

A relação das mediações família e escola no consumo do livro por adolescentes¹

Filipe Bordinhão dos Santos*
Marina Machiavelli**

Resumo

Neste artigo, compreende-se de que maneira as mediações “escola” e “família” atuam na relação de adolescentes com o consumo do livro e com a leitura. Discute-se o uso e a apropriação do livro, como produto midiático, por meio dos Estudos Culturais, sobretudo sob a perspectiva das mediações de (Martín-Barbero) e sociocultural do consumo (Canclini). Trata-se de um estudo de recepção realizado com adolescentes de uma escola estadual de Santa Maria/RS. Metodologicamente, foram empregadas técnicas de caráter etnográfico, como observação participante, conversas informais, diário de campo, questionário e entrevistas. Percebeu-se a importância das mediações tanto no estímulo ao comportamento leitor, como no consumo do livro. Mesmo imersos no contexto tecnológico, a relação com o livro impresso é intensa.

Palavras-chave: Consumo. Adolescente. Livro.

¹ Trabalho original apresentado no XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. (Cf. MACHIAVELLI; SANTOS, 2015)

* Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Positivo, em Curitiba/PR. Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: filipebordinhao@hotmail.com.

**Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: marinamachiavelli7@hotmail.com.

Introdução

A internet e as novas tecnologias de informação e comunicação (*smartfones, e-books e-readers*, etc.) permitem inúmeras outras formas de uso e apropriação do livro, o que parece atrair, cada vez mais, a atenção dos jovens e reconfigurar os contextos de produção e circulação. Por isso se reconhece a importância de compreender a relação de adolescentes com esse produto midiático em meio ao contexto tecnológico.

O livro é um “suporte midiático” (TRAVANCAS, 2012, p. 2), um objeto que carrega significados e que está presente nas práticas de consumo dos adolescentes. Petit (2008) reitera a ideia ao apresentá-lo como objeto fundamental na construção dos sujeitos, principalmente na adolescência, fase em que as pessoas vivenciam certa instabilidade identitária e buscam referências de identificação e reconhecimento social.

O termo “adolescência” é amplo e discutido em diversas áreas do conhecimento. Trata-se da fase que antecede a vida adulta e é caracterizada por mudanças hormonais, físicas e neurológicas nas pessoas. Esse período envolve, também, a formação dos sujeitos e de suas identidades, com o início podendo variar de acordo com o contexto social, cultural e econômico onde estão inseridos. Portanto, a adolescência é entendida como um processo não apenas biológico, mas também social (OUTEIRAL; MOURA; SANTOS, 2008, p. 4), construído em diversos contextos de interação – amigos, família e escola.

Na mídia, de modo geral, a adolescência é explorada historicamente. Os produtos midiáticos voltados para o público jovem abordam diferentes temáticas (sexo, saúde, beleza, relacionamento, etc.) e vão desde folhetins *teen*, como *Malhação*, até revistas de comportamento, como *Capricho*. O livro também tem destaque no cenário midiático e jovem. No Brasil, destacam-se escritores como Pedro Bandeira, Ana Maria Machado e Thalita Rebouças. Já os principais autores estrangeiros, que competem na cena brasileira, são: J. K. Rowling (*Harry Potter*), Stephenie Meyer (*Crepúsculo*), Nicholas Sparks (*Querido John*) e John Green (*A culpa é das estrelas*). Percebe-se o crescente interesse dos jovens por livros estrangeiros, principalmente os chamados *best-sellers*².

Dessa forma, para compreender a relação dos jovens com a mídia e seus produtos, é necessário identificá-los em seus cotidianos, onde estão “pautando tempos, espaços, relações e percepções” (JACKS *et al.*, 2014, p. 5), sendo que essa aproximação permite que os processos e seus significados sejam descobertos.

2 A temática de interesse dos jovens teve uma mudança significativa com um novo segmento chamado *sick-lit*. Diferentemente das histórias fantásticas, são livros com enredos com personagens que sofrem com doenças terminais, personagens suicidas ou depressivos. O interesse por esse gênero é visto nas listas dos livros mais vendidos desde 2013. (Cf. DIAS, 2013)

Com base nos Estudos Culturais, discute-se aqui a comunicação não do ponto de vista exclusivo dos meios, mas dando espaço ao “circuito composto pela produção, circulação e consumo da cultura midiática” (ESCOSTEGUY; JACKS, 2015, p. 38-39). A intenção, portanto, é propor aproximações com o cotidiano dos sujeitos para, assim, entender os processos comunicativos, nesse caso, o que envolve o consumo do livro por adolescentes.

Nesse contexto, ressalte-se a perspectiva latino-americana, que entende o processo de comunicação por meio da recepção, com base na qual realizou-se este estudo. Saliente-se que alguns autores tratam os termos “recepção” e “consumo” como sinônimos ou como partes indissociáveis do processo de apropriação e uso dos discursos e bens culturais. Ronsini (2011, p. 77) ressalta que “os termos recepção e consumo são utilizados frequentemente como sinônimos para indicar o conjunto dos processos sociais de apropriação dos produtos da mídia”. Dessa forma, recepção e consumo estão imbricados e podem ser tratados como etapas sequenciais do processo comunicativo, especialmente, considerando o consumo cultural e simbólico dos produtos midiáticos.

Então, tais perspectivas serão trabalhadas como complementares para analisar a relação entre o jovem e o livro. A recepção, para pensar a leitura/interpretação dos sujeitos sobre o produto/discurso midiático e o consumo, para verificar os usos mediante a apropriação dessa mídia. Para isso, o estudo foi baseado em duas correntes latino-americanas que analisam a comunicação partindo do polo da recepção/consumo: a do uso social dos meios, de Martín-Barbero (2003) e a do consumo cultural, proposta por Canclini. (1992, 2010)

Os estudos de recepção partindo da teoria das mediações

Para compreender as relações constitutivas entre comunicação, cultura e política, Martín-Barbero (2003) elaborou o (re)conhecido “mapa das mediações comunicativas da cultura”. O autor se refere às mediações como as experiências individuais tidas ao longo da vida e que são responsáveis por propor negociações com o que é hegemonicamente apresentado pelo texto midiático. Nesse sentido, as mediações seriam “os lugares que estão entre a produção e a recepção” e que demonstram que “há um espaço em que a cultura cotidiana se concretiza.” (WOTTRICH; SILVA; RONSINI, 2009, p. 3)

A perspectiva das mediações considera que não podemos analisar a relação dos sujeitos com a mídia sem que haja aproximação e compreensão

do contexto social. Afinal, elas “estruturam, organizam e reorganizam a percepção da realidade em que está inserido o receptor” (ESCOSTE-GUY; JACKS, 2005, p. 67), inclusive quanto às experiências e práticas cotidianas de uso e apropriação dos meios.

Como o mapa das mediações é bastante amplo e complexo do ponto de vista das diferentes dimensões acionadas na relação dos sujeitos com os conteúdos midiáticos (sociabilidade, ritualidade, tecnicidade e institucionalidade), delimitou-se para este trabalho a observação da mediação sociabilidade para estudar o processo de recepção/consumo do livro no cotidiano de adolescentes, tendo em vista a dificuldade de apreender todas elas de forma teórica e empírica:

A sociabilidade, gerada na trama das relações cotidianas que tecem os homens ao juntarem-se, é por sua vez um lugar de ancoragem da práxis comunicativa e resulta dos modos e usos coletivos de comunicação, isto é, de interpelação/ constituição dos atores sociais e de suas relações (hegemonia/ contra-hegemonia) com o poder. (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 17)

Para Wottrich, Silva e Ronsini (2009, p. 8), essa mediação diz respeito aos modos pelos quais os indivíduos se constituem “através da família, da escola, da igreja, das comunidades, perpassadas pelas relações de gênero e de classe, além de questões étnicas”. Então, é entendendo o contexto desses jovens, articulando as práticas cotidianas da família e da escola, que se percebe de que maneira o livro está associado a essas instituições. Nessas relações cotidianas, “se baseiam as diversas formas de interação dos sujeitos e a constituição de suas identidades.” (WOTTRICH; SILVA; RONSINI, 2009, p. 4)

Perspectiva sociocultural do consumo

As transformações no mundo contemporâneo fizeram dele um lugar onde o acesso aos meios, às informações e aos bens está mais rápido e fácil. Para Canclini (2010, p. 67), “vivemos em um tempo de fraturas e heterogeneidade, de segmentações dentro de cada nação e de comunicações fluídas com as ordens transnacionais da informação, da moda e do saber.” O autor aponta, ainda, que mesmo entre uma diversidade de escolhas, encontram-se “códigos que nos unificam”, permitindo uma relação que ultrapassa fronteiras e é capaz de promover trocas de experiências e interações sociais.

