

Leitores enquadrados: a representação do livro e dos leitores em expressões culturais e midiáticas¹

Tatiana Siciliano
Joana Beleza

Introdução

Nem todos os livros se leem da mesma maneira. Romances, por exemplo, existem para serem devorados. Lê-los é uma volúpia da incorporação (Benjamin, 2011: 261).

Em *Uma mulher lendo*, quadro de 1872 do impressionista Claude Monet, uma moça é apresentada durante a prática da leitura, portando um vestido comprido rosa claro e um chapéu da mesma cor, que lhe conferem uma aparência delicada. A leitora está sentada ao ar livre, sob a sombra de uma árvore e tem os olhos fixos em um livro, que segura entre as mãos. Concentrada na leitura, parece confortável: o semblante é sereno e a postura corporal relaxada.

Considerando-se os processos comunicativos como práticas socioculturais, este trabalho busca refletir de que forma o livro e a leitura são representados a partir das clássicas pinturas *Uma mulher lendo* (1872), de Claude Monet, e *Jovem mulher lendo* (1866-1868), de Gustave Coubert e duas recentes telenovelas: *Avenida Brasil* (2012), de João Emanuel Carneiro, e *Amor à vida* (2013), de Walcyr Carrasco, ambas exibidas no horário nobre da Rede Globo. A intenção é compreender como o livro e os leitores foram representados nas expressões culturais e midiáticas analisadas e como tais narrativas operam na construção de memórias, entendendo representações sociais como categorias de pensamento construídas e partilhadas socialmente, e, portanto, relacionadas aos seus contextos históricos, condicionando práticas sociais, convenções, produzindo repertórios comuns que corporificam ideias e inspiram condutas (França, 2004; Moscovici, 2011). Entendemos que tais imagens

veiculadas nas telenovelas se transformam em símbolos de um “imaginário social” – uma matriz com repertórios comuns (Maffesoli, 2001) – e produzem “memórias coletivas” (Halbawachs, 2006). Deixarão seus vestígios e rastros como documentos (Le Goff, 1990), como “lugar de memória” (Nora, 1984). O objetivo, em resumo, é compreender como a prática de leitura foi representada imagetivamente, avaliando que pinturas e telenovelas, lidas a partir de seus contextos sociais, comunicam algo sobre a nossa sociedade, oferecendo mitos e narrativas (Kellner,2001).



Figura 1 - *Uma mulher lendo* (1872) – Claude Monet

Manguel (2011) observa a potência narrativa das imagens e sua importância estrutural no processo de pensamento, sustentado pelo clássico argumento aristotélico: “quando lemos imagens, sejam elas pintadas (...) ou encenadas, atribuímos a elas o caráter temporal da narrativa”. O acúmulo dessas imagens constrói um acervo múltiplo e global que permite uma enorme combinação no processo de criação de novas imagens, uma vez que “construímos nossas narrativas por meio de ecos de outras narrativas” (Aristóteles apud Manguel, 2011: 28).

A pintura de Monet, lida através de seus signos, comunica uma cena recorrente no século XVIII: as mulheres como público leitor de romances. Gustave Coubert também apresenta sua leitora, na segunda metade do século XIX, no quadro *Jovem mulher lendo*. Entretida, parece entregue à “volúpia da incorporação” sobre a qual se refere Benjamim na epígrafe. A moça enquadrada na tela tem a natureza como

fundo pouco discernível, do ponto de vista de seus elementos constituintes. Seu deleite é expresso pela concentração e pela postura corporal relaxada, da qual cai displicentemente a alça do vestido, deixando o espectador vislumbrar parte de seu seio, sem, contudo, mostrá-lo inteiramente. A moldura da natureza e a concentração da leitora apontam para um encontro de prazeres que despertam os sentidos, apresentando o leitor como um “caçador que se apropria do texto e se transporta para outras terras (...)” (Certeau, 2008: 260). Mundos imprevisíveis e intimamente prazerosos conduzidos pela prática da leitura.

