

## Percepção da expressão literária sob tempos de bombardeio midiático

Instituto de Artes — Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)  
Comunicação Social com Habilitação em Midialogia  
Disciplina CS106 — Métodos e Técnicas de Pesquisa e Desenvolvimento de Produtos em Midialogia (Docente: Prof. Dr. José Armando Valente)  
Gustavo Garcia de Andrade (RA: 169311)

**Resumo:** A multiplicidade de meios de comunicação altera nossa percepção sobre o mundo, assim como os livros. Essa mesma pluralidade altera a percepção sobre os próprios livros, trabalhando principalmente no campo do imaginário visual. A pesquisa bibliográfica e um questionário foram conjugados para compreender a expressão literária neste contexto, e foi visto que o cinema e a televisão são os principais atores nessa alteração de percepção. Além disso, todas as pessoas que responderam ao questionário consideram o livro uma mídia.

**Palavras-chave:** leitura; influência midiática; livros e mídias; meios de comunicação.

**Abstract:** The multiplicity of communication means alters our perception over the world, as books also do. This same plurality alters our perception over books themselves, working mainly on our visual imagination domain. The developed bibliographic research and a questionnaire were combined to help understand literary expression inside this context, and it was observed that movie theaters and television play the largest roles in this perception alteration. Besides that, everyone who answered the questionnaire consider the book as a media.

**Keywords:** reading; media influence; books and media; means of communication.

### Introdução

Literatura é subjetividade escrita a partir da realidade objetiva, através de alguém que a escreve. Ou seja, trata-se da transformação de interpretações da realidade em narrativa. Essas interpretações que originam um enredo, por sua vez, são assimiladas por quem lê a obra literária, o que forma uma terceira via de significados (sendo as duas primeiras aquela fornecida pela realidade e a interpretada por quem escreve, respectivamente). O livro, unidade que é portadora e originada de literatura – pois, junto a todos os outros livros, forma o que consideramos literatura, ao mesmo tempo em que é formado por uma expressão literária – é uma entidade expansiva de possibilidades interpretativas, uma vez que “a leitura do mundo precede sempre a leitura da palavra e a leitura desta implica a continuidade da leitura daquele.” (FREIRE, 1982). Desta forma, os livros são elementos, quando acessíveis, fundamentais para a construção ideológica.

Quanto a essa construção, veremos especialmente aquela que se articula por outros meios de comunicação. Isto porque existe uma tríplice relação autoria-obra-público (CANDIDO, 2006) – onde quem escreve faz conexão entre a obra e o público (por ser a pessoa que produz e permite a disseminação da ideia), o público é uma conexão entre o livro e quem o escreveu (já que fornece a compreensão sobre o impacto da obra, através do retorno crítico ou *feedback*) e a própria obra é uma ponte entre a pessoa que a escreveu e o público (visto que é produzida pela primeira e lida por quem compõe o segundo) – composta não por elementos isolados em qualquer tipo de bolha cultural hermética, mas fazendo parte de um contexto midiático múltiplo como suas formas (PELLEGRINI, 1986).

Pensando nisso, e tendo um interesse por leitura e escrita que foi ensejado pela facilidade

de publicação dos *blogs*, além de o ter expandido pela presença das comunidades literárias que utilizam as mídias sociais, vejo os livros como complementos narrativos que expandem a compreensão de tudo aquilo que percebemos, fomentando a construção das concepções próprias de quem lê e vê o mundo e seus produtos comunicativos, complementando-se tanto pela influência estática de outros trabalhos literários até a dinâmica narrativa dos produtos cinematográficos e a informacional dos *websites* de notícia (PELLEGRINI, 1986).

Neste artigo, trabalharei e questionarei o livro (i.e., as manifestações escritas da expressão literária) (OLIVEIRA, 2010) enquanto um meio inserido na lógica atual de meios de comunicação em massa, já que – mesmo não sendo certa sua caracterização como “em massa” – sua percepção é de fato alterada pelo espetáculo e bombardeio imagético contemporâneos (PELLEGRINI, 1986).

Não será preocupante que as formas de estabelecer e relacionar significados a partir das matrizes verbal, visual e sonora sejam diferentes (SANTAELLA, 2005), já que no tocante ao escopo deste artigo será possível relacionar a compreensão do livro à das outras mídias, tendo em vista que a relação texto-contexto, em que é necessário que se conjugue a informação recebida àquela já presente no repertório de quem a recebe, é a última instância de recepção das informações que vierem de quaisquer fontes (EPSTEIN, 1997), o que pode ser articulado com o último dos três passos de recepção literária descritos por Faller (2015):

(...) a leitura em si, de material impresso, requer alguns procedimentos importantes: a) decodificação (decifração de códigos); b) simbolização (capacidade de produzir imagens internas àquilo que não é real; c) relação texto-contexto (a leitura requer ativação dos conhecimentos de que o leitor dispõe). (...) A tecnologia do livro, do rádio e da televisão não são antagônicas entre si, são complementares, pois o conjunto dessas tecnologias forma o conjunto da percepção humana. (FALLER, 2015)

Por conta disso, estudar a alteração, pelos meios de comunicação, da compreensão dos livros também é o estudo da percepção de espectadores em relação a essas mídias (rádio, televisão, internet, jornal e cinema, especificamente), algo expressivamente relevante ao conjunto de estudos em comunicação social, ainda mais em um de abrangência tão plural como o de Habilitação em Midialogia, pois: uma vez que o trânsito de informações depende da construção conjunta por todos seus agentes (em um esquema moderno onde receptores e emissores se confundem e miscigenam) (NETTO, 1980), e lembrando que “o leitor participa da construção do texto no momento em que traz para dentro de si seus próprios códigos” (FALLER, 2015), o que será analisado, de fato, é a construção individual de repertório nos alunos estudados.

Durante a pesquisa, não foi considerada a qualidade dos materiais literários consumidos, por ser uma característica demasiadamente ampla e individualmente interpretável, ultrapassando o alcance e a objetividade do projeto desenvolvido. Assim, estudarei a percepção da literatura simplesmente como uma narrativa formada pelos seguintes elementos concretos, conforme Gomes (2012): cenário (contextos e lugares onde ocorrem as ações), enredo (sucessão de fatos e ações durante a narrativa), tipo de narração (pessoa e tom do narrador), personagens (arquétipos psicológicos representados em entidades que realizam ações, possuem uma relevância inata e desempenham alguma espécie de função durante o enredo) e interações entre os anteriores.

Ainda, as cinco mídias escolhidas para a análise no questionário online (jornal, televisão, cinema, internet e rádio) e levadas em conta durante toda a relativização quanto à percepção literária foram delimitadas por representarem as matrizes verbal, visual e sonora (SANTAELLA, 2005) e suas intersecções – sendo a verbal e visual representada pelo jornal, a

exclusivamente sonora pelo rádio, a sonora e visual (ou audiovisual) pela televisão e o cinema, e a audiovisual e verbal, pela internet.

É importante notar que os trabalhos desenvolvidos sobre literatura em tempos de mídia abordam análises sociais – que serão pontualmente levadas em conta ao final – extensas (PELLEGRINI, 1986) ou até algumas discussões superficiais quanto à concepção de literatura e sua relação com as mídias (BULHÕES, 2012) que opinam em vez de explicitar um estudo, e nenhum dos artigos com que tive contato foi desenvolvido de forma a esclarecer sobre a influência direta dos meios de comunicação na compreensão literária. Sendo assim, é pertinente discutir: Qual a influência dos meios de comunicação na leitura, em relação a esses cinco elementos descritos acima? A facilidade de obtenção das informações pelos meios mais dinâmicos de comunicação (como televisão e internet) afeta os hábitos ou a compreensão da leitura? O livro é, também, percebido como uma mídia por quem estuda Comunicação Social no Instituto de Artes da Unicamp?

### **Objetivos**

Estabelecer a relação da percepção de elementos literários a partir das mídias jornal, televisão, cinema, rádio e internet segundo os alunos de Midialogia. Para isso, foi necessário:

- a) Estudo de bibliografia referente à literatura que a relacionasse às mídias contemporâneas;
- b) Elaboração do questionário online;
- c) Estabelecimento da população de interesse e consequente cálculo de amostra para questionário;
- d) Execução do questionário-teste com uma parte pequena da amostra;
- e) Elaboração e execução do questionário online final com toda a amostra;
- f) Categorização das respostas dissertativas;
- g) Análise das respostas dissertativas categorizadas e das alternativas, baseando-me na bibliografia pesquisada.

