

“Uma base de incentivo”: o consumo do livro por adolescentes a partir das mediações escola e família¹

Marina Machiavelli²

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria/RS, Brasil

Filipe Bordinhão dos Santos³

Universidade Positivo, Curitiba/PR, Brasil

O presente artigo compreende de que maneira as mediações “escola” e “família” contribuem na e para a relação de adolescentes com o consumo do livro e a leitura. Para isso, discute-se o uso e a apropriação do livro, enquanto produto midiático, através dos Estudos Culturais, sobretudo, da perspectiva das mediações (MARTÍN-BARBERO, 2003) e sociocultural do consumo (CANCLINI, 2010). O estudo foi realizado em Santa Maria/RS, com adolescentes de uma escola estadual. Trata-se de um estudo de recepção no qual, metodologicamente, foram empregadas técnicas de caráter etnográfico, como observação participante, conversas informais, diário de campo, questionário e entrevistas. Percebemos a importância das mediações, escola e família, no estímulo ao comportamento leitor e, conseqüentemente, no consumo do livro. Mesmo imersos em inúmeras possibilidades, a relação com o livro impresso ainda é intensa.

Palavras-Chave: Consumo; Adolescente; Livro; Sociabilidade; Estudos de Recepção.

Introdução

Em tempos em que a internet e as novas tecnologias (*smartfones, e-books, e-readers*, entre outros), permitem inúmeras possibilidades de usos e apropriações e parecem roubar, cada vez mais, a atenção dos jovens, reconfiguram-se os contextos de produção e circulação do livro. Por conta disso, sentimos a necessidade de compreender a relação de adolescentes com esse produto midiático em meio às tecnologias.

O livro é um “suporte midiático” (Travancas, 2012, p.2) entendido como um objeto que carrega significados e está inserido nas práticas de consumo dos adolescentes. Petit (2008) reforça a ideia ao apresentar o livro como um objeto fundamental para a construção de significados e dos sujeitos, principalmente na adolescência, fase em que as pessoas vivem certa instabilidade identitária e buscam referências de identificação e reconhecimento social.

O termo adolescência é amplo e discutido em diversas áreas do conhecimento. É conhecida como a fase na qual acontecem mudanças hormonais, físicas e neurológicas. Antecedendo à vida adulta, a adolescência envolve a formação dos sujeitos e de suas identidades e o seu início pode variar de acordo com o contexto social, cultural e econômico onde os sujeitos estão inseridos. Portanto, a adolescência é entendida como um processo não

¹Trabalho apresentado na Divisão Temática de Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Bacharel em Comunicação Social – Produção Editorial pela UFSM. Email: marinamachiavelli7@hotmail.com.

³Orientador do trabalho. Professor da Universidade Positivo, Doutorando em Comunicação pela UFSM. Email: filipebordinhao@gmail.com

somente biológico, mas também social (OUTEIRAL, 2008, p.4), construído em diversos contextos de interação - amigos, família ou escola. Isso tudo reflete diretamente nas escolhas dos adolescentes, seja de roupas, gêneros musicais, livros, até mesmo nos modos de ser e estar no mundo.

Na mídia, de modo geral, a temática da adolescência é explorada historicamente. Os produtos midiáticos voltados ao público jovem abordam diferentes temáticas (sexo, saúde, beleza, relacionamento, carreira, entre outras) e vão desde folhetins *teen*, como “Malhação”, até revistas de comportamento, como “Capricho”. O livro também ganha grande destaque no cenário midiático e jovem contemporâneo. No Brasil, destacam-se escritores como Pedro Bandeira, Ana Maria Machado e Thalita Rebouças. Os autores estrangeiros, que competem na cena brasileira de literatura, mais procurados são: J. K. Rowling (“Harry Potter”), Stephenie Meyer (“Crepúsculo”), Nicholas Sparks (“Diário de uma Paixão”, “Um amor para recomeçar” e “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*⁴.

Dessa forma, para compreendermos a relação dos jovens com os meios e o que eles oferecem, precisamos identifica-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.

Com base nos Estudos Culturais, então, vimos a necessidade de discutir 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). Com isso, nossa intenção é propor aproximações com o cotidiano dos sujeitos e do seu contexto social para, assim, entender os processos comunicativos, nesse caso o que envolve o consumo do livro por adolescentes.

