

DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-4017-23-04>

Recebido em: 29/04/2020 | Aprovado em: 03/07/2023

Editor de Seção: Fábio José Rauen

O LUGAR DE FALA DO LEITOR NA REVISTA GLOBO RURAL (1985-2015)

Reader's Place of Speech in the | El lugar de habla del lector en la
Globo Rural Magazine (1985-2015) | Revista Globo Rural (1985-2015)

Isadora Moreira Ribeiro*

Sheila Maria Doula**

Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural,
Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG, Brasil

Resumo: O estudo analisa o lugar de fala do leitor na revista Globo Rural, tomando como referência as teorias da comunicação que enfocam o papel ativo da recepção na circularidade do processo comunicacional. O corpus compõe-se de 1170 unidades textuais publicadas na seção de opinião de 30 edições da revista, abrangendo o intervalo de tempo entre 1985 e 2015. Com abordagem qualitativa, investiga-se o lugar de fala que se demarca discursivamente na interação entre público e revista, buscando associá-lo às posições de decodificação, quando assumidas pelos leitores. Depreende-se que o gênero textual e o formato editorial estabelecem uma inter-relação com os consumidores midiáticos e, embora a mediação pelo diálogo com um sujeito rural vislumbrado se evidencie, não é exclusiva.

Palavras-chave: Comunicação. Recepção. Opinião. Leitor. Globo Rural.

Abstract: The aim of this paper is to analyze reader's place of speech in the Globo Rural magazine. To do that, the communication theories that focus the active role of the reception in the circularity of the communicative process are used. The corpus consists of 1170 texts published in the opinion section of 30 editions of the magazine between 1985 and 2015. The study uses a qualitative approach to investigate the place of speech that is demarked in the interaction between the public and the magazine and aims to connect it to the decoding positions, when assumed by the readers. The results show that the textual genre and the editorial format establish an inter-relation with the media consumers and, although the mediation through dialogue with an imagined rural subject is evident, it is not exclusive.

Keywords: Communication. Reception. Opinion. Reader. Globo Rural.

Resumen: El estudio analiza el lugar de habla del lector en la revista Globo Rural, teniendo como referencia las teorías de la comunicación centralizadas en el papel activo de la recepción en la circularidad del proceso comunicativo. El corpus se compone de 1170 textos publicados en la sección de opinión de 30 ediciones de la revista, en el intervalo de tiempo entre 1985 y 2015. Con enfoque cualitativo, se investiga el lugar de habla que se define en la interacción entre público y revista, buscando asociarlo a las posiciones de

* Doutora em Extensão Rural pela Universidade Federal de Viçosa. Pesquisadora de Pós-Doutorado no Departamento de Economia Rural da Universidade Federal de Viçosa. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2622-4059>. E-mail: isadora.moreiraribeiro@gmail.com.

** Doutora em Antropologia Social pela Universidade de São Paulo. Professora do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural da Universidade Federal de Viçosa. Coordenadora do Observatório da Juventude Rural. ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-0310-9055>. E-mail: sheila@ufv.br.

decodificación, cuando asumidas por los lectores. Se deduce que el género textual y el formato editorial establecen una interrelación con los consumidores mediáticos y, aunque la mediación por el diálogo con un sujeto rural imaginado se evidencie, no es exclusiva.

Palabras clave: Comunicación. Recepción. Opinión. Lector. Globo Rural.

1. RECEPÇÃO E CONSUMO NO CONTEXTO DA COMUNICAÇÃO

Os estudos de comunicação que se interessam pela dimensão pensante e atuante da recepção ganham proeminência a partir da década de 1960, inscritos nos marcos teóricos dos Estudos Culturais britânicos. Essa perspectiva se diferencia das pesquisas sobre comunicação de massa que se desenvolveram nos Estados Unidos, direcionadas para os efeitos da emissão sobre o público, com a finalidade persuasiva, e da teoria crítica representada pela Escola de Frankfurt, cujo ponto de vista incidia sobre a alienação das massas no contexto de consumo da indústria cultural.

Entrevendo a inter-relação entre cultura e sociedade com enfoque na prática dos sujeitos, os Estudos Culturais compreendem a “recepção como uma nova produção de sentidos, enfatizando a circularidade que marca o processo comunicativo” (FRANÇA; SIMÕES, 2016 p. 161). Essa circularidade é evidenciada por Stuart Hall (2003, p. 387) ao destacar a interligação entre “produção, circulação, distribuição/consumo, reprodução” como alternativa ao modelo que se pauta no circuito “emissor/mensagem/receptor”. Na proposta que o autor elabora para o discurso televisivo, às bases estruturais e de conhecimento que codificam esse discurso, tornando-o significativo, apresentam-se outras bases que orientam a decodificação, cuja competência é da recepção.