### **Metodologia**

Para a escrita deste artigo, foi executada uma pesquisa qualitativa e quantitativa que tomou um viés descritivo. O questionário, a partir do qual foi desenvolvido o estudo de campo que embasou a pesquisa, foi interpretado através de uma bibliografia retirada de publicações do INTERCOM e da revista Líbero, da faculdade de comunicação Cásper Líbero, além de teses disponíveis no Sistema de Bibliotecas da Unicamp.

A aplicação das questões foi feita em uma amostra, definida através de cálculo amostral (GIL, 1999), de 30 alunas e alunos do curso de Midialogia da Unicamp. Para isso utilizei a plataforma Google Forms, encadeando perguntas que situavam as pessoas no teor do trabalho ao mesmo tempo que progressivamente aumentavam de complexidade. Apliquei o questionário em uma amostra-teste, anteriormente à aplicação final, e ajustei duas perguntas para que ficassem mais claras a fim de permitirem respostas mais completas.

A questão que continha o maior dos núcleos de interesse da pesquisa (como a/o participante entendia que as mídias influenciavam seu modo de perceber os livros) era, também, a única dissertativa, e, portanto, era a que mais permitia respostas pessoais. Para realizar a análise delas, precisei separá-las (GIL, 1999) segundo critérios que pudessem tanto englobar diferentes respostas quanto permitir que cada resposta correspondesse a uma só categoria.

Baseando-me na bibliografia pesquisada, analisei as respostas do questionário, tendo como atividade final a redação deste artigo.

## Resultados

Realizados a leitura e o fichamento dos textos escolhidos, selecionei as respostas sem mínimo valor analítico, onde foram excluídas quatro. A seguir, delimitei as questões das quais minha análise de fato dependia, havendo a presença de certas perguntas simplesmente para situar a pessoa questionada no teor da pesquisa. Assim, delimitei minha análise a três perguntas: a questão 3, a questão 4 e a questão 6 (ver apêndice), por serem elas realmente esclarecedoras sobre os temas trabalhados.

Na primeira questão analisada, onde inquiri sobre os meios que influenciavam a leitura, obtive as seguintes respostas:

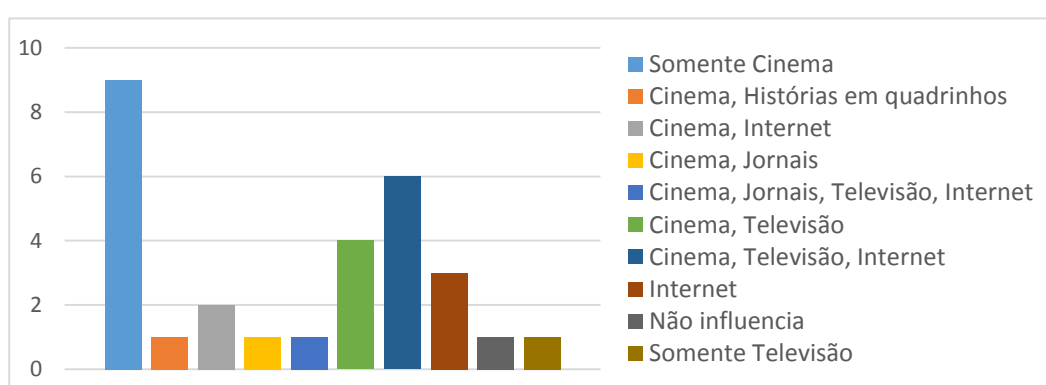


Gráfico 1 – respostas à questão 3

É importante notar a proporção de escolha de cada meio, uma vez que a questão permitia a múltipla resposta, conforme visível no gráfico 1: “Cinema”, majoritário, foi escolhido como resposta por 24 pessoas, compondo 61,5% das 39 analisadas. Já “Televisão”, por 12 pessoas, somando 30,77% das respostas. “Internet” foi escolhida por 10, representando 25,6%. “Jornal” foi o meio influenciador de somente 2 pessoas, somando 5,12% das respostas. “Histórias em Quadrinhos”, um meio adicionado no campo “Outros” conforme era possível no questionário, representou uma resposta, ou 2,56%. Nota-se que a resposta “Rádio” não foi escolhida por nenhuma pessoa que passou pelo questionário.