Dentre as correntes de pesquisa dos Estudos Culturais, ressaltamos a perspectiva latino-americana, que busca entender o processo de comunicação através da recepção, na qual nos filiamos para a realização desse estudo. Salientamos que alguns autores e textos tratam da recepção como sinônimo de consumo ou como partes indissociáveis de um processo de apropriação e uso dos discursos e bens culturais. Ronsini (2010) ressalta que apesar da divisão existente entre essas duas perspectivas, “os termos recepção e consumo são utilizados

⁴ A temática de interesse dos jovens teve uma mudança significativa com um novo segmento chamado “*sick-lit*”, diferentes das histórias fantásticas abordadas em *Harry Potter* e *Crepúsculo*, são livros com enredos com personagens que sofrem com doenças terminais, personagens suicidas, personagens depressivos. O interesse por esses gêneros é visto nas listas dos livros mais vendidos no país e no mundo. Disponível em: <<http://literaturatur.com/2013/04/voce-ja-conhece-a-sick-lit-saiba-mais-sobre-a-polemica-vertente-literaria-pautada-em-doencas/>> Acesso em: 27 jun. 2015.

frequentemente como sinônimos para indicar o conjunto dos processos sociais de apropriação dos produtos da mídia”. Dessa forma, em nossa compreensão, recepção e consumo estão imbricados e podem ser tratados como momentos sequenciais do processo comunicativo, especialmente, se pensarmos no consumo cultural e simbólico dos produtos midiáticos.

Tais perspectivas serão trabalhadas como complementares para analisar a relação entre o público 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 a partir da apropriação dessa mídia. Na América Latina, destacam-se duas correntes de estudos que analisam a comunicação a partir do polo da recepção/consumo, as quais serão norteadoras deste trabalho. Uma delas é a do Uso social dos meios, concebidas pelo pesquisador radicado na Colômbia, Jesús Martín-Barbero, e a outra do Consumo Cultural, desenvolvida pelo teórico Nestor García-Canclini.

Os estudos de recepção a partir 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”. Para o autor, as mediações se referem a toda experiência individual adquirida ao longo da vida e que são responsáveis por propor negociações com aquilo que é hegemonicamente apresentado no e 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 reforça o fato de que não podemos analisar a relação dos sujeitos com a mídia sem que haja aproximação e compreensão com o seu contexto social. Dessa maneira, reconhecemos a construção dos significados a partir do compartilhamento de ideias e das trocas cotidianas, apreendendo assim, a familiaridade ou não com os meios de comunicação. Portanto, essa perspectiva é importante para entendermos a relação dos receptores e dos meios, pois as mediações “estruturam, organizam e reorganizam a percepção da realidade em que está inserido o receptor” (ESCOSTEGUY; JACKS, 2005, p.67) proporcionando a identificação das especificidades do uso social dos meios.

Como o mapa das mediações é bastante amplo e complexo do ponto de vista das diferentes dimensões das quais são acionadas na relação dos sujeitos com os conteúdos midiáticos (sociabilidade, ritualidade, tecnicidade e institucionalidade), optamos por delimitar nosso trabalho a partir da observação de uma mediação específica, visto que reconhecemos a dificuldade de apreender todas elas de forma teórica e empírica. Portanto, para estudar o

consumo do livro no cotidiano de adolescentes do ensino médio, nosso recorte abarca a mediação da sociabilidade no processo de recepção desse produto midiático.

A socialidade, 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”. É entendendo o contexto desses jovens, articulando a suas práticas cotidianas com a família e a escola, que podemos perceber de que maneira o livro está associado a essas instituições. Pois, através dessas relações cotidianas, “se baseiam as diversas formas de interação dos sujeitos e a constituição de suas identidades.” (WOTTRICH; SILVA; RONSINI, 2009, p.4).

Ainda no sentido de precisar nossa investigação, embora reconheçamos a interferência de todas as categorias, mencionadas pelas autoras, no fenômeno que envolve a recepção e o consumo de produtos midiáticos, no que diz respeito à sociabilidade, trabalharemos especificamente com a mediação da escola, de forma teórica, e com a família a partir das observações empíricas.

Perspectiva sociocultural do consumo

As transformações no mundo contemporâneo fizeram dele um lugar no qual o acesso aos meios, as informações e aos bens está cada vez mais rápido e fácil. A globalização, entendida por Ortiz (1994) como “produção, distribuição e consumo de bens e de serviços, organizados a partir de uma estratégia mundial e voltado para um mercado mundial”, faz com que encontremos em lojas de nossa cidade, o que está disponível em outros lugares do globo.