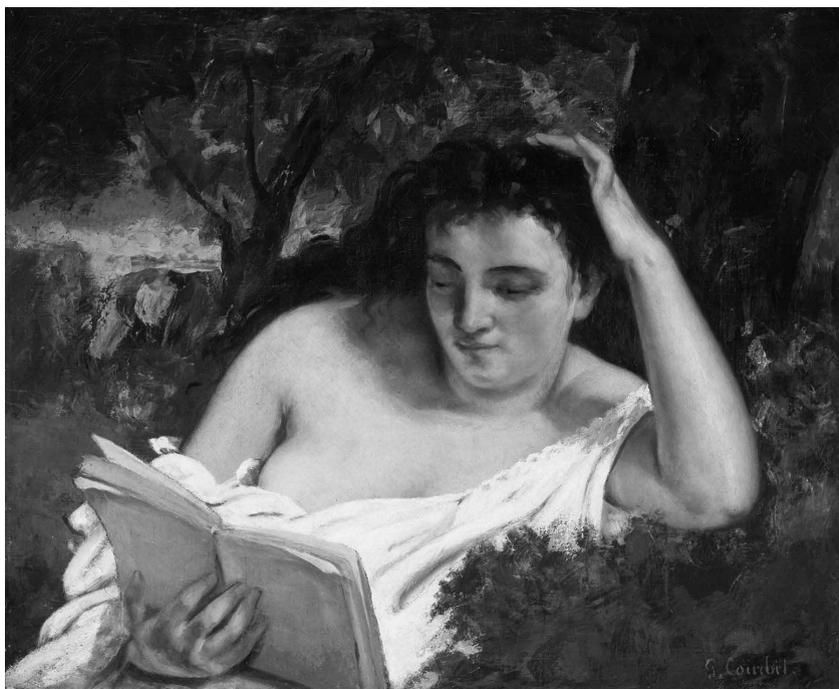


Figura 2 - *Jovem mulher lendo* (1866-68) – Gustave Courbet

Não por acaso a figura feminina esteve representada lendo nas pinturas dos séculos XIX e XX. O público leitor cresceu consideravelmente no século XVIII, com a “ascensão do romance”, gênero que conquistou especialmente camadas médias emergentes e mulheres. Embora fossem mais onerosos do que alguns ingressos do teatro popular, os romances conferiam mais autonomia de fruição em relação ao eixo espaço-tempo. As mulheres, impedidas de usufruir das diversas atividades “masculinas” de lazer e negócios, naturalmente constituíram-se consumidoras do gênero. A industrialização e a necessidade de criar e ampliar mercados consumidores impulsionou a oferta de romances e o estímulo à leitura. Sublinha-se, portanto, a importância do romance como gênero movimentador de um mercado consumidor

mais amplo, configurando-se como cultura de massa. Nos termos benjaminianos, em “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica” (1996), as técnicas de reprodução “refuncionalizam socialmente” a produção artística e as questões estéticas, levando à criação de obras visando à reprodutibilidade (Santiago, 1994). Pode-se dizer que o romance não nasce para ser apreciado por poucos nos limites das bibliotecas, mas para ser reproduzido em série, atendendo ao mercado. Serve mais ao entretenimento do que ao conhecimento e à autenticidade. Não é valorizado por seu valor de culto, – na perspectiva do mercado editorial –, mas por sua capacidade de exibição (no universo literário, leia-se “tiragem”).

O termo romance se consagra somente no final do século XVIII (Watt, 2007), trazendo descrições literárias mais realistas das experiências humanas e mais veracidade e particularidade aos personagens. Rompe, portanto, com a abordagem universal de outrora, que se propunha propagar “valores morais imutáveis”, baseados em enredos da epopeia clássica. Daí Watt (2007) considerar o gênero em sintonia com a nova visão de mundo moderna, de orientação mais individualista. Campbell, em *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*, sublinha a importância da ascensão do romance para o novo tipo de sensibilidade emergido da modernidade – o “hedonismo moderno” – que, em contraposição ao “tradicional”, desloca o prazer da experiência sensorial para a estimulação emocional, na qual os sujeitos constroem imagens mentais a partir dos mecanismos da imaginação, aproximando-nos das práticas do devanear e fantasiar – experiências comumente buscadas nos romances.

Outro aspecto analítico a destacar refere-se ao gestual do leitor, condicionado muitas vezes pelos diferentes suportes de escrita e suas determinações posturais e espaciais. Os rolos de papiro ou pergaminho da antiguidade, por exemplo, conduziam à certa posição do corpo por serem lidos de forma horizontal e com o apoio imprescindível de ambas as mãos para “segurar e desenrolar” o texto (Belo, 2008: 26). Os rolos expunham, por vez, apenas pequenos fragmentos da escrita, o que impedia apontamentos simultâneos à leitura. O surgimento do códice (códex), na era Medieval, organizando a escrita em “cadernos, folhas e páginas”, “facilmente transportável” – estrutura ainda vigente – proporcionou, já à época, maior agilidade e liberdade em relação ao manuseio do texto. Mais tarde, a invenção da prensa de Gutenberg, em 1450, via tipos móveis, faz surgir o livro impresso, quando a leitura, enfim, alcança um maior número de leitores.