Hall (2003, p. 396) assinala que os códigos acionados no processo de codificação-decodificação organizam-se em um contexto cultural específico, remetendo a “mapas de sentido” que são permeados por relações de poder e ideologias que se materializam nos discursos. A partir do fluxo circular descrito pelo autor, visualiza-se que as posições de codificação e decodificação não são fixas, uma vez que os sujeitos inscritos no processo respondem aos discursos que apreendem produzindo sentidos que se traduzem em posicionamentos hegemônico-dominantes, negociados ou opostos (HALL, 2003). Essas posições, no entanto, referem-se à significação das mensagens, o que diferencia a abordagem culturalista da informacional, cujo foco está nos processos técnicos de ajuste dos meios e das mensagens às audiências, num circuito linear.

Na América Latina, a reverberação da abordagem culturalista se notabiliza a partir dos anos 1980, constituindo a terceira fase dos estudos de comunicação na região, como elencam França e Simões (2016). Com uma fase inicial sob influência estadunidense, a delimitação mais precisa de uma “escola latino-americana de comunicação” se verifica na segunda fase, nos anos 1970, referenciando-se no pensamento crítico e na oposição ao imperialismo cultural (FRANÇA; SIMÕES, 2016, p. 178).

No panorama culturalista latino-americano, a especificidade do consumo midiático é retratada por Martín-Barbero (2013) ao priorizar as mediações ao invés dos meios, localizando a comunicação no espaço da cultura. O autor ressalta a “natureza

comunicativa” da cultura, tendo em vista seu “caráter de processo produtor de significações” (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 289). A mediação, dessa forma, estaria entre a codificação e a decodificação, sendo apreensível na própria estruturação dos códigos em formatos que utilizam recursos de aproximação com o cotidiano cultural da recepção, como é o caso do gênero *melodrama*. Os gêneros, portanto, podem ser considerados como mediação “entre as lógicas do sistema produtivo e as lógicas do sistema de consumo, entre a do formato e a dos modos de ler, dos usos” (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 301).

O reconhecimento da vinculação entre consumo, cultura e meios audiovisuais também é ressaltado por Canclini (2008), para quem estes teriam papel relevante na configuração das relações público/privado, uma vez que constituiriam uma ambiência pública da articulação das massas, refletida na hipótese de que o consumo midiático está ligado a uma forma específica de cidadania. Para o autor, “o consumo é um conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos” (CANCLINI, 2008, p. 60), o que envolve uma racionalidade não apenas econômica, mas também sociopolítica, simbólica, estética e comunicativa.

Comparando-se as abordagens do consumo midiático expostas por Hall (2003), Martín-Barbero (2013) e Canclini (2008) depreende-se que, embora relativas aos meios audiovisuais, elas também podem ser situadas em relação aos impressos, notadamente nos espaços destinados à divulgação da opinião do leitor. Assumindo-se os lugares hipotéticos de posicionamento da recepção (HALL, 2003), observa-se que as seções destinadas à publicação desses textos, ainda que selecionadas editorialmente, demonstram posições discursivas específicas em relação ao discurso codificado, sendo o termo “discursiva” referente “a qualquer abordagem em que o sentido, a representação e a cultura são elementos considerados constitutivos” (HALL, 2016, p. 26).

Como argumenta Hall (2003), fala-se em consumo quando há necessariamente a apreensão de um sentido, o que é complementado pelo entendimento de que os diferentes formatos de materialização do ponto de vista dos leitores delimitam-se como gêneros de mediação a partir dos quais é possível identificar o posicionamento dos consumidores e, de forma mais ampla, relacioná-los de maneira afirmativa ou não à premissa de que “o consumo serve para pensar” (CANCLINI, 2008, p. 35) e exercer a cidadania. Com base nas categorias propostas por Hall (2003), busca-se identificar os processos de decodificação presentes na constituição dos lugares de fala dos leitores da revista *Globo Rural*, interligando-os aos gêneros de formatação textual e suas mudanças no decorrer de três décadas.