Para Canclini (2010, p.67), “vivemos em um tempo de fraturas e heterogeneidade, de segmentações dentro de cada nação e de comunicações fluidas com as ordens transnacionais da informação, da moda e do saber.” Entretanto, o autor aponta que no meio da diversidade de escolhas, podemos encontrar “códigos que nos unificam”, permitindo essa relação que ultrapassa fronteiras e é capaz de promover trocas de experiências e interações sociais.

Por conta disso, o autor 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, 2009, p.292.). Noção reiterada por Canclini (2010) ao afirmar que quando “selecionamos os bens e nos apropriamos deles, definimos o que consideramos publicamente valioso, bem como os modos de nos integrarmos e nos distinguirmos na sociedade” (CANCLINI, 2010, p.35).

Os pressupostos de Canclini sobre consumo cultural constituem uma teoria sociocultural do consumo, elaborando uma conceituação global, na qual incluiu os processos de comunicação e recepção de bens simbólicos. A partir disso, ele propõe uma definição do consumo, como sendo 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 consumidores, assim, superando a noção de que o “consumo é um ato individual, movido pelo desejo, no qual são exercitados apenas gostos pessoais” (JACKS, 1994, p.44). O consumo provoca a combinação de interesses, proporciona interações com os meios e os sujeitos a partir da aproximação de gostos e desejos em comum de bens, conseqüentemente, produzindo e compartilhando significados.

Com base nisso, Canclini (2010) desenvolve seis⁵ racionalidades de definição e análise do consumo. Para efeito de delimitação, neste trabalho, optamos pela perspectiva que diz respeito ao “sistema de integração e comunicação” (item 4) trabalhada pelo autor. Essa perspectiva não compreende o consumo como algo que divide os sujeitos, mas algo que está relacionado a trocas de sentidos, pois através dele as classes distintas se integram, propondo “*un juego simultáneo de intercambios y distinciones [portanto] el consumo puede ser también un escenario de integración y comunicación*” (CANCLINI, 1992, p.4). Isso pode ser observado a partir das práticas cotidianas, em que diferentes grupos sociais convivem em diversos espaços, fazendo com que os “*compartimentos de consumo que favorecen la sociabilidad*” (ibidem).

⁵ 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.

O consumo como parte do cenário social, pode ser definido como um elemento de construção, de pertencimento e integração dos sujeitos a determinadas práticas, reconfigurando valores e significados partilhados pelas pessoas e grupos sociais. Sendo assim, o uso e a apropriação dos produtos midiáticos, segundo Canclini (1992), definem as particularidades do consumo cultural, mostrando-nos a história do consumo e os vários estilos dessas apropriações, apresentando-se como *“una interacción dinámica, abierta y creativa entre (varios) proyectos de modelación social”* (p.7).

Percurso Metodológico

O presente trabalho é uma pesquisa qualitativa dividida em dois eixos: pesquisa bibliográfica e empírica. No que tange a pesquisa empírica, realizamos uma investigação em uma escola pública, da cidade de Santa Maria/RS, com o objetivo de compreender o consumo de livros por adolescentes, através da análise das mediações escola e família.

Para isso, realizamos um estudo de recepção, a partir da perspectiva teórico-metodológica das mediações (MARTÍN-BARBERO, 2003), especificamente a sociabilidade, para entender a interferência da escola e família em relação ao consumo do livro. Para tanto, entendemos tais mediações como categorias, teórica e empírica respectivamente, com o propósito de delimitar a abordagem sobre a temática do livro nesses ambientes. Destacamos que essas categorias partem dos resultados do estudo exploratório à medida que foram assuntos recorrentes ao universo do livro e a leitura. Fato que vimos como fundamental quando se trata de um Estudo de Recepção, pois se dá voz aos receptores e não os impõem temas de debate.

Como a intensidade de leitura dos jovens está diretamente relacionada ao estímulo recebido no ambiente familiar e escolar, adotamos nesse trabalho, família e escola como categorias de análise. Isso fica evidente no estudo exploratório ao observarmos a relação dessas instituições no incentivo ao livro e a leitura. Destacamos que a família foi observada apenas de forma empírica, auxiliando na compreensão dos usos e apropriações expressados pelos jovens.

A coleta dos dados se deu através da observação sistemática do objeto de estudo: a relação dos jovens com o livro a partir do ambiente escolar. 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.

Fundada em 26 de agosto de 1946, a Escola analisada está localizada no bairro Nossa Senhora de Fátima, na cidade de Santa Maria/RS, e atende somente jovens do Ensino Médio. Com a autorização da direção, realizamos a primeira aproximação com os alunos, nos horários do intervalo, para acompanhamento da cotidianidade escolar. Para isso, frequentamos a escola durante dois turnos (manhã e tarde) a fim de ter contato com os estudantes das três séries do Ensino Médio.

A primeira etapa da pesquisa visou reconhecer o espaço escolar e estabelecer os primeiros contatos com os pesquisados, bem como definir as próximas fases metodológicas e validar a nossa pesquisa. Isso foi realizado durante seis semanas, entre os meses de julho e setembro de 2014, em dois turnos no ambiente escolar. As abordagens aos alunos, que ocorriam durante o intervalo das aulas e as visitas dos alunos a biblioteca, buscavam identificar a relação diária dos jovens com os livros e o ambiente escolar em geral.

Inicialmente, utilizamos a técnica de observação participante nos espaços de circulação da Escola, como o pátio, os corredores e a biblioteca. Além disso, aliamos às conversas informais com o objetivo de se aproximar e a criar os primeiros vínculos com os pesquisados. De forma complementar, para entender o universo da leitura desses sujeitos, conversamos com professores, bibliotecários e donos de livrarias. Outra técnica adotada foi a do diário de campo, a qual serviu para o registro preliminar do consumo de livro por adolescentes da Escola. Assunto que se revelou, desde o início do estudo exploratório, necessário para ser analisado, sobretudo, por ter a educação e a formação dos jovens, no caso a Escola, como cenário de discussão.

Num segundo momento, após a definição do universo do estudo, aplicamos questionários para o levantamento inicial de informações a respeito dos adolescentes dos três anos do Ensino Médio da Escola analisada. Nessa etapa, foram aplicados cento e quinze (115) questionários, divididos em seis turmas, duas de cada ano do Ensino Médio. Os jovens respondentes que fazem parte do universo total da amostra têm idades entre 14 e 18 anos. O instrumento contou com dezoito questões, abertas e fechadas. As perguntas abertas visavam conhecer o perfil dos jovens, enquanto as fechadas buscaram revelar o envolvimento dos alunos com o livro e a leitura. A aplicação foi realizada durante o mês de agosto de 2014, durante horário de aula, com autorização prévia dos professores e da Direção. Ressaltamos que a participação estava condicionada à autorização dos responsáveis, via assinatura do termo de aceite e ciência, pois a maioria dos adolescentes era menor de idade.

O estudo exploratório, mais precisamente, o questionário, também foi responsável pela construção da amostra do estudo, que “caracteriza-se como um subconjunto representativo,

com certo número de elementos, que são retirados do conjunto universal” (RICHARDSON, 1999, p. 160). A amostra foi construída 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). Por conta disso, os jovens (tabela 2) foram selecionados a partir do interesse e da disponibilidade demonstrada durante a aplicação do questionário, assim como, pelo grau de envolvimento que tinham com o tema de nossa investigação, o livro e a leitura.

Tabela 2 - 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 completo	Funcionário Público da Corsan	Empregada Doméstica
Elisa	15	2º ano	Ensino Médio completo	Ensino Médio completo	Gerente Posto de Gasolina	Autônoma
João	17	3º ano	Ensino Fundamental Incompleto	Ensino Superior Completo (Pedagogia)	Agricultor	Professora Ensino Fundamental
Karina	14	1º ano	Ensino Médio Incompleto	Ensino Médio Incompleto	Motorista	Empregada Doméstica

Para o aprofundamento da nossa proposta de trabalho, utilizamos a técnica da entrevista, semiestruturada e em profundidade. Segundo Duarte, por meio da técnica da entrevista podemos explorar “um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes” (2009, p.62), pois se trata de uma abordagem dinâmica e flexível. Foram realizadas entrevistas semiabertas presenciais com questões semiestruturadas, através de um roteiro, aplicadas aos quatro adolescentes. As entrevistas foram agendadas de acordo com o horário disponível dos entrevistados. No momento da entrevista, buscou-se o diálogo de maneira a identificar posicionamentos e ideias dos adolescentes acerca das práticas e dos usos do livro. A entrevista foi composta por setenta e quatro questões, subdivididas em quatro blocos, que permitiram explorar e aprofundar os aspectos relacionados ao livro

Articulