura de massas (através da introdução de novos veículos de comunicação) nas décadas seguintes. O aparecimento da primeira revista verdadeiramente ilustrada, na década de 1920, (*O Cruzeiro*) que alcançaria vendagens recordes já nos anos 1940, não se dá por acaso. A rigor prepara-se na configuração das leituras da sociedade carioca e na formação dos gestos de leitura o terreno para o desenvolvimento de uma comunicação de massa nos anos que se seguem.

Evidentemente, que as condições políticas e econômicas são também decisivas nesse processo histórico, como também o desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação. Por outro lado, é preciso considerar também que a constituição de uma cultura de massa – localizável historicamente a partir dos anos 1930 – na capital da República não se daria de sofreguidão e as condições para tanto foram construídas nos anos anteriores. O desenvolvimento do rádio como meio mais eficaz de comunicação, durante o Estado Novo, coroa esta primeira fase massiva da comunicação brasileira, cuja segunda fase é inaugurada com o aparecimento da televisão já nos anos 1950.

#### Construção social dos auditórios

Embora as pesquisas sobre os usos da mídia e dos múltiplos processos de recepção proliferem já há uma quinzena de anos, os pesquisadores defrontam-se com numerosas dificuldades, tanto de ordem metodológica como de natureza epistemológica.

Rapidamente percebeu-se que a compreensão desses fenômenos é extremamente complexa, mobilizando simultaneamente um grande número de dimensões, seja de natureza simplesmente explicativa e pragmática, seja de dimensão epistemológica mais sutil, questionando-se a natureza do papel do observador dentro de um lugar – ou melhor – dispositivo de observação.

Evidentemente, o observador não é um “ator neutro”, diante daquilo que se propõe a observar. Tal como o público constrói os sentidos dos textos que lhes são dados no processo de troca receptiva, através de leituras diferenciadas e plurais, também o pesquisador constrói o seu objeto de análise a partir de uma inserção num mundo social.

Por tudo isso, falar de público é referir-se a duas vozes, ambas de natureza subjetiva e pressupondo uma construção ativa de sujeitos sociais, que ocupam, momentaneamente, lugares diferenciados: o de pesquisador e o de público.

Assim, se para dar voz ao público é fundamental visualizar as práticas de leitura, é necessário, neste desafio teórico-metodológico, perceber suportes e gêneros, interligando na análise essas três categorias. É considerar que este público, tenha ele o nome que tiver - telespectador, leitor, audiência - é também construído pelo olhar daquele que o observa. A princípio é o encontro deste telespectador ou deste leitor com o suporte e com a obra que possibilita a sua classificação, embora saibamos de antemão que este mesmo encontro é *a priori* e por natureza invisível.

As pesquisas de recepção são, sobretudo, estudos sobre o processo de construção social dos auditórios, através de olhares subjetivos dos pesquisadores. Estamos diante daquilo que Daniel Dayan chama “ficções de público”, produzidas pelos pesquisadores.

Para dar voz ao público é necessário, pois, considerar o encontro de um indivíduo socialmente construído com um texto materialmente escrito (CHARTIER, 1990), mas, ao mesmo tempo, deve-se visualizar nestas análises também a voz do pesquisador.

O público é produto de uma subjetividade imanente e desejável em qualquer análise. Além de ser inventado pelas obras e por suas formas, é reinventado pelo olhar do pesquisador.

Se a primeira premissa coloca em destaque a questão do gênero, a segunda materializa a construção do objeto a partir de um olhar político e social, lugar de produção emblemática de conhecimento válido (o do pesquisador), cujo reconhecimento deve-se, ao mesmo tempo, a este mesmo campo de representação simbólica.

Apesar de haver uma tendência nos estudos de comunicação de se falar de um texto particular, em função da natureza do suporte, é preciso considerar que o texto – leitura realizada a partir de um suporte – forma o público em função da materialidade do produto do qual este se apropria.

Portanto, nos últimos quinze anos a questão do público passou nos estudos de comunicação do lugar do esquecimento para o lugar da lembrança. Visualizando a própria configuração desses estudos, de forma bem ampla, observa-se que estes têm se revezado numa espécie de ciclos que ora enfatiza o poder da mídia, ora o poder da audiência.

Ao pessimismo dos frankfurtianos e à rigidez do conceito de aparelhos ideológicos do Estado, marcos da década de 1970, passou-se ao reconhecimento – num primeiro instante preliminar e nunca inequívoco – do papel ativo do leitor/espectador, o que permitiu que se superasse as concepções sobre o processo da comunicação enquanto manipulação por parte da indústria cultural de uma audiência dispersa e, sobretudo, passiva.

Reconhece-se, cada vez mais, que apesar de “leituras preferenciais” construídas no texto, o público pode decodificar a mensagem de forma negociada ou mesmo de forma oposta. Enfatiza-se, pois, o poder da audiência em produzir significados.

Dentro da ótica de que a materialidade do escrito informa sobre o público e suas formas de leitura, a passagem de uma obra de uma formatação para outra não muda apenas a sua materialidade, mas também a maneira como é apropriada. A obra deve ser entendida como resultado de uma dinâmica de colaboração: interpenetração do texto e pluralidade de intervenções que produz o texto, resultado sempre de um processo coletivo. É preciso também considerar como texto apenas aquilo que, de fato, o é e não proceder a uma análise que visualiza o não texto como também escrito numa textualidade.

O pesquisador que se preocupa com a comunicação deve perceber, pois, a ação comunicativa como um amplo e complexo processo no qual se inscrevem práticas (políticas, sociais e discursivas) de maneira articulada.

Se por um lado é necessário caracterizar práticas que se apropriam de maneira diferenciada dos materiais que circulam numa determinada sociedade, identificando as diferenças, por outro é preciso dar conta das práticas específicas que as produzem. Deve-se, pois, compreender, sobretudo, a historicidade das apropriações de um receptor, sujeito histórico e social.

O que se pretende é historicizar o lugar de recepção das mensagens e o sujeito histórico que as reelabora. A recepção, portanto, não é um processo redutível ao psicológico e ao cotidiano - embora se escore também nessas esferas - mas, sobretudo, cultural e político (LOPES, 1990).

O contexto deve ser, pois, central. Estudar o público é falar de sujeitos históricos, inseridos num mundo pleno de significados, no qual questões políticas, econômicas, ideológicas e culturais compõem o cenário macro-histórico-social.

Realizar estudos sobre o leitor/espectador não significa desconsiderar que “toda sociedade tende a impor sua classificação sobre o mundo social” e esta gera uma ordem

cultural dominante, embora não unívoca, nem incontestada. É essa a razão pela qual se pode, por um lado, decodificar uma mensagem de variadas formas e, por outro, perceber que existe um padrão de “leituras preferenciais” no qual se insere toda a ordem social.

Outra diretriz fundamental é a percepção de que os momentos de codificação da mensagem pelos meios de comunicação e os de sua decodificação pela audiência não são necessariamente equivalentes. Uma mensagem codificada com um determinado significado, pode ser decodificada em sentido diferente ou oposto pelo público. Apesar dessa *apropriação diferenciada*, um tipo de *leitura particular* tende a predominar. Isso porque, a vida social é organizada de maneira hierárquica a partir de significados dominantes ou preferenciais dos discursos (CHARTIER, 1990).

Assim sendo, teoricamente, alguns pressupostos a respeito da noção de *texto* devem ser considerados. Em primeiro lugar, é preciso perceber que, muitas vezes, os vários significados de um texto escapam à consciência do próprio autor. Sendo assim, há uma ambigüidade entre o significado e a intenção do autor. A intencionalidade do emissor é parte importante no processo de comunicação, mas o campo ideológico é mais amplo do que a própria intencionalidade.

A segunda questão em relação à noção de texto diz respeito a não uniformidade entre a linguagem que constrói o significado e o ato de leitura. Esse ato é, a rigor, um conjunto de múltiplos processos. Ler significa deslocar a atenção, reconhecer a relevância, compreender, interpretar e, finalmente, dar uma resposta. Uma resposta inserida num mundo cultural.

Num único ato de leitura, como num único texto, podem estar presentes discursos dominantes e de oposição, que assim constituem, mudam ou reforçam os valores e leituras da realidade, num nítido processo político. Os textos, de maneira geral, não reproduzem mecanicamente à ideologia dominante. O processo é mais complexo do que as noções reducionistas induzem. Os textos são sempre leituras preferenciais, mas não unívocas.

Compreender e, sobretudo, interpretar leituras e leitores plurais inseridos num contexto social e histórico, nos quais vivem e exercem o seu papel social, é o objetivo último daqueles que se aventuram no universo do público. Trata-se, pois, da predominância de uma visão histórica do mundo. E é no contexto dessas relações macro-sociais que se desenvolve o processo de recepção.

Apesar de metodologicamente apresentarem deficiências, os estudos de recepção vêm predominando no panorama latino-americano, com equipes trabalhando em projetos integrados e multidisciplinares.

O traço comum desses projetos é a tentativa de adotar os procedimentos metodológicos, que passam a considerar não apenas a estrutura e dinâmica da produção das mensagens, os usos e apropriações dos textos, mas a própria composição textual. Avança-se para além da análise qualitativa da audiência e de conteúdo, para uma metodologia que considera o lugar de recepção e as relações sociais e políticas advindas da complexidade do social. Assim, a preocupação com a audiência não quer dizer abandonar questões de natureza política, nas quais é central a problemática do poder.

Passa-se, pois, a reconhecer que apesar de “leituras preferenciais” construídas no texto, a audiência ou o público pode decodificar a mensagem de forma negociada ou mesmo oposta. Ou seja, enfatiza-se o poder da audiência em produzir significados.

Segundo Orozco Gomes, o que caracteriza esses estudos é a reflexão sistemática sobre os processos de percepção, negociação, apropriação/resistência dos diversos segmentos da audiência, utilizando, para isso, do ponto de vista metodológico, uma análise qualitativa (entrevistas de profundidade, histórias de vida, observação etnográfica, etc). Para Orozco é na recepção e não na emissão que se produz a comunicação (1993).

Já Jesus Martin-Barbero (1997), em seu clássico estudo sobre as mediações do processo de comunicação, a partir do conceito gramsciano de hegemonia, destaca que os dispositivos de mediação da mídia estão ligados estruturalmente aos movimentos que articulam a cultura: uma mediação que encobre os conflitos entre as classes, produzindo sua solução no imaginário e assegurando, assim, o consentimento ativo dos dominados. Embora reconheça o papel ativo da audiência, Barbero não abandona a idéia da preponderância da televisão na constituição da hegemonia.

Barbero também alerta para um tipo de idealização perigosa: a crença de que o leitor faz o que lhe der vontade. Ao mesmo tempo, segundo o pesquisador, há o perigo de desligar os estudos de recepção dos processos de produção, desconsiderando-se, por exemplo, a concentração econômica dos meios e a reorganização do poder ideológico da hegemonia política e cultural. A rigor o que o modelo das mediações propõe é o deslocamento da ênfase do eixo dominação política e ideológica da comunicação para a esfera da cultura e da subjetividade, sem perder de vista questões nitidamente políticas, como a problemática da hegemonia. Metodologicamente também desloca-se o olhar,

que toma uma configuração mais antropológica, do que sociológica e mais filosófica/psicológica, mas sem abandonar a questão política.

Outra observação diz respeito à questão da interpretação. É preciso ter em mente que as interpretações não são arbitrárias, estando sujeitas às limitações contidas no próprio texto. Falar de recepção é, pois, responder ao quem lê, o que lê, em que condições, e tudo isso é determinante para responder ao como lê e, finalmente, como se apropria das mensagens preferenciais que chegam até ele, leitor/espectador, elevado à categoria de público.

### **Hipóteses e Metodologia**

A hipótese principal da nossa pesquisa centra-se na idéia de que *a formação de uma sociedade de massas no Rio de Janeiro se deu, não como habitualmente se considera, a partir da implantação de veículos massivos, como o rádio, mas com a proliferação das leituras já na década anterior*. A possibilidade de formação de uma sociedade de massas é, pois, produto de um longo processo no qual a criação do público se dá pelo cruzamento de construções textuais dos periódicos que adaptam seus conteúdos às exigências desses leitores.

Pretende-se, pois, mostrar de que forma o mundo é apreendido, como produção de sentidos, nesse instante crucial do ponto de vista político e cultural do país e de que forma esses leitores preferenciais compreendem aquelas mensagens, inserindo-as num mundo pleno de significados.

Através da visão do público chegaremos ao espaço social e, sobretudo, a construção de uma história da imprensa, no qual o leitor tem lugar central.

Se o texto é o resultado de uma dupla construção autoral – autor e leitor (público) – a nossa outra hipótese centra-se na visão de que *o texto massivo construído nas décadas seguintes já vinha sendo elaborado nos periódicos desde a década de 1920*. Esses mesmos conteúdos, com significações que perduram na longa duração, são ainda hoje reconstruídos, por exemplo, nos programas de maior audiência da televisão brasileira.

Do ponto de vista metodológico procuraremos realizar a pesquisa criando um terceiro modelo para os estudos de recepção, no qual se abandona a idéia sociográfica, centrada em variáveis sociodemográficas e comportamentais, recusando também uma



certa concepção bipolar existente no modelo cultural proposto inicialmente por Michel de Certeau (1996).

Consideramos, do ponto de vista metodológico, ser possível realizar estudos de recepção sem privilegiar a idéia de ruptura ou dualidade entre oferta/demanda, de certa forma inspirada por uma sociologia das ciências e das técnicas. Nesse terceiro modelo, os atores e dispositivos são modificados pela interação existente entre eles. O texto recebido pelos leitores se atualiza a partir dos usos. É, portanto, o próprio público que hierarquiza os conteúdos, que formula os textos, que dá sentido a esta impertinente ausência.

Como os produtores, os usuários realizam um trabalho específico, no qual são construídas diversas traduções que permitem, por sua vez, operar novas aproximações entre os universos dos usuários e os dispositivos técnicos, uns e outros claramente especificados. Os objetos são, pois, os mesmos, mas os dispositivos técnicos ganham sentido somente quando colocados em relação aos usos, ao em torno, ou seja, em relação à cultura. São os processos, as ferramentas e os atores que dão sentido aos dispositivos. Ou usando a terminologia de Chartier são, além dos processos, a materialidade encontrada nesta relação e na apropriação realizada pelos atores sociais envolvidos numa nova leitura.

Para isso, utilizamos como fonte de análise preferencial as páginas dos periódicos, considerando a existência de textos e paratextos, construídos e resignificados pelo leitor. Através destes textos, recuperamos também os gestos de leitura e a história dessa gestualidade, inscrita na própria configuração da história do jornalismo brasileiro.

Além disso, outras fontes secundárias, tais como arquivos pessoais, cartas de leitores e uma série de documentos que podem também informar sobre a construção e a compreensão de sentido dos jornais mais importantes do Rio de Janeiro em quatro décadas decisivas de sua história.

É importante frisar que, embora inserido num tempo passado, o que nos interessa enquanto pesquisador é compreender as significações de mensagens comunicacionais que não se inscrevem apenas no seu tempo. Compreender a simbolização das mensagens de comunicação só é possível, ao nosso ver, quando entendemos a construção dessa significação num processo de longa duração.

Assim, o que está em jogo nessa pesquisa – embora se refira em teoria aos cinquenta primeiros anos de um século já passado – é uma atualidade extremamente

presente. A ruptura diante de novas tecnologias naquele momento, atualiza-se no cotidiano. Compreender a significação dessa ruptura por um leitor, elevado à categoria de público, é entender um pouco da construção inteiramente paratextual existente e realizada pelo público das novas tecnologias informacionais na contemporaneidade.

### **Referências bibliográficas**

BOURDIEU, Pierre. La Distiction. Critique sociale du jugement. Paris: Gallimard, 1987.

CANCLINI. Culturas Híbridas. São Paulo: UNESP, 1997.

\_\_\_\_\_. Consumidores e cidadãos. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

CERTEAU, M. A invenção do cotidiano. Artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 1996

CERTEAU, M. A cultura no plural. Petrópolis: Vozes, 1994.

CHARTIER, Roger. A história cultural: entre práticas e representações. Lisboa: Difel, 1991.

DAYAN, Daniel. “Les mystères de la réception”. In: Débat, 71, 1992.:

FUENZALIDA, Valerio. “La influencia cultural de la televisión”. Dialogos de la Comunicación. 17, jun. 1987.

HALL, Stuart. “Encoding/decoding in television discourse”. In HALL,

S. et alli (eds.). Culture, media, language. Londres: Hutchinson, 1981.

HERCOVITZ, Heloiza G. “A pesquisa em comunicação na América Latina: desafios dos anos 90”. In: Comunicação & Sociedade, Ano XIII, nº 23, jun. 1995.

LOPES, Maria Immacolata V. “Estratégias metodológicas de pesquisa de recepção”. In: Revista Brasileira de Comunicação. São Paulo, vol. XVI, nº 2, jul-dez. 1993.

LOPES, Maria Immacolata V. “Recepção dos meios, classe, poder e estrutura”. In: Comunicação & Sociedade, nº 23, São Paulo, jun. 1995.

LOPES, Maria Immacolata V. Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Loyola, 1990.

LULL, James. “La estructuración de las audiencias masivas”. In: Dialogos de la Comunicación, nº 32, mar. 1992.

BARBERO, Jesus Martin. “De los medios a las prácticas”. In: Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales. nº 1, México: Universidad Iberoamericana, 1990.

BARBERO, Jesus Martin. Dos meios às mediações. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

O'CONNOR, A. "The emergence of cultural studies in Latin America". In: *Critical Studies in Mass Communication*, 8, 1993.

OROZCO GOMEZ, Guilherme. "Paladeando vinos y saberes". In: *Chasqui*, nº 44, 1993.

\_\_\_\_\_. "La investigación de la recepción y la educación para los medios". In: *Comunicação & Política*, Ano XII, nº 2.

\_\_\_\_\_. "Recepción televisiva: tres aproximaciones y una razón para su estudio". *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*. México, nº 2, 1991.

PORTO, Mauro Pereira. "Televisão, audiências e hegemonia: notas para um modelo alternativo na pesquisa de recepção". In: *Comunicação & Política*, Vol. III, nº 3, set-dez. 1996.

Revue *Hérmès* 11-12. "À la recherche du public". Paris: CNRS, 1993.

SILVERSTONE, Roger. *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu, 1996.