2. A MEDIAÇÃO ENTRE LEITOR E REVISTA

Considerando-se a participação do leitor nas revistas impressas, as seções de opinião são espaços de recepção que dão materialidade jornalística a cartas, e-mails e comentários em redes sociais. Tais publicações evidenciam a circularidade produção-consumo-reprodução, uma vez que representam a decodificação discursiva dos leitores midiaticamente codificada. Como aponta Guaraldo (2014, p. 226), os comentários dos

leitores configuram-se como “textos mediadores em que o discurso do leitor entra na esfera da produção do periódico como um efeito de sentido da leitura do jornal e a marca de um lugar de recepção do leitor e sua apropriação da informação”. Com isso, tem-se nesses materiais um objeto empírico efetivo para o estudo da recepção, tendo em vista que há a demarcação de um lugar de fala. No sentido proposto por Braga (2000, p. 163), os produtos culturais, como é o caso das mídias, propõem lugares de fala discursivos que conjugam “fala, textos disponíveis e situação” na estruturação de um sentido acionado em uma interação concreta.

Como conceito metodológico, o lugar de fala se aplica a pesquisas empíricas que se atentam aos sentidos dos enunciados em situações comunicativas particulares, ou seja, não se investiga o contexto, mas “o lugar construído pelo discurso nesse contexto” (BRAGA, 2000, p. 168). Por essa direção, compreende-se que a relação mediada entre a revista e o leitor se constrói discursivamente em torno de uma situação que dialoga com a contextualidade em que se insere, ao mesmo tempo que atua sobre esse contexto. Essa abordagem retoma o papel ativo da recepção, visto que pode ser associada às posições hipotéticas de Hall (2003) ao se considerar que a decodificação existe e faz sentido no lugar de fala em que é produzida.

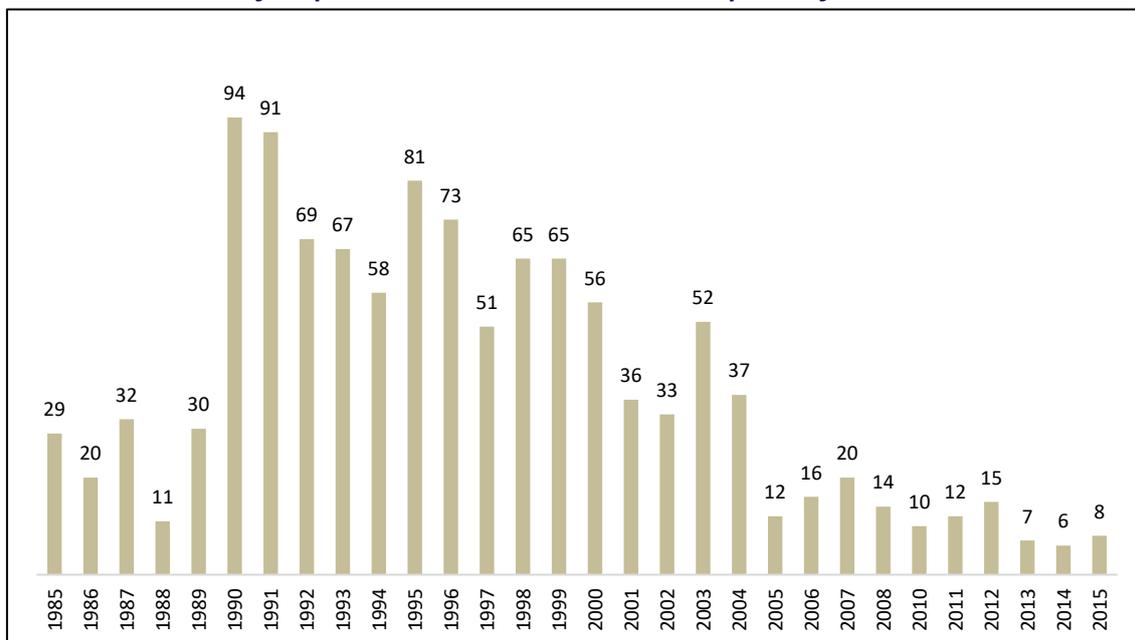
Com base nesse conceito, a análise das comunicações enviadas pelos leitores à revista busca “interpretar o que o texto pretende construir – ou o lugar que o texto constrói para daí dizer a situação” (BRAGA, 2000, p. 180). Uma vez reconhecida a proposta de interlocução imbuída na interação entre o público e os meios de comunicação, pode-se visualizar, na mediação via textos de opinião, a proposição de Eco (1986) quanto ao papel do leitor na atualização textual, tendo em vista que as possíveis posições assumidas na decodificação apontam para a intenção autoral e o “Leitor-Modelo” com o qual dialoga. Desse ponto de vista, as produções textuais dos leitores atuam como falas que atualizam os textos com os quais interagem, ressignificando-os.

Pode-se inferir, a partir daí, que os gêneros que conformam a mediação com o público atuam como demarcadores de um espaço possível para a constituição de um lugar de fala, de modo a esboçar uma situação em que as falas disponíveis se atualizam significativamente. Além disso, a decodificação do formato de publicação pelos leitores intervém na própria maneira como elaboram textualmente suas opiniões, tendo em vista o delineamento que essa mediação sugere e que opera de maneira semelhante em relação aos próprios gêneros jornalísticos. Observar o lugar de fala do leitor no decorrer de três décadas de publicação da *Globo Rural* resulta, portanto, na exploração das mudanças históricas na formatação de sua participação e suas implicações em termos discursivos, o que repercute, de forma mais ampla, na demarcação do próprio lugar de fala da revista nas circunstâncias de sua especialização temática rural.

A análise proposta se pauta na descrição histórica da editoria de opinião da *Globo Rural*, buscando traçar seu perfil entre 1985 e 2015. O *corpus* é composto por 1170 unidades textuais presentes em 30 exemplares da revista (Gráfico 1), que constituem o infográfico *Túnel do Tempo*, veiculado na edição comemorativa de três décadas do

periódico¹. A opção por esses exemplares, selecionados editorialmente para narrar a história da revista em seu aniversário de 30 anos, permite entrever um lugar de fala prévio, em que a revista constrói o discurso de si, que não é o foco deste estudo.

Gráfico 1 - Distribuição quantitativa de unidades textuais por edição.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Partindo de uma abordagem qualitativa e utilizando a pesquisa documental (SÁ-SILVA; ALMEIDA; GUINDANI, 2009) para a investigação do objeto empírico, são considerados como *corpus* textos enquadrados na editoria de opinião e com identificação do remetente². De natureza e tamanhos distintos, essas unidades textuais incluem desde cartas publicadas na íntegra a trechos das correspondências recebidas pela redação, incluindo, no percurso histórico, e-mails e comentários nas redes sociais. Quantitativamente, a distribuição dessas publicações reflete a configuração da editoria, tendo em vista a variação em seu formato no decorrer dos anos. Nesse sentido, procura-se discutir, a partir do conteúdo do material examinado, a localização do leitor em relação à *Globo Rural* e sua posição como consumidor de mídia.

¹ As edições que compõem o *corpus* são referentes a outubro de 1985, outubro de 1986, janeiro de 1987, novembro / dezembro de 1988 (edição dupla), maio de 1989, abril de 1990, outubro de 1991, setembro de 1992, outubro de 1993, abril de 1994, abril de 1995, março de 1996, março de 1997, dezembro de 1998, julho de 1999, outubro de 2000, junho de 2001, junho de 2002, abril de 2003, janeiro de 2004, outubro de 2005, dezembro de 2006, setembro de 2007, junho de 2008, janeiro de 2010, maio de 2011, outubro de 2012, agosto de 2013, agosto de 2014, março de 2015.

² Ressalta-se que, no decorrer dos anos considerados, a editoria *Globo Rural Responde* (e suas reformatações) se constituiu como uma seção independente, baseada na sugestão de pautas, e diferenciando-se, pela própria organização do periódico, do espaço destinado à opinião dos leitores.

3. DA EDITORIA “MINHA OPINIÃO” À ON-LINE

A revista *Globo Rural* foi lançada em 1985, a partir do telejornal homônimo transmitido na *Rede Globo* desde 1980, nas manhãs de domingo. O contexto de criação desses produtos jornalísticos perpassa o momento em que as reverberações iniciais do modelo de agricultura pautado nos moldes da Revolução Verde se apresentam, localizando-se numa conjuntura em que se destacam os efeitos ambientais e sociais da modernização do campo (MAIA, 2011). Nesse cenário, identifica-se o delineamento inicial do lugar de fala do periódico, representado pelo primeiro editorial, escrito pelo presidente das Organizações Globo, Roberto Marinho:

A preocupação com a agricultura como fonte de alimentos e de riqueza nacional é permanente entre nós e é por isso que, através de *O Globo* e da *Rede Globo de Televisão*, sempre estivemos voltados para os problemas do homem do campo, acompanhando de perto seu extraordinário esforço de plantar, em luta às vezes contra as intempéries, as pragas e as doenças e, quase sempre, contra o desamparo e incertezas de todo tipo. [...] Pretende transformar-se em companheira do agricultor, em todas as etapas de seu trabalho, refletir seus anseios e suas reivindicações. A revista *Globo Rural* quer levar informação e serviço ao agricultor, esteja onde estiver. Mas será distribuída, também, nas grandes cidades. É preciso que todos os brasileiros compreendam um pouco mais esse mundo tão complexo, de que tanto dependemos (*Editorial*, GLOBO RURAL, nº 1, out./1985, p. 3).

Depreende-se, a partir do *Editorial*, que a orientação discursiva inicial da revista pressupõe a figura heroica do “homem do campo”, categoria que demarca uma linha editorial em prol do agricultor que produz, buscando auxiliá-lo e, ao mesmo tempo, dar visibilidade a seu trabalho a um público urbano, que dele depende. Nesse sentido, visualiza-se um lugar de fala prévio que orienta a codificação da revista, que se autodenomina “a palavra do campo”, em consonância com um rural que necessita ser reconhecido pelos brasileiros, o que pode ser relacionado a critérios de seleção de cartas enviadas pelos leitores.

De maneira geral, é possível demarcar dois intervalos temporais significativos no ordenamento editorial da participação do leitor. O primeiro compreende o período entre 1985 e 2002 das edições observadas, nas quais a editoria é denominada *Minha Opinião*; o segundo se estende de 2003 a 2015, com alterações progressivas no título para adequação ao ambiente virtual, indo de *Espaço do Leitor* a *On-line*. Esse íterim também aponta para a redução do espaço publicado destinado aos leitores.

Definida como espaço de “Sugestões, críticas e direito de resposta dos leitores”, a seção *Minha Opinião* está presente já no primeiro número, com trechos de cartas que demonstram a expectativa com o lançamento da revista, noticiado previamente pelo telejornal. Entre 1985 e 1989, verifica-se a publicação de cartas extensas, estruturadas a partir de um título-síntese elaborado pela redação, o qual se mantém até a edição mais recente da amostra. Além do título, alterações visando à adequação gramatical são notadas, bem como a publicação, na maior parte das vezes e sem a verificação de interferência no sentido pretendido, do excerto que contém o assunto principal.

Embora os leitores sejam identificados nominalmente e em relação ao local de origem, as distinções quanto ao lugar social que ocupam são evidenciadas apenas quando

presentes no texto enviado. Nesse sentido, vê-se que os profissionais técnicos ligados às atividades rurais e os assinantes que vivem e trabalham no campo são os que predominantemente se apresentam textualmente, ainda que implicitamente, o que indica um argumento de autoridade no discurso.

Somos estudantes da Escola Superior de Agricultura de Lavras e gostamos muito do artigo da revista nº 11 – “A volta do timbó, o terror das pragas”. Ele mostra a nós, brasileiros, que o Brasil, com sua vegetação nativa, já é uma potência (GLOBO RURAL, nº 13, out./1986, p. 8).

A matéria sobre o cancro cítrico publicada na GLOBO RURAL nº 10 é de uma imparcialidade muito grande. Opinaram dois extremos do assunto: um engenheiro agrônomo sediado em paredes de concreto no Planalto e outro teórico e de opiniões incompatíveis com a realidade. Em momento algum foi questionada a “realidade rural brasileira” porque, geralmente, as decisões e opiniões sobre o setor agrícola são dadas *por pessoal que usa sapatos de cromo*, jamais experimentam uma botina suja de barro e nunca, através de um fusca velho, viveram um dia direto no campo (GLOBO RURAL, nº 13, out./1986, p. 4).

Quanto aos posicionamentos hipotéticos destacados por Hall (2003), nota-se que as categorias de decodificação nem sempre podem ser atribuídas aos textos enviados pelos leitores, como mostrado nos trechos anteriores, em que as posições hegemônico-dominante e oposta são respectivamente apreensíveis. Percebe-se, portanto, que quando as cartas se dirigem diretamente à revista, suas reportagens ou seus repórteres, os lugares de decodificação são evidentes. No entanto, nas cartas em que leitores interagem entre si com a mediação da revista, tecem críticas e fazem apelo aos governantes, pedem informações técnicas ou sugerem pautas, não é possível estabelecer uma categorização com base em posicionamentos prévios.

A partir da edição de 1988, a subdivisão da seção *Minha Opinião* nos tópicos *Compro, troco...* (“Um leitor diz ao outro o que anda procurando”) e *Como diz a lei* (“Resposta do advogado Augusto Ribeiro Garcia, nosso consultor jurídico”) sinaliza a segmentação temática de algumas cartas, mantendo-se as que não se enquadram nessas categorias no escopo geral da editoria. Constata-se, com base nisso, que a interação entre revista e público, mediada por um gênero textual, transforma o ordenamento desse mesmo gênero em função dos sentidos produzidos no consumo, os quais incidem na configuração de um lugar discursivo temático.

Nesse ponto, a exemplo, as cartas sobre legislação de terras e trabalhista, crédito rural e demais dúvidas jurídicas enviadas à redação, ao se refletirem na formatação de um tópico sobre consultoria retomam, na reflexão sobre consumo midiático, as considerações de Canclini (2008, p.39) no que diz respeito à recorrência à mídia para a solução de problemas pertinentes à esfera das “instituições cidadãs”.