No século XVIII, por volta de 1820, ocorre a revolução industrial do livro, também conhecida como a industrialização da impressão, promovendo a democratização do escrito (panfletos, periódicos, gazetas), o surgimento de novos gêneros literários (o romance) e um maior crescimento de público-leitor. O século XIX substitui a prensa de Gutenberg pelas novas técnicas advindas do desenvolvimento da atividade gráfica anterior (monotipo e linotipo), produto da segunda revolução industrial do livro ocorrida em 1860-70. No século XX, em virtude da inovação das versões de bolso, o livro alcança ainda maior circulação (Chartier, 1999: 98).

Todo esse movimento eleva a leitura e suas representações a um novo arranjo e conjuntura, transformando costumes. A leitura silenciosa, e individual, paulatinamente vai substituindo a figura do autor oral e se distanciando da prática da leitura coletiva, imprimindo, pouco a pouco, a supremacia da visão, suplantando a força da audição nesse processo. Transformação ocorrida, portanto, foi também no movimento e na liberdade dos corpos dos leitores. Nas palavras de Certeau (2008: 271-272), “a leitura se liberta do solo que a determinava. (...) Emancipado dos lugares, o corpo que lê se acha mais livre em seus movimentos”. Por isso, a partir do século XVIII, e principalmente no século XIX, despontam tantas representações de leitores em meio à natureza, na cama, não mais restritos à imobilidade dos assentos dos gabinetes. O corpo ganha movimento e liberdade junto ao tipo de leitura (Chartier, 1999), assim como indicam os quadros de Monet e Coubert.

As representações da leitura no universo da telenovela

A prática da leitura, embora seja socialmente valorizada, atinge, como fonte de entretenimento, apenas 28% da população, um percentual bastante pequeno quando comparado aos 85% de alcance da televisão. Esses são dados da pesquisa “Retratos de leitura no Brasil”² (2011), cujo objetivo é medir as motivações e as condições de leitura da população brasileira, visando à implementação de políticas e ações que venham a difundir e democratizar o hábito de leitura no país. Por ser a televisão o veículo mais popular de entretenimento e a telenovela do horário nobre da TV Globo o produto de maior audiência, a estratégia de utilizar personagens da ficção no estímulo ao hábito da leitura parece constituir um recurso adequado.

Walcyr Carrasco, autor de *Amor à vida*, inseriu 32 títulos na trama no curto período de dois meses. Fala-se, portanto, de publicizações quase diárias, muitas vezes mais de uma por capítulo, contemplando autores, títulos, e respectivas sinopses. Por sua expressiva audiência e elevado poder de negociação comercial, pode-se apostar que, contemporaneamente, a televisão se constitui na mais poderosa “máquina do imaginário coletivo” (Rocha, 1995); é construtora de memórias coletivas, modos de consumo e estilos de vida, transformando hábitos comportamentais rotinizados em modelos de referência. Para Maria Immacolata Lopes (2003: 18-20), é o fato da novela se constituir em uma “narrativa nacional, popular e artística”, ou seja, falar sobre a “nação” e seus “cidadãos”, “expressando dramas privados em termos públicos e dramas públicos em termos privados”, que a faz um objeto de estudo tão interessante na compreensão dos valores e das práticas das culturas nacionais.

Captar o imaginário social do telespectador e transformá-lo em ficção instigante é o desafio dos autores das telenovelas e o que resulta em sucesso ou fracasso de uma trama. Por isso, os folhetins eletrônicos não poderiam deixar de disseminar certas representações sobre as práticas cotidianas, na concepção de Certeau (2008),

como ler, falar, caminhar, habitar, consumir – por conseguinte, tais representações operam como modelos pedagógicos de valores aceitos e rejeitados, da formação do gosto e da lógica da distinção (Bourdieu, 2007). As tramas se inserem em um espaço cujas interações convivem diariamente, o que permite que os estilos propagados atuem mais facilmente como modelos de referência (Balogh, 2008).