Por isso, Canclini (2010) propõe “repensar o consumo”, considerando-o pertinente também para refletir e estimular a cidadania.

Ou seja, pensar o consumo além da esfera econômica, e por vezes negativa, mas como algo que impulsiona as relações de convivência, compartilhamento de experiências e construção de identidades, pois “o consumo não é apenas reprodução de forças, mas também produção de sentidos”. (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 292)

Com base nisso, Canclini (2010) constitui uma teoria sociocultural do consumo, elaborando uma conceituação global, na qual incluiu os processos de comunicação e recepção de bens simbólicos. A partir disso, entende o consumo como o

[...] conjunto de processos socioculturais que se realizam a apropriação e os usos dos produtos. Esta caracterização ajuda a enxergar os atos pelos quais consumimos como algo mais do que simples exercícios de gostos, caprichos e compras irrefletidas, segundo os julgamentos moralistas, ou atitudes individuais, tal como costumam ser explorados pelas pesquisas de mercado. (CANCLINI, 2010, p. 60)

Isto é, por meio do consumo é possível refletir sobre as ações e interpretações dos sujeitos, assim, superando a noção de que o “consumo é um ato individual, movido pelo desejo, no qual são exercitados apenas gostos pessoais” (JACKS, 2014, p. 44). O consumo proporciona interações entre meios e sujeitos a partir da aproximação de gostos e desejos em comum, o que, conseqüentemente, produz e estimula o compartilhamento de significados.

Com base nisso, Canclini (2010) desenvolve seis racionalidades³ de definição e análise do consumo. Para efeito de delimitação, aqui, optou-se pela perspectiva relacionada ao “sistema de integração e comunicação”. Essa perspectiva não compreende o consumo como algo que divide e isola os sujeitos, mas está relacionado a trocas de sentidos, pois por meio dele as classes se integram, em «un juego simultáneo de intercambios y distinciones [portanto] el consumo puede ser también un escenario de integración y comunicación”. (CANCLINI, 1992, p. 4)

Como parte do cenário social, o consumo é definido como um elemento de construção, pertencimento e integração dos sujeitos a determinadas práticas e compartilhamento de significados pelas pessoas e grupos sociais. Assim, o uso e a apropriação dos produtos midiáticos, segundo Canclini (1992), definem as particularidades do consumo cultural, revelando a história do consumo e os vários estilos dessas apro-

3 1) Lugar de reprodução da força de trabalho e da expansão do capital; 2) lugar onde as classes e os grupos competem pela apropriação do produto social; 3) lugar de diferenciação social e distinção simbólica entre os grupos; 4) sistema de integração e comunicação; 5) cenário de objetivação dos desejos; e, por último, 6) processo ritual.

priações, como “una interacción dinámica, abierta y creativa entre (vários) proyectos de modelación social”. (CANCLINI, 1992 p. 7)

Percorso metodológico

Este trabalho caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa e de incursões empíricas, mediante a investigação de uma escola pública, da cidade de Santa Maria/RS. O objetivo é compreender o consumo do livro por adolescentes, por meio da análise das mediações família e escola. Para isso, desenvolveu-se um estudo de recepção com base no modelo teórico-metodológico das mediações (MARTÍN-BARBERO, 2003), especificamente da sociabilidade, para entender a interferência da escola e da família na relação de consumo do livro pelos jovens pesquisados.

Embora diversas categorias referentes à sociabilidade interfiram na recepção/consumo midiático, na investigação, focou-se nas questões da escola, de forma teórica e empírica, e da família, em observações empíricas, que auxiliam na compreensão dos usos e apropriações do livro. A opção por tais categorias se deve ao resultado do estudo exploratório, no qual se evidenciou que o envolvimento com o livro e a intensidade de leitura dos jovens estão relacionados ao estímulo recebido no ambiente familiar e escolar.

A coleta dos dados ocorreu mediante a observação sistemática do objeto de estudo e, para isso, foram adotadas diversas técnicas de caráter etnográfico, como observação participante, conversas informais, o diário de campo e questionário, com o intuito de investigar *in loco* e empiricamente o uso e a apropriação do livro.