Meu pai trabalha numa fazenda há 25 anos e, durante todo esse tempo, nunca teve registro em carteira. Os proprietários da fazenda pegaram a carteira profissional para preenchê-la, mas ficam protelando a devolução. Meu pai trabalha direto, sem descanso semanal, nunca gozou de férias, sempre ganhou o salário mínimo, fica até três meses com os salários atrasados e o 13º ele só passou a receber de uns quatro anos para cá e, assim mesmo, incompleto. Meus irmãos menores também trabalham na fazenda e nada recebem. Os proprietários venderam metade da fazenda e eu tenho medo que vendam o resto e deixem meu pai ao desamparo. Caso vendam o restante, como devo proceder para garantir os direitos de meu pai? (GLOBO RURAL, nº 114, abr./1995, p. 83).

Na edição de 1989 acrescenta-se uma nova subdivisão temática, *Lugar ao sol* (“Procura e oferta de oportunidade de trabalho”), seguida pelo incremento do tópico *Canteiro* (“Intercâmbio de mudas e sementes entre os leitores”), em 1993. Embora não se constitua como um item à parte, a troca de correspondências se destaca nos anos 1990, com leitores divulgando seus endereços à procura de relacionamentos e de contatos profissionais. A efetividade dessa mediação interpessoal num contexto anterior ao surgimento das redes sociais é confirmada na edição de 2007, que retoma correspondência enviada em 1998:

Foi através dessa revista que encontrei a maravilhosa mulher da minha vida. Vamos fazer sete anos de feliz união. Eu renunciei tudo no Amazonas para vir morar com ela aqui na cidade de Cedro, no Ceará. E, se não for pedir muito, gostaria que vocês me dessem esse presente de aniversário [publicação da carta] (GLOBO RURAL, nº 263, set./2007, p. 10-11).

Nota-se que o vínculo construído entre a revista e seus leitores por meio de cartas aponta para um lugar de fala mediador que tende a se deslocar para o ambiente das mídias sociais, o que é visível a partir da edição de 2000, quando começam a ser publicadas cartas enviadas por e-mail, ainda que mantidas na mesma estrutura e subdivisão da seção *Minha Opinião*. Nesse sentido, é possível perceber que a própria mediação do impresso aproxima os leitores no ambiente virtual ao divulgar seus endereços eletrônicos. Cabe ressaltar que a virtualização da opinião condiz com o contexto de mediação de atividades ligadas ao rural por meio das tecnologias de informação, como compra e venda de produtos, animais e sementes pela internet, como mostra a crítica de um pecuarista que compara as fraudes nas compras online de gado a uma “arapuca moderna” (GLOBO RURAL, nº 188, jun./2001, p.75), destacando novamente o papel da mídia no exercício da cidadania (CANCLINI, 2008).

Na condição de empresário e pecuarista, no último dia 16/3/2001 pela primeira vez entrei em um site [...] de comércio de gado e me interessei por três lotes. [...] No dia 20/03 estive na fazenda e constatei na hora que tinha comprado gato por lebre. A diferença de peso em relação ao que estava marcado no site era gritante. [...] No dia da pesagem, foi constatada a diferença, que não era pequena, e recebi uma proposta indecente. O valor seria abatido de comissões futuras ou pago em saís minerais e insumos. Mas, quando fui comprar o gado, paguei antecipado e em dinheiro!!! Como eu posso aceitar receber em comissões futuras de uma empresa que tem esse modo de agir? Prefiro não receber nada dessa maneira. Prefiro perder o dinheiro mas contar o ocorrido aos meus colegas pecuaristas para que não caiam como eu nessa arapuca moderna (GLOBO RURAL, nº 188, jun./2001, p.75).

Se nas edições que antecedem os anos 2000 prevalecem cartas que tratam de conteúdos da revista e suas significações, recebidas de forma afirmativa, oposta ou negociada, a partir de 2003 nota-se a crítica à estrutura editorial da revista, anteriormente não aparente. Tal crítica surge paralelamente à inclusão da seção *globorural.globo.com*, que divulga o resultado de enquetes e fóruns veiculados no site da revista, e à diminuição de páginas e redução das informações, o que estaria transformando a iniciativa que começou com a “lendária número 1” em uma “cartilha” (GLOBO RURAL, nº 210, abr./2003, p. 75). Depreende-se daí que as relações de decodificação também podem ser observadas quanto ao formato, que historicamente estabelece um “contrato” de identificação com o leitor.

Sou assinante da revista, desde a lendária número 1, e gostaria muito de colocar minha opinião sobre algumas mudanças que ela vem sofrendo. A mudança de formato e a diminuição das páginas não me agradaram, pois ela ficou parecendo uma cartilha e traz menos informações. Outro ponto é a ausência de fitas VHS, que ganhávamos ao renovar a assinatura, sobre temas rurais. Por favor, deem mais atenção a nós leitores fiéis. Desculpe a falta de elogios, mas são sugestões para melhorar ainda mais nossa revista tão querida (GLOBO RURAL, nº 210, abr./2003, p. 75).

No exemplar de 2004 a editoria *globorural.globo.com* é associada ao slogan “A palavra do campo na rede”, mantendo a publicação de fóruns e enquetes. No espaço *Cartas* (“O leitor elogia, sugere e reclama”), leitores pedem a retomada de antigas seções, focadas no ensinamento de técnicas de criação e plantio para pequenas produções. Na crítica às mudanças de formatação e suas implicações em conteúdos é possível entrever a aproximação que a mediação textual constrói com o leitor, o que implica reconhecimento e rejeição em termos de consumo de um produto cultural.

Constatei que na edição de outubro a seção Como Fazer não estava no índice. Achei que tivesse sido um erro e fui direto no lugar onde ela costuma estar e... nada! O que houve? Esta é uma das melhores partes da revista. As ideias são ótimas e já me ajudaram bastante na pequena propriedade que eu tenho! As matérias ajudam muito a gente, pequeno produtor, sitiante. Como vocês podem ter tirado? Estou indignado. Embora a revista tenha ficado muito bonita, ficou faltando a seção e aposto que outros leitores têm a mesma opinião. Por que não tiraram outra coisa? Lamentável! (GLOBO RURAL, nº 254, dez./2006, p. 8).

As discordâncias entre leitores e revista colocam em conflito o lugar de fala presente no primeiro *Editorial*, uma vez que o “homem do campo”, hipoteticamente definido como principal interlocutor da publicação, não distingue o espaço discursivo em que sua fala pode ser articulada. Dessa forma, sua crítica aponta para a retirada de um espaço “tradicional” de leitura e aprendizado, mas também de fidelidade, como demonstrado no trecho transcrito anteriormente. Daí pode-se destacar que o consumo decodifica um sentido que tensiona o lugar de fala construído anteriormente na interlocução com a publicação. Como mostra Hall (2016, p. 46), o sentido é uma construção que resulta de uma “prática significativa” que não é fixa, o que possibilita inferir que as mediações técnicas, ao serem alteradas, apontam para a existência de um lugar indentitário – “o homem do campo” – que assegura a significação do produto cultural e que se constitui como mediação de sua expressividade material, em conformidade com a abordagem culturalista de Martín-Barbero (2013).

A progressiva redução do espaço de opinião do leitor é acompanhada pela ampliação dos comentários extraídos das publicações da revista em seus perfis nas redes sociais (*Orkut, Twitter, Facebook, Instagram e Google +*), o que se intensifica a partir da década de 2010. Nesse ínterim, as cartas dos leitores expressam elogios às “matérias humanas” (GLOBO RURAL, nº 291, jan./2010, p. 8), o que remete implicitamente às reportagens características dos anos iniciais da publicação. Em complemento, o ambiente virtual da *Globo Rural* também passa a ser pauta das opiniões:

Parabéns! O site de vocês é muito bom, tenho visitado sempre, pois minha mãe adquiriu um sítio há pouco tempo, então estamos procurando informações novas. Mas gostaria que vocês tivessem um espaço no qual pudéssemos fazer questionamentos, tirar dúvidas, etc. (GLOBO RURAL, nº 291, jan./2010, p. 9).

À medida que o lugar do leitor deixa de ter o prestígio dos anos antecedentes na versão impressa, tem-se a prioridade de publicação de comentários elogiosos em detrimento dos críticos. Nas últimas edições analisadas, no escopo da editoria *On-line*, a seção *Comentários* apresenta-se restrita a um box, com excertos de opiniões postadas sobre matérias disponíveis no site e não necessariamente veiculadas na versão impressa³. Desloca-se, portanto, do assinante para o seguidor do perfil da revista nas mídias sociais. Nesse processo, há um público que fica à margem das interações comunicativas.

De forma conjunta, a participação do leitor no percurso histórico da revista *Globo Rural* aponta para a constituição de um lugar de fala ancorado na mediação de formatos textuais e editoriais plurais e não restritos ao “homem do campo” como interlocutor. Nesse espaço, o leitor, movido por seus interesses como produtor, sitiante, empresário, pesquisador ou consumidor de mídia sem vínculos necessariamente territoriais com o rural, posiciona-se em relação a uma revista, expondo suas expectativas, críticas, desapontamentos e, por vezes, idealizações.