A telenovela vem sendo debatida interdisciplinarmente como um gênero narrativo de entretenimento cujas matrizes remontam à estrutura do *feuilleton*³, a experiência do cinema, do teatro, da radionovela, do melodrama, dos folhetos de cordel e, contemporaneamente, das histórias em quadrinhos, das séries estadunidenses e do videoclipe. No entanto, a telenovela brasileira adquiriu, nesse processo antropofágico, um estilo próprio, híbrido, colorido por diversos elementos da cultura nacional, dotado de linguagem ágil e que contempla temas que abordam o cotidiano das camadas médias, disseminando, através de suas tramas, padrões de comportamento, compreendidos pela audiência através de “uma educação de sentimentos”⁴. Ao compartilhar as emoções narradas, a audiência não apenas identifica os símbolos – porque os significados são públicos – mas também se socializa e reflete sobre esse “documento de atuação” que é a própria cultura (Geertz, 1973: 13-41).

No Brasil, a telenovela ocupa o horário nobre, noturno, especialmente na TV Globo⁵, e é assistida por todos os tipos de público. Daí a importância de se analisar a forma como leitores são representados em duas de suas produções veiculadas recentemente no horário de maior audiência. Em *Avenida Brasil*, a leitura pontua a personalidade de várias personagens, marcando diferenças e posições. São os livros clássicos e a culinária que despertam a consciência do protagonista (Tufão) e lhe revelam o caráter de Carminha, sua esposa. Na transformação pessoal de Tufão e na sutileza da apresentação da vingança da personagem de Débora Falabella (a Nina)⁶ contra Carminha, os livros constroem pontes para o desenvolvimento do protagonista. Ao ler, Tufão vislumbra novos horizontes que possibilitam, enfim, sua metamorfose.

Em *Amor à vida*, a referência à prática da leitura tem início somente a partir do meio da trama. Inicialmente os personagens aparecem lendo, em cenas ocasionais, como atividade rotineira, uma “prática do cotidiano” (Certeau, 2008). No entanto, nos três meses finais da novela, os personagens iniciam uma verdadeira cruzada em relação à prática da leitura. Pelos diversos núcleos, abrangendo todas as idades e classes sociais, são lidos os mais variados títulos e gêneros. Todavia, o hábito não parece ser utilizado nem para marcar diferenças socioculturais – embora os livros sejam, conforme depoimento do autor, escolhidos por gênero e pela personalidade e interesses dos personagens – nem tampouco para uma construção mais densa dos perfis, como ocorre em *Avenida Brasil*.

Avenida Brasil propõe uma análise abrangente da atuação contemporânea do livro, em virtude da recorrência do suporte na construção do perfil de seis dos perso-

nagens, atribuindo ao objeto importante valor na trama. O uso dos livros e a sutileza da prática da leitura são fundamentais, por exemplo, na diferenciação das personagens Noêmia (Camila Morgado), Verônica (Débora Bloch) e Alexia (Carolina Ferraz), peças femininas do núcleo poligâmico com Cadinho (Alexandre Borges). Noêmia (Camila Morgado), no papel de antropóloga, possui “capital cultural” (Bourdieu, 2007), acessa filmes e livros “legitimados”, possui clássicos literários no escritório de casa. Verônica (Débora Bloch), personagem sofisticada e consumista, possui “capital financeiro” (Bourdieu, 2007), mas, carente no campo cultural, apropria-se dos livros, via decoração, como distinção, para “impressionar as visitas!”⁷. Alexia (Carolina Ferraz) mostra-se a mais moderada também na forma de se apropriar do objeto, como fonte de leitura e ornamento.

Tufão é o maior concentrador de registros de leitura na trama. Homem simples que ascende socialmente através do futebol exibe o novo *status* principalmente pela aquisição da cultura material legitimada – mansão, livros, carros –, representando, portanto, em diálogo com Bourdieu (2007: 27), um “esforço de apropriação cultural que está inscrita como uma exigência objetiva na filiação à burguesia e, deste modo, nos títulos que abrem o acesso aos direitos e deveres da burguesia”. A transformação social dessa família, portanto, também se faz pela exibição de um bem que não dominam – a cultura letrada. Reconhecendo o valor do livro na escala de classificação social, aposta na biblioteca particular, inicialmente apenas como objeto de prestígio, visto que as obras são constituídas apenas pelas capas.

A segunda transformação de Tufão, aquela que o modifica internamente, se dá através do contato com a leitura. O aprimoramento do gosto e as mudanças no comportamento e estilo de vida do personagem são apresentados a partir de sua proximidade com os clássicos da literatura mundial, hábito incentivado por Nina, chef de cozinha recém-contratada da mansão que, sendo leitora e tendo estudado em Paris, assume a função de referência cultural desta família. Nina, impulsionada pelo sentimento de vingança, desperta a consciência do personagem, através da leitura e da culinária, para o real caráter de sua companheira. Se antes os livros apareciam na casa do jogador como decoração e signos de “distinção”, a partir de Nina eles se constituem nos agentes de transformação da personalidade do protagonista, que se torna mais sofisticado e reflexivo, embora carregue ainda suas limitações em termos de “capital cultural”.

Em contrapartida, evidencia-se também a necessidade do personagem em oralizar a leitura – que, em certa medida, também configura um recurso televisivo importante para a compreensão da trama e que, de certa forma, infantiliza esse leitor iniciante. Capta-se ainda a liberdade do personagem nos momentos de leitura pela variedade de posições e espaços reservados à prática: Tufão lê sentado em ambientes internos, como a biblioteca e o quarto, aproximando-se historicamente das leituras nos antigos gabinetes; deitado na cama; em pé no jardim; passeando entre cenários.

Essa liberdade nos parece relacionada não somente à materialidade do livro impresso, mas, sobretudo, à complacência dos romances, que como afirma Benjamin, “existem para serem devorados” pelos leitores, entregando-se à “volúpia da incorporação”, “que eleva o mundo de seu estado cru, para produzir seu algo comestível, para fazê-lo adquirir seu paladar”. Para Benjamin, a musa do romance é a mesma da culinária. Não à toa Nina seduz com alimentos para o espírito (livros) e para o estômago (pratos culinários). Tufão, antes preso à forma material do livro como marcador de uma identidade ideal, assume, em paralelo à segunda transformação, a importância do conteúdo do suporte.

Os romances *Dom Quixote de La Mancha*, de Cervantes, e *Madame Bovary*, de Flaubert, duas das muitas leituras de Tufão, representam narrativas nas quais os personagens principais motivam e modificam suas ações reais em consequência da leitura e do contato totalizante com os livros – relações de uma intensidade tal que os possibilitam transcender as limitações das vidas cotidianas, carregando para a realidade a experiência do mundo literário. É através desse contato encompassador com a literatura que Tufão adquire consciência e reconfigura sua identidade, adquirindo um estilo de vida mais sofisticado intelectualmente e tornando-se cada vez mais alerta aos descompassos de Carminha. No capítulo que foi ao ar no dia 08 de junho de 2012, as diferentes formas de contato com o objeto acentuam as diferenças de identidade dos referidos personagens. Enquanto Tufão entrega-se à leitura de Guimarães Rosa, Carminha (Adriana Esteves), vilã e esposa do protagonista, fingindo estar entretida, folheia a versão de bolso da Bíblia. Carminha – marcada por sua personalidade dúbia, intenciona tão somente assimilar à sua identidade o simbolismo cândido que permeia a leitura bíblica, sem se afeiçoar ao conteúdo do livro ou mesmo à prática da leitura. As diferenças identitárias se intensificaram na sequência dos diálogos dos personagens, quando Carminha questiona e desdenha da recente relação entre Tufão e os clássicos literários: “Não sei pra quê livro adianta tanto. Literatura, literatura... Tem que ser na prática, corpo a corpo (...). Pra mim, clássico é no Maracanã”.

Em *Amor à vida*, a inserção do livro foi impulsionada pelo autor Walcyr Carrasco, também cronista e escritor de romances, para estimular o hábito da leitura, representado-a como “parte do cotidiano das pessoas, não só da vida escolar”⁸. Tratava-se, conforme depoimento do teledramaturgo, de “um trabalho social e cultural” que a Rede Globo permite e que Carrasco considera importante⁹, daí ter selecionado obras de escritores os quais admira para serem divulgadas de acordo com o perfil dos personagens.

Bernarda (Nathália Timberg) compõe o núcleo rico da família Koury e é uma das personagens mais velhas da trama: é quem mais aparece lendo em cena e a principal divulgadora dos benefícios da leitura. No capítulo veiculado em 13 de dezembro de 2013, Bernarda, que está lendo no sofá, fecha o livro tão logo sua filha Pillar (Suzana Vieira) entra na sala e, então, prontamente anuncia: está

lendo *Mirante*, de Affonso Arinos Filho, descrito como um diário do autor, tendo como pano de fundo a segunda metade do século XX. Pillar exclama: “Mãe, você lê um livro atrás do outro.” Ao que Bernarda responde: “o hábito da leitura acrescentou muito na minha vida”, “você devia ler mais”. No capítulo seguinte, a mãe presenteia a filha com o livro *O que realmente importa*, de Anderson Cavalcanti, ressaltando tratar-se de uma obra que desprioriza as coisas materiais na vida. Pillar, ainda receosa pelo envolvimento emocional com seu motorista, Maciel, devido à diferença de idade e classe social, alcança o conselho materno. Bernarda torna-se, então, a conselheira familiar, especialmente ao que diz respeito à conturbada relação entre a filha e o neto, Félix (Mateus Solano). Tais recomendações são sempre acompanhadas por ensinamentos de livros e a eficácia do hábito é frequentemente reforçada nos testemunhos dos familiares, que a consideram um modelo de sabedoria: “vovó anda muito sábia ultimamente”, “É que a mãe anda lendo muito e você sabe que ler abre a cabeça”¹⁰.

Em *Amor à vida* o livro circula nas mãos de vários personagens, independentemente do núcleo, do lugar, do estilo de vida, da idade e da classe social. Nas tramas paralelas, Thales (Ricardo Tozzi), jornalista e aspirante a escritor, é convencido pela namorada a casar-se com Nicole (Marina Ruy Barbosa), uma jovem órfã, rica, e com câncer. Já viúvo, Thales – agora rico – percebe sua paixão pela falecida, se arrepende e escreve um livro (*O amor de Nicole*). No lançamento, conhece Natasha (Sophia Abraão), irmã bastarda da esposa morta, que vem reclamar parte na herança. A tensa relação entre os dois termina em paixão e é toda permeada por referências e presentes literários. Outro exemplo é Paulinha (Klara Castanho), personagem do núcleo infantil, filha de Paloma (Paola Oliveira/neta de Bernarda), mas criada como filha biológica de Bruno (Malvino Salvador), aparece lendo livros infanto-juvenis, especialmente antes de dormir. Também a ex-chacrete Márcia (Elizabeth Savala), vendedora de *hot-dog* na 25 de Março¹¹ é representada, a partir de um determinado momento na trama, lendo livros espíritos, cujos ensinamentos repassa a Félix – que se torna seu novo inquilino após ser expulso por má conduta da mansão familiar dos Koury.

No entanto, as representações de leitores e da leitura veiculadas nessa telenovela dividem os telespectadores. Se o autor faz amplo uso das referências literárias como incentivo à leitura e é apoiado pelo elenco – como Nathália Timberg que considera importante valorizar o hábito¹² – provoca também reações do espectador pela ação excessiva da inserção literária. Para alguns, os diálogos sobre os livros parecem forçados e distantes do cotidiano¹³. Conforme a pesquisa “Retratos da leitura no Brasil”, a prática da leitura não é tão difundida, o que faz os diálogos parecerem falsos e as cenas inverossímeis. Apesar de os telespectadores terem ciência de que o folhetim eletrônico é uma ficção e entenderem que o autor possui liberdade criativa, a atração que a trama exerce passa pela assunção de que a mensagem possa ser verdadeira.

A “ilusão de realidade” (cf. Watt, 1990 e Cohn, 1999) cria a cumplicidade com o receptor, embaralhando as fronteiras entre ficção e realidade (Iser, 1983). A força das representações midiáticas se apoia no pacto entre a recepção (diferentes grupos de telespectadores que assistem aos programas das mais variadas formas e com o uso de diversas plataformas) e a produção (que na ficção conjuga diretores, cenógrafos, figurinistas, autores, diretores e atores). Quanto mais as fronteiras entre a ficção e a realidade se mostram difusas, mais naturalizada é a disseminação, pelas mídias, de práticas, hábitos, modos de vida e visões de mundo, permitindo, conforme Kellner, que “suas imagens e celebridades substitu[am] a família, a escola e a Igreja como árbitros de gosto, valor e pensamento, produzindo novos modelos de identificação” (2001: 27). A partir da proposição de Kellner, acredita-se que as representações midiáticas do saber, da cultura e até da sofisticação (intelectual e material) – conceitos que dialogam intensamente com o objeto deste artigo podem, portanto, ser consideradas fenômenos culturalmente construídos e pelos quais os sujeitos atribuem valores às suas identidades por meio do consumo dos bens envolvidos. Os livros, promovidos a símbolos relacionais da força do intelecto, crescem na escala de valores sociais e transformam-se em mais um modelo de identificação na contemporaneidade. Ademais, é preciso ressaltar que sua “materialidade” “condiciona seus sentidos”, seu formato induz a diferentes formas de ler, posição do corpo, ocupação dos espaços, o que afeta as “possibilidades de compreensão e recepção” (Roche, 2000: 13). Daí ser importante refletir como o produto midiático de maior audiência – a telenovela – representa a leitura e os leitores, e como essas imagens constroem o imaginário social e moldam seu consumo.