Com a autorização da direção da Escola, a primeira etapa da pesquisa visou (estudo exploratório) conhecer o cotidiano escolar e estabelecer os primeiros contatos com os pesquisados. As visitas foram realizadas durante seis semanas, entre julho e setembro de 2014, em dois turnos (manhã e tarde). Inicialmente, utilizou-se a técnica de observação participante nos locais de circulação da Escola (pátio, corredores e biblioteca), aliada a conversas informais, com o objetivo de se aproximar dos pesquisados e criar vínculos. O registro preliminar sobre o consumo do livro pelos adolescentes da Escola foi feito por meio do diário de campo.

Num segundo momento, aplicou-se questionários para o levantamento inicial de informações sobre os adolescentes (entre 14 e 18 anos)⁴ dos três anos do Ensino Médio da Escola. Foram aplicados 115 questionários, divididos em seis turmas, duas de cada série. O instrumento contou com 18 questões, abertas e fechadas. As perguntas abertas tratavam do perfil

4 A participação dos jovens foi condicionada à autorização dos responsáveis, via assinatura do termo de aceite e ciência, pois a maioria dos adolescentes era menor de idade.

dos jovens e as fechadas, sobre o envolvimento dos alunos com o livro e a leitura. A aplicação foi feita durante o mês de agosto de 2014, no horário de aula, com autorização dos professores e da direção.

Os dados do questionário foram responsáveis pela construção da amostra do estudo, “um subconjunto representativo, com certo número de elementos, que são retirados do conjunto universal” (RICHARDSON, 1999, p. 160). A amostra foi definida de forma não probabilística, baseada em critérios de conveniência, que considera a disponibilidade dos respondentes, e de intencionalidade, quando o pesquisador seleciona quem tem conhecimento do assunto estudado (DUARTE, 2009, p. 69). Assim, os jovens (Tabela 1) foram selecionados com base no interesse e na disponibilidade demonstrada no questionário, assim como pelo grau de envolvimento com o tema da desta investigação, o livro e a leitura.

QUADRO 1
Perfil resumido dos entrevistados

Nome	Idade	Série	Escolaridade do pai	Escolaridade da mãe	Profissão do pai	Profissão da mãe
Tanara	16	2º ano	Técnico em mecânica	Ensino Médio	Funcionário público da Corsan	Empregada doméstica
Elisa	15	2º ano	Ensino Médio	Ensino Médio	Gerente de Posto de Gasolina	Autônoma
João	17	3º ano	Ensino Fundamental incompleto	Ensino Superior Completo (Pedagogia)	Agricultor	Professora do Ensino Fundamental
Karina	14	1º ano	Ensino Médio incompleto	Ensino Médio incompleto	Motorista	Empregada doméstica

Fonte: Elaborado pelos autores.

O aprofundamento das questões sobre o consumo e suas relações foi feito por meio de entrevista semiestruturada e em profundidade. Segundo Duarte (2009, p. 62), a técnica da entrevista permite explorar “um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes”, pois é uma abordagem dinâmica e flexível. Foram realizadas entrevistas semiabertas presenciais com questões semiestruturadas, por meio de um roteiro, aplicada aos quatro adolescentes. Na entrevista, buscou-se identificar posicionamentos e ideias dos adolescentes acerca das práticas e dos usos do livro. O instrumento contou com 74 questões, subdivididas em quatro blocos (escola, família, acesso e consumo), que abarcaram o consumo do livro com base nas mediações escola e família.

A seguir, a análise das categorias (família, escola e consumo), que possibilitam entender e justificar as práticas de consumo adotadas pelos jovens partindo dos tensionamentos dos dados empíricos.

Mediação família: o papel dos pais na formação de leitores

O papel da família é decisivo na motivação e no acesso aos livros para que os adolescentes usufruam os benefícios da leitura. Nesse sentido, Petit (2008, p. 140) ressalta a “importância da familiaridade precoce com os livros, de sua presença física na casa, de sua manipulação” para que as crianças tenham contato, desde cedo, com o livro, adquirindo o gosto e o hábito da leitura. Isso quer dizer que, à medida que os pais têm experiências e práticas leitoras, estimulando essas atividades em família, torna-se significativo para o desenvolvimento do hábito da leitura e do gosto pelos livros, enfim, para a formação geral dos filhos.