No limite em que a interação comunicativa se expande para a interlocução entre leitores, a revista constitui-se como ambiência para o cruzamento de lugares de fala convergentes ou não, o que permite esboçar, de certa forma, a constituição de uma esfera de consumo midiático de disputa entre visões de mundo culturalmente localizadas. Na medida em que se verifica a redução da dependência da revista para o contato com outros leitores e a possibilidade de participação virtual, a editoria perde sua relevância, embora não se possa afirmar que o público também deixe de ser considerado, haja vista o destaque das páginas da *Globo Rural* nas redes sociais, a exemplo do *Twitter*. Essa virtualização do leitor não prescinde, contudo, de uma reflexão sobre seu perfil.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A investigação sobre o lugar de fala do leitor na editoria de opinião da revista *Globo Rural* permite inferir que a atuação da recepção se processa na circularidade comunicativa, no sentido de que a decodificação dos consumidores midiáticos incide na formatação de um espaço de mediação que se estende entre as edições que circulam até a década de 2000. Nesse sentido, as cartas publicadas dos leitores assumem o posicionamento hegemônico, negociado ou oposto conforme tecem elogios à revista e aos repórteres; apontam falhas na publicação, concordando em parte; ou criticam os conteúdos e formatos. A verificação dessas alternâncias no lugar discursivo, associada à utilização da seção de opinião para o esclarecimento sobre direitos e manifestações sobre a política nacional, valida a perspectiva de que o consumo midiático age em concomitância, em determinados momentos, como o exercício da cidadania.

Quanto ao lugar de fala construído no decorrer dos anos de interação mediada entre o leitor e o periódico, nota-se que a união de forma e conteúdo na construção de um sentido que se materializa no produto cultural *revista* permite considerar que a mediação pelo diálogo com um sujeito rural vislumbrado, ainda que presente, não é exclusiva. Além

³ Apesar de homônimos, o telejornal e a revista *Globo Rural* possuem perfis independentes nas mídias sociais, bem como logomarca e profissionais responsáveis.

disso, pode-se inferir que as transformações editoriais e a exclusão de algumas seções instauram vazios em relação a vínculos anteriormente estabelecidos, alterando a identificação de alguns leitores e, conseqüentemente, o lugar de fala. Com a virtualização da interação com o público, intensificada nos últimos anos da amostra, é complementar uma avaliação dos seguidores dos perfis da *Globo Rural* nas redes sociais, que substituem a cena discursiva das cartas e constroem um novo contrato de recepção com o periódico.

AGRADECIMENTOS

As autoras agradecem à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) pelo financiamento da pesquisa – Código 001.

REFERÊNCIAS

- BRAGA, J. L. “Lugar de fala” como conceito metodológico no estudo de produtos culturais. In: PPG Comunicação Unisinos. (Org.). *Mídias e Processos Socioculturais*. São Leopoldo: Ed da Unisinos, 2000, p. 159-184.
- CANCLINI, N. G. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 7. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.
- ECO, U. *Lector in Fabula: a cooperação interpretativa nos textos narrativos*. São Paulo: Perspectiva, 1986.
- FRANÇA, V. V.; SIMÕES, P. G. *Curso básico de teorias da comunicação*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016.
- GUARALDO, T. de S. B. Mediação e apropriação da informação na carta de leitores: práticas de informação e leitura do jornal *Bom Dia Bauru*. *Informação & Informação*, Londrina, v. 19, n. 2, p. 215-240, maio/ago., 2014. Disponível em <http://dx.doi.org/10.5433/1981-8920.2014v19n2p215>. Acesso em: 21 abr. 2020.
- HALL, S. Codificação/Decodificação. In.: HALL, S. *Da Diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003, p. 387-404.
- HALL, S. *Cultura e Representação*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.
- MAIA, F. D. *O jornalismo entre o efêmero e o eterno: imaginário e natureza na Globo Rural (1985-2010)*. 2011. 171 p. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011. Disponível em <https://bit.ly/3rdVBzT>. Acesso em: 21 abr. 2020.
- MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 7. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013.
- SÁ-SILVA, J. R.; ALMEIDA, C. D. de; GUINDANI, J. F. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. *Revista Brasileira de História & Ciências Sociais*, Ano I, n. I, p. 1-15, jul. 2009. Disponível em <https://periodicos.furg.br/rbhcs/article/view/10351/pdf>. Acesso em: 21 abr. 2020.



Este texto está licenciado com uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.