Tatiana Siciliano

Professora da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)
tatianasiciliano@puc-rio.br

Joana Beleza

Doutoranda na Pontifícia Universidade Católica
do Rio de Janeiro (PUC-Rio).
joanabeleza@hotmail.com

Recebido em maio de 2016.

Aceito em agosto de 2016.

Notas

1. Versão deste trabalho foi apresentada no GP Ficção Seriada do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, no XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em setembro de 2015.
2. Pesquisa divulgada pelo Instituto Pró-Livro e realizada em 2011 pelo IBOPE e que contou com 5012 entrevistas de brasileiros acima de cinco anos distribuídos em

315 municípios brasileiros, o que corresponde a 93% da população. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/documents/10883/38605/Retratos-da-leitura-no-Brasil.pdf/8524bcf0-d7b4-4d16-bc42-b90edac8104c>. Acesso em 20/1/2015.

3. O folhetim “é uma invenção jornalística francesa nascida em 1836” que ocupa um lugar específico nos periódicos, o rodapé, destinado ao entretenimento (Meyer, 2005: 14 e 57). Nos romances folhetins, as histórias eram veiculadas aos pedaços. O suspense sobre a continuidade da trama induzia à compra da edição seguinte, formando um pacto com o leitor. A telenovela mantém a mesma estrutura seriada, sendo chamada de folhetim eletrônico.

4. Para Geertz, as brigas de galo configuravam uma educação sentimental para os balineses, pois ao tomar parte desta experiência, os nativos aprendiam sobre a “aparência do *ethos* de sua cultura”, modelando sua “sensibilidade privada” e aprendendo o que é ser balinês (1973: 317).

5. Emissora que assume a liderança televisiva, a partir de 1970, com a dupla: telejornalismo e telenovela. A TV Globo no horário noturno, das 18:00 até 24:00 horas, registra 42,28% dos aparelhos ligados (Cf. Mídia Dados de 2015), contra respectivamente 12,09% das suas duas maiores concorrentes SBT e Record. Os dados do relatório Obitel de 2015 confirmam as telenovelas brasileiras como os títulos de maior audiência nos países ibero-americanos.

6. Cf. depoimentos de João Emanuel Carneiro para o jornal O Extra, em matéria datada de 28 de maio de 2012. Disponível em: <http://extra.globo.com/tv-e-lazer/avenida-brasil-tufao-virou-amante-da-livros-gracas-nina-que-tenta-com-as-obras-abrir-seus-olhos-sobre-vida-que-leva>. E para o caderno Ilustrada, da Folha de S. Paulo, em 13 de maio de 2012. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/42449-gol-de-letra.shtml>. Acessos em 14 de janeiro de 2015.

7. Cena exibida em 07 de abril de 2012. Disponível em www.globo.com/avenidabrasil. Acesso em 30 de junho de 2015.

8. Cf. depoimento do autor para Thais Brito, publicado na Revista da TV, suplemento dominical de O Globo, em 15 de dezembro de 2013.

9. Cf. entrevista do autor no site PurePeople, de 31 de janeiro de 2014. Disponível em http://www.purepeople.com.br/noticia/walcyr-carrasco-avalia-amor-a-vida-transcendeu-a-questao-do-beijo-gay_a15615/1. Acesso em 13 de novembro de 2014.

10. Diálogo exibido no capítulo do dia 02 de janeiro de 2014.

11. A rua 25 de Março, no centro de São Paulo, é considerada uma das principais zonas comerciais populares da América Latina.

12. Publicado no site do Diário de São Paulo em 11 de janeiro de 2014. Disponível em: <http://www.diariosp.com.br/noticia/detalhe/62731/As+obras+que+fizeram+sucesso+em+%91Amor+a+Vida%92>. Acesso em 22 de janeiro de 2015.