A participação familiar na vida dos quatro entrevistados é efetiva quanto à exigência pela dedicação aos estudos e a liberdade. É unânime entre eles a preocupação dos pais com o desempenho escolar e as atividades desenvolvidas pelos pesquisados, sendo que ela, geralmente, está associada ao desejo de mostrar ao filho que o estudo é importante para que tenham um futuro melhor.

Os jovens afirmam que costumam conversar sobre literatura ou livros – tanto para pedir algum livro, como para contar sobre alguma leitura feita ou projeto que estão realizando na escola. Essa relação entre os membros da família parece ser de interesse recíproco entre as partes, o que realmente demonstra que os assuntos relacionados ao livro são comumente discutidos no ambiente familiar, isto é, fazem parte da sociabilidade dos entrevistados.

Em relação ao hábito de leitura em casa, todos afirmam que já viram seus pais lendo. Os pais de Elisa e de Karina costumam ler jornal, pois, segundo elas, preferem leituras rápidas pela falta de tempo, por isso não dedicam tempo ao livro. Destaque-se, também, o tempo dedicado a leituras religiosas (livros espíritas, revistas de Testemunhas de Jeová e Bíblia), como nas famílias de Elisa, João e Tanara.

Os entrevistados tiveram contato muito cedo com o livro, tanto por meio da compra desses e de gibis quanto, no caso de Karina e Elisa, das leituras de histórias feitas pelos pais quando crianças. Tanara destaca a figura do avô como alguém que lhe contava histórias. João, mesmo não lembrando se os pais lhe contavam histórias, recorda as idas à livraria: “No começo eles me levavam, mas depois eu já fiquei mais independente

e ia sozinho na revistaria”. Visto isso, observou-se que esses são pontos que podem ter sido decisivos no que se trata do gosto e incentivo pela leitura.

Dessa forma, percebeu-se a participação dos pais dos pesquisados no contato com os livros e o incentivo para a leitura assídua. A situação fica evidente quando João reconhece que o interesse do jovem passa, necessariamente, pela referência familiar, incentivo e acesso ao livro (“Uma base familiar, uma base de incentivo, não familiar, de incentivo. Eu acho que talvez eles não [...] os pais deles ou os amigos também não leem e eles não se interessam, acham outras atividades”).

A família, portanto, está relacionada com esse processo, pois é uma mediadora essencial para que o livro tenha relevância e importância na vida dos jovens. Mesmo não tendo condições de adquirir exemplares, os pais podem ser responsáveis por despertar a curiosidade e o interesse pelos livros e o gosto pela leitura.

Mediação Escola: a relação do ambiente escolar com o livro e a leitura

Na categoria “Escola” identificou-se a relação que a instituição tem com a leitura, ao focar em projetos na biblioteca, espaços de leituras e outras atividades relacionadas ao livro e ao incentivo à leitura. Tais ações são relevantes para a formação dos jovens, pois, muitas vezes, eles não têm acesso ao livro em casa, não costumam ver os pais lendo, nem adquirindo livros, enquanto na Escola há possibilidade de terem contato, discutirem sobre literatura e, em muitos casos, desenvolver o interesse pela leitura.

Em geral, os alunos consideram a Escola “boa”, sobretudo pela direção “se empenhar”. Todos eles se referem à infraestrutura, quando questionados sobre a qualidade da escola, embora tenham opiniões distintas. Elisa defende que a Escola é boa, pois a direção não deixa faltar professores. Para Karina, ainda que a estrutura seja precária, considera que a Escola é capaz de preparar os alunos para o vestibular.

Em relação aos projetos sobre leitura desenvolvidos pela Escola, Elisa afirma que não se lembra de nenhum. No entanto, Elisa, Tanara e João participam do projeto de redação, destinados aos alunos de segundo e terceiro anos, que é realizado no turno inverso das aulas como forma de preparar os alunos para o vestibular e o Enem. Karina, que não participa desse projeto por estar no primeiro ano, relata que participa de outros projetos, mas que nenhum está voltado para o livro. Além disso, Tanara considera que os projetos são “coisas muito superficiais e chatas”

e que a Escola deveria dar mais atenção aos projetos de leitura. Ainda assim, todos compreendem que os projetos existentes são uma maneira de interação proporcionada pela Escola e reconhecem a importância deles. Nesse sentido, os pesquisados entendem que a mediação “escola” é um espaço motivador, que deveria introduzir atividades que abarcassem a leitura, o debate, o diálogo entre os alunos, ou seja, que potencializasse ainda mais a troca de experiências.

A realidade da Escola apresentada pelos entrevistados merece destaque pelo fato de que pode ser um reflexo do sistema educacional brasileiro e da falta de investimentos em educação. A opinião dos entrevistados demonstra uma postura crítica dos jovens, provavelmente, consequência das discussões cotidianas feitas em casa e do incentivo ao estudo que recebem dos pais, ou seja, da sociabilidade por meio da mediação família, o que demonstra quanto refletem sobre o ambiente escolar no qual estão inseridos e se preocupam com a realidade.

A necessidade de haver mais projetos que envolvam o livro, conforme apontam os entrevistados, é reiterada quando comentam que os livros que marcaram sua trajetória na escola estão relacionados aos trabalhos realizados e às experiências compartilhadas com os colegas no espaço escolar. Esse é um aspecto relevante diante da situação atual dos jovens no Brasil, que, imersos em um mundo de novas tecnologias e de relações via redes sociais digitais, encontram na escola, como instituição educacional, um lugar capaz de promover atividades que fomentem a leitura e sirva de ambiente de socialização.

Os alunos demonstram interesse em conhecer novos leitores, sentindo falta dessa oportunidade que pode ser conferida pela Escola. Portanto, veem nos projetos grandes aliados, pois eles proporcionam a troca de ideias, estabelecendo novas práticas e relações com o livro. Isso revela que a Escola, como mediação fundamental na formação desses sujeitos, ainda tem muito a fazer para cumprir a plenitude do seu papel.

Por estarem na adolescência, os alunos têm um “grande desejo de serem ouvidos, reconhecidos; um grande desejo de troca e de encontros personalizados” (PETIT, 2008, p. 58). Tal anseio fica evidente quando ressaltam a importância dos projetos por serem “gratificantes” (Karina) e por se sentirem “orgulhosos” (João) por proporcionar aos colegas e amigos novas experiências. Assim, percebe-se que é por meio da visibilidade adquirida e da valorização que eles se reconhecem como sujeitos de responsabilidades no espaço escolar.

Os quatro entrevistados, ainda que acreditem nessa relação, apontam que a Escola não tem muito envolvimento com o livro que não seja o do

espaço da biblioteca e alguns projetos específicos, tornando superficial o estímulo à leitura. Os alunos observam que os professores, principalmente de literatura, são os que mais instigam a leitura. Comentam, ainda que sentem falta de atividades voltadas especificamente para o livro. Ao mesmo tempo, salientam que não querem nada que seja forçado, esperam algo que envolva todos os alunos, como debates e discussões sobre leitura e determinados livros.

Consumo: usos e apropriações do livro

A categoria “consumo” trata do uso e da apropriação do livro pelos adolescentes. Para isso, embasou-se nas mediações escola e família a fim de compreender de que modo a sociabilidade dos sujeitos medeia a maneira como esses jovens fazem uso e se apropriam do produto midiático – o livro.

Todos os entrevistados concordam que a leitura é muito importante para o crescimento dos indivíduos, tanto para aumentar o vocabulário e melhorar a escrita quanto para conhecer novos lugares por meio das histórias contidas nos livros. Dessa forma, isso evidencia a apropriação do livro feita pelos adolescentes, ao incorporarem o conteúdo do discurso midiático nas suas práticas cotidianas. Tanara acrescenta que por meio da leitura se pode mudar o ideal das pessoas, pois as histórias estão ligadas aos momentos do seu cotidiano, isto é, com a realidade vivida (“faz a pessoa abrir a cabeça pra um novo mundo”). Por exemplo, quando trata do assunto religião:

Ela praticamente muda todo teu ideal, porque, pelo menos pra mim mudou. Sei lá, tipo, ela foi fundamental pra mim, eu não vejo um dia assim que eu não lembre de alguma coisa que aconteceu e eu lembre de algum autor [...] eu fico pensando ‘porque as pessoas não leem?’ tipo, as vezes as pessoas tem um horror de livro em casa e não lê, eu fico pensando: ‘O que que elas tem na cabeça sabe’. (TANARA)

A importância dada ao livro é evidente quando os quatro entrevistados afirmam que guardam os seus livros no quarto, em um espaço separado dos demais da casa. O fato demonstra um forte apego e sentimento de posse, estabelecido com base em um valor afetivo com o objeto. Portanto, isso revela o cuidado e o apreço que esse produto midiático tem na vida desses adolescentes.

Os entrevistados dedicam todos os dias algumas horas à leitura. De modo geral, suas falas demonstram a inserção do livro no cotidiano, como

um objeto que acompanha as rotinas, compondo uma série de ritualidades cotidianas. De forma quase que natural, o livro aparece como um companheiro, quando as entrevistadas assumem levá-lo sempre na bolsa.

Verificou-se que livros favoritos são, na sua maioria, *best-sellers*, o que, mais uma vez, revela a grande participação da mídia na vida dos adolescentes, pautando muito do que eles consomem. A mídia se mostra presente tanto para a venda do produto quanto por ele, em si, ser um aliado, uma forma de apoio, por meio das temáticas abordadas. Por isso, não por acaso, inúmeras histórias de muitos livros tratam de temas juvenis (relacionamento, sexo, profissão, etc.). Sendo um processo de interação recíproco, o livro busca na cotidianidade aspectos para construir seus discursos e, ao mesmo tempo, os entrevistados utilizam isso, que é “redesenhado” pelo livro para formar a identidade deles. Esses aspectos ressaltam que a comunicação e a cultura/sociedade não podem ser pensadas de forma isolada.

Por mais que existam as vantagens dos livros digitais e das ferramentas de leitura, os jovens preferem o impresso, por acreditarem que algumas dessas ferramentas atrapalham a leitura – por exemplo, os comentários feitos anteriormente a algo que vai acontecer, o que pode comprometer o interesse ou gerar desmotivação para leitura. Percebeu-se que o digital ainda é recebido com receio entre os leitores da amostra, indicando que o livro impresso está longe do fim, sendo reforçado pelo interesse dos entrevistados em ir a livrarias, bibliotecas, carregar o livro, preferindo, além da leitura, o contato com o livro e seu manuseio.

Conclusão

Com base nas informações da pesquisa teórica e de campo, percebeu-se a importância do livro como produto midiático na vida dos adolescentes, interferindo na construção de suas identidades. Em todas as fases da pesquisa, detectou-se que os pesquisados mostraram-se envolvidos cotidianamente com o livro, seja nas práticas de leituras individuais, seja nas atividades escolares. Portanto, é um objeto ligado ao processo educacional e aos interesses pessoais, como um meio de desenvolvimento intelectual e entretenimento.

Na mediação família, observou-se que ela ganhou proporção ao longo da pesquisa, o que revela uma participação decisiva para que os filhos desenvolvam o gosto pelo livro e pela leitura, sobretudo quando isso faz parte da rotina familiar. Os pais são responsáveis, em primeira instância, por legitimar essas práticas, visto que a família é o primeiro espaço para formação da sociabilidade dos sujeitos. Isso faz da família uma mediação

que complementa e, ao mesmo tempo, justifica a relevância do papel da Escola na vida desses adolescentes.

A Escola, como agente de formação dos sujeitos, tem papel fundamental na motivação e incentivo à leitura, e assim, muitas vezes, é responsável por consolidar o hábito de leitura. Nesse sentido, conclui-se que a Escola ainda tem muito potencial para contribuir no que diz respeito ao consumo do livro. Entretanto, ressalte-se que o fomento à leitura não depende somente da Escola e dos professores, mas também de maior atenção do Governo em questões estruturais e de formação desses mediadores, para que estejam preparados com didáticas que instiguem a participação do aluno e proporcione novas experiências.

Nesse sentido, as informações coletadas com os entrevistados reiteram a perspectiva de Canclini (2010), norteadora durante o processo de investigação: “sistema de integração e comunicação”. Com o estudo, compreendeu-se que o consumo está relacionado a trocas de sentidos, pelas experiências compartilhadas por meio do livro, que podem ser percebidas no cotidiano dos adolescentes, desde as rotinas de leitura no ambiente familiar até as conversas informais relacionadas ao livro e as leituras na escola. Assim, a posse do produto midiático é fundamental para a confirmação de significados e valores comuns (CANCLINI, 1992), pois serve como elemento de pertencimento e integração dos sujeitos a determinadas práticas. Nesse caso, pode-se referir tanto à posse material, com aqueles jovens que além de se apropriarem do conteúdo também adquirem o produto, como àqueles que se apropriam de outras formas de uso (empréstimo, presentes, dentre outras).

Por fim, considera-se o livro um produto midiático decisivo na construção social dos adolescentes e reconhece-se a importância das mediações no estímulo ao comportamento leitor. Mesmo assim observou-se a necessidade de a Escola instigar de maneira efetiva o contato com o livro e a leitura, sendo o Governo um dos agentes determinantes nesse processo de transformação e responsável por essas mudanças. Dessa forma, saliente-se que a pesquisa não encerra a questão e, dessa maneira, fica aberta para trabalhos futuros que contemplem o consumo de livros por adolescentes.

The relationship between family and school mediations in book consumption by teenagers

Abstract

This article attempts to understand how “school” and “family” mediations work in teenagers with regard to book consumption and reading. It discusses the use and ownership of the book, as a media product, through cultural studies, especially from the perspective of mediations (Martín-Barbero) and sociocultural consumption (Canclini). This is a reception study with teens from a public school in Santa Maria, Rio Grande do Sul. In terms of method, ethnographic techniques were employed, such as participant observation, informal conversations, field diaries, questionnaires, and interviews. The importance of mediations was observed both in terms of stimulating the reader’s behavior and in book consumption. Even immersed in the technological context, the relationship with the printed book is intense.

Key-words: *Consumption, teenager, book.*

Referências

CANCLINI, N. G. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 8. ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2010.

CANCLINI, N. G. Los estudios sobre comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores. *Diálogos de la Comunicación*, Guadalajara, n. 32, p. 8-15, 1992.

DIAS, Maria Carolina [Má Dias]. Você já conhece a “Sick-Lit”? Saiba mais sobre a Polêmica vertente literária pautada em “doenças”? *Literatortura*: revista digital mensal, 4 abr. 2013. Disponível em: <<http://literatortura.com/2013/04/voce-ja-conhece-a-sick-lit-saiba-mais-sobre-a-polemica-vertente-literaria-pautada-em-doencas/>> Acesso em: 27 jun. 2015.

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas: 2009.

ESCOSTEGUY, A. C.; JACKS, N. *Comunicação e recepção*. São Paulo: Hacker, 2005.

JACKS, Nilda *et al.* Jovem e consumo midiático: dados preliminares do estudo piloto e da pesquisa exploratória. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 23., 2014, Universidade Federal do Pará, Belém, maio. *Anais...* Belém: Universidade Federal do Pará, 2014.

MACHIAVELLI, Marina; SANTOS Filipe Bordinhão dos. “Uma base de incentivo”: o consumo do livro por adolescentes a partir das mediações escola e família. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38, 2015, Rio de Janeiro, *Anais...* Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2015. Disponível em: <portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0514-1.pdf>. Acesso em: 22 set. 2015.

MARTIN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003. p. 372.

OUTEIRAL, J., MOURA, L.; SANTOS, S. M. V. (Org.). *Adulterar: a dor e o prazer de tornar-se adulto*. Rio de Janeiro: Revinter, 2008.

PETIT, M. P. *Os jovens e a leitura: uma nova perspectiva*. São Paulo: Editora 34, 2008.

RICHARDSON, R. J. *et al. Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas, 1999.

RONSINI, V. M. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). In: GOMES, Itânia; JANOTTI JUNIOR, Jeder (Org.). *Comunicação e estudos culturais*. Salvador: EDUFBA, 2011.

TRAVANCAS, I. O livro como produto midiático e os estudos de recepção. *Contratempo*, Rio de Janeiro, n. 26, p. 87-105, 2013.

WOTTRICH, L.; SILVA, R. C.; RONSINI, V. M. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero no estudo de recepção da telenovela. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba-PR. *Anais... 2009*. Curitiba: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1712-1.pdf>>. Acesso em: 17 jun. 2015.

Enviado em 24 de setembro de 2015.

Aceito em 25 de abril de 2016.