Para simplificar a análise, foi necessária a diferenciação (GIL, 1999) entre as matrizes dominantes (SANTAELLA, 2005) de cada mídia, a fim de poder explicitar melhor um padrão de influência. O jornal e as histórias em quadrinhos foram considerados enquanto caracterizados pelas matrizes verbal e visual; o cinema e a televisão pelas matrizes sonora e visual; e a internet pelas três matrizes. Assim, percebemos as seguintes dominâncias de matrizes:

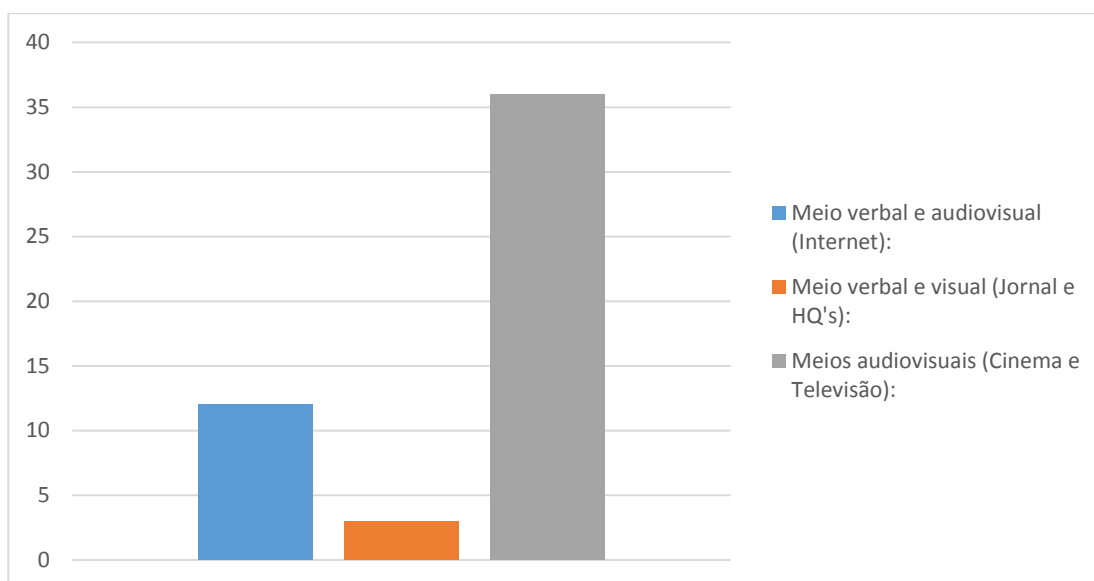


Gráfico 2 – respostas à questão 3 segundo suas matrizes

A matriz audiovisual compôs a maioria, com 36 respostas ou 90%, conforme indicado no gráfico 2, com a matriz verbal e visual somando 7,7% ou 3. A verbal e audiovisual, como representante de 12 pessoas, ou 30,77%, demonstrou a influência da internet na percepção de integrantes do curso de Midialogia quanto à expressão literária. Para ter ainda mais certeza na análise, categorizei as respostas dissertativas segundo as recomendações do livro “Métodos e Técnicas de Pesquisa Social”, de Antonio Carlos Gil (1999), terminando em quatro categorias de resposta: aquelas que referiam-se a uma expansão da percepção visual (i.e., indicavam uma influência dos meios de comunicação na imaginação imagética de cenas, personagens, enredo etc.); aquelas que se referiam à expansão da percepção não-visual (ou seja, que caracterizaram a influência dos outros meios como uma adição ao repertório sobre a narrativa, ou então como uma alteração do processo de leitura proveniente da pluralidade de dinâmicas das outras mídia); as que mostravam um aprofundamento na compreensão dos elementos literários decorrente do contato com outras mídias (critério superficialmente similar ao anterior mas em que se refere à discussão sobre os temas trabalhados nos livros e até à utilização da internet como dicionário, por exemplo); e a que indicava uma fomentação direta do interesse pela leitura. Desta forma, pude agrupar as respostas e assim elaborar o gráfico a seguir:

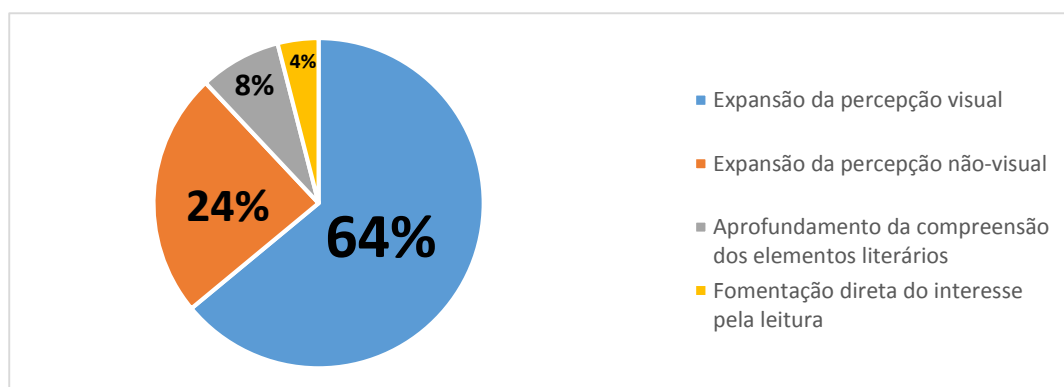


Gráfico 3 – Respostas à questão 4, dissertativa, segundo suas categorias

Claramente, tomando como base as porcentagens exibidas no gráfico 3, a percepção visual é a mais atingida (em quem cursa Midialogia) pela multiplicidade de acesso a meios de comunicação.

Quanto à última questão considerada relevante para esta análise, que indagava sobre a percepção das pessoas quanto ao livro enquanto mídia, notou-se uma unanimidade entre os integrantes da amostra pesquisada: todas as pessoas questionadas responderam que consideram o livro uma mídia, segundo o critério de “mídia” estabelecido pela pergunta, nominalmente: um suporte de difusão da informação que serve como um meio intermediário de expressão capaz de transmitir mensagens.

## **Discussão**

É importante retomar a relevância do fato de estarmos vivendo em uma época de multiplicidade de meios de comunicação, onde os instrumentos midiáticos não somente disputam entre si, como também somam suas narrativas através das divergências tecnológicas e convergências de conteúdo. Não obstante, o livro continua mostrando-se uma parte importante da vivência cultural da juventude brasileira (HÁBITO, 2011), ainda que isso ocorra mais flagrantemente com a população pertencente, economicamente, à classe média e estratos de renda superiores (SILVEIRA, 2010). Segundo Pellegrini (1986), já que a pessoa leitora está sempre inserida em algum contexto social e cultural, não se pode simplesmente “discutir o ‘sentido’ de uma narrativa, por exemplo, sem se referir a quem vai lê-lo e como, quando e onde isso vai ser feito” (PELLEGRINI, 1986). Desta forma, aqui foi trabalhada a inserção clara da expressão literária em um meio de múltiplas fontes, matrizes e estilos de informação. Essa expressão, além de também ser passada por uma mídia (o livro), tem sua percepção alterada pelas matrizes midiáticas, principalmente a visual e com preponderância de alteração por meios audiovisuais, mais especificamente o cinema e a televisão. A afirmação de Pellegrini (1986) se mostra certa, uma vez que ficou clara – inclusive e especialmente às leitoras e aos leitores questionados – a influência do contexto cultural na percepção da literatura. Em tempos de mídias majoritariamente imagéticas (OLIVEIRA, 2010), não seria difícil teorizar que os meios mais influentes seriam os resultantes, nem que a percepção mais atingida fosse a visual.

## **Considerações Finais**

O artigo foi sendo melhor desenvolvido à medida do aprofundamento das leituras, onde fui percebendo mais a ótica que gostaria de trabalhar enquanto pesquisava sobre o tema da literatura em um cenário de inúmeras mídias, fosse pelo afastamento das ideias de Bulhões (2012) ou pela aproximação do espírito desenvolvido no artigo de Pellegrini (1986).

Ainda assim, houve uma dificuldade facilmente perceptível: a falha na comunicação com os alunos do Cursinho Popular Resposta da unidade Centro, com quem queria também realizar a pesquisa, mas com os quais não tive oportunidade de me comunicar além de dois dias desde o início das aulas na unidade, tendo sido obrigado a pedi-los que respondessem o questionário por um aplicativo de celular, esforço que rendeu somente três respostas (sendo que eram necessárias 30). Mesmo assim, pude tecer meu artigo somente com as respostas de alunas e alunos de Midialogia, sendo obrigado a mudar um pouco meu viés, mas não desviando nem um pouco do teor analítico inicial.