13. Cf. comentários em blogs como o do Maurício Stycer de 21/1/2014. Download: <http://mauriciostycer.blogosfera.uol.com.br/2014/01/21/o-estranho-caso-de-uma-campanha-bacana-a-favor-dos-livros-que-incomoda/#comentarios> e “Coisas de Novela” postado por Fábio Garcia, em 17/11/2013. Download: <http://coisasdenovela.pop.com.br/porque-rola-tanta-propaganda-de-livro-em-amor-a-vida/>. Acesso em 25 de maio de 2015.

Referências

- BALOGH, Anna Maria. *O discurso ficcional na TV*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.
- BELEZA, Joana Dominguez Gonzalez Bouères. *A vida social do livro: um estudo sobre representações sociais, cultura material e consumo* (dissertação de mestrado). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2013.
- BELO, André. *História & livro e leitura*. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: *Obras escolhidas I. Magia, Técnica, Arte e Política*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1996.
- _____. *Obras escolhidas II. Rua de mão única*. São Paulo. Ed. Brasiliense, 2011.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção. Crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre/RS:Zouk, 2007.
- CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano. Artes de fazer*. Petrópolis: Ed. Vozes, 2008.
- CHARTIER, Roger. *A aventura do livro. Do leitor ao navegador: conversações com Jean Lebrun*. São Paulo: Editora Unesp, 1999.
- COHN, Dorrit. *The distinction of fiction*. Baltimore, Londres: The Johns Hopkins University Press, 1999.
- FRANÇA, Vera Regina Veiga. Representações, mediações e práticas comunicativas. In: PEREIRA, Miguel; GOMES, Renato Cordeiro e FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain (Orgs.). *Comunicação, representação e práticas sociais*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Aparecida: Ideias & Letras, 2004.
- GEERTZ, Clifford. *Interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 1989.
- HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: Centauro, 2006.
- KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia – Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: EDUSC, 2001.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. In: *Comunicação & Educação*. São Paulo: jan/abril, 2003.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo e GÓMEZ, Guillermo Orozco. Síntese comparativa dos países Obitel em 2014. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo e GÓMEZ, Guillermo Orozco (Orgs.). *Relações de gênero na ficção televisiva: anuário Obitel 2015*. Porto Alegre: Sulina, 2015. Disponível em: http://obitel.net/wp-content/uploads/2015/08/10-08_Obitel-Portugu%C3%AAs_color_completo.pdf. Acesso em 18/01/2016.
- MAFFESOLI, Michel. O imaginário é uma realidade (entrevista). *Revista FAMECOS*. Porto Alegre: n° 15, agosto 2001.
- MANGUEL, Alberto. *Lendo imagens: uma história de amor e ódio*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- MATTOS, Sérgio. Merchandising televisivo. In: *Enciclopédia INTERCOM de Comunicação*. Vol. 1. Conceito. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.
- MÍDIADADOS BRASIL. *Televisão aberta*. Disponível em <https://dados.media/#/app/mosaic/televisao>. Acesso em 18/01/2016.

- MEYER, Marlyse. *Folhetim. Uma História*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis: Vozes, 2011.
- PALLOTTINI, Renata. *Dramaturgia de televisão*. São Paulo: Perspectiva, 2012.
- ROCHE, Daniel. *História das coisas banais. Nascimento do consumo séc. XVII-XIX*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.
- SANTIAGO, Silviano. Literatura e cultura de massa. In: *Novos Estudos CEBRAP*, n. 38, março, 1994. p. 89-98.
- WATT, Ian. *A ascensão do romance*. São Paulo: Cia das Letras, 2007.

Resumo

Esta comunicação busca compreender a representação do livro e da leitura em certas expressões culturais e midiáticas e observar como tais narrativas operam na construção de repertórios comuns, entendendo tais representações como categorias de pensamento, socialmente partilhadas, condicionadas por práticas e convenções.

Palavras-chave

Representações da leitura. Práticas cotidianas. Cultura midiática. Telenovela. Artes plásticas.

Abstract

This paper aim to understand the representation of books and the readers in certain cultural and media expressions and as such narratives operate in building common repertoires, understanding such representations as categories of thought, socially shared, conditioned by practices and conventions.

Keywords

Representation of reading. Everyday practices. The media culture. Soap operas. Fine arts.