O horizonte para este tipo de pesquisa é bem amplo: para prosseguir na minha intenção, poderia ser feita uma pesquisa, com foco mais fechado, sobre quais elementos visuais têm sua



percepção mais alterada pelas mídias: as feições, os cenários (dentre estes, exemplarmente, as casas ou os bosques?) ou as cenas de batalha, por exemplo?

Além disso, a pesquisa poderia ser aliada a estudos neurológicos que investigassem as áreas do cérebro que são estimuladas pelas mídias visuais e quais delas também são acionadas pela leitura de livros, a fim de tecer um estudo de maior qualidade e relevância acadêmica. Isso abriria um campo para questões do tipo: “Qual gênero literário mais estimula a imaginação visual?”, e “Quais passagens dos livros pertencentes a esse gênero mais o fazem?”, que provavelmente estimulariam discussões nos meios acadêmicos e literários.

## Referências

BULHÕES, Marcelo. **Mídia e Literatura:** tematizações, correlativos, conexões. *Líbero*, São Paulo, v. 15, n. 19, p.101-110, jun. 2012.

CAMPBELL, Joseph; MOYERS, Bill D.; FLOWERS, Betty Sue (Coaut. de). **O poder do mito**. São Paulo, SP: Palas Athena, 1990. 242 p., il.

CANDIDO, Antonio. **Literatura e Sociedade**. 9ª ed. Rio de Janeiro, RJ: Ouro sobre Azul, 2006.

EPSTEIN, Isaac. **O Signo**. 5. ed. São Paulo, SP: Ática, 1997. 80p., il.

FALLER, Larissa Casagrande. **Livro e leitura diante do potencial da mídia televisiva**. [s.d.]. Disponível em: <<http://www.revistatxt.teiadetextos.com.br/01/larissa2.htm>>. Acesso em: 20 de março de 2015.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler:** em três artigos que se completam. São Paulo, SP: Autores Associados: Cortez, 1982. 96p.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOMES, Silvia Souza. **Apostila de Literatura**. Juiz de Fora, MG: UFJF, 2012. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/cursinho/files/2012/05/Apostila-de-Literatura-Silvia-Souza-Gomes-UFJF-2012.01.139.pdf>>. Acesso em: 25 mar. 2015.

HÁBITO. **Hábito da leitura cresce entre crianças e jovens brasileiros**. 2011. Disponível em: <<http://www.diariodasaude.com.br/news.php?article=habito-leitura-entre-criancas-adolescentes&id=6592&nl=nlds>>. Acesso em: 01 abr. 2015.

NETTO, Teixeira Coelho. **Semiótica, Informação e Comunicação:** Diagrama da Teoria do Signo. 4ª ed. São Paulo, SP: Perspectiva, 1980. p.195-215.

OLIVEIRA, Maria de Lourdes Abreu de. Literatura e mídia: uma reflexão crítica. **Verbo de Minas**, Juiz de Fora, v. 9, n. 17, p.76-84, jun. 2010. Semestral. Disponível em: <[http://www.cesjf.br/revistas/verbo\\_de\\_minas/edicoes/2010/08\\_MALOURDES.pdf](http://www.cesjf.br/revistas/verbo_de_minas/edicoes/2010/08_MALOURDES.pdf)>. Acesso em: 06 abr. 2015.

PELLEGRINI, Tânia. **A literatura e o leitor em tempos de mídia e mercado**. 1986. Disponível em: <<http://www.unicamp.br/iel/memoria/projetos/ensaios/ensaio33.html>>. Acesso em: 04 abr. 2015.

SANTAELLA, Lucia. **Matrizes da linguagem e pensamento:** sonora, visual, verbal. 3. ed. São Paulo, SP: Iluminuras: FAPESP, 2005. 431 p., il.

SILVEIRA, Flavio Eduardo. Instituto de Pesquisa Meta (Org.). **Hábitos de Informação e Formação de Opinião da População Brasileira:** Relatório Consolidado. [s.l.]: Meta Pesquisas de Opinião, 2010. 62p. Disponível em: <<http://www.fenapro.org.br/relatoriodepesquisa.pdf>>. Acesso em: 31 mar. 2015.

## Bibliografia

CANCLINI, Nestor. **Leitores, espectadores, internautas.** São Paulo, SP: Iluminuras, 2008. Disponível em: <[http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/itau\\_pdf/000726.pdf](http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/itau_pdf/000726.pdf)>. Acesso em: 20 de mar de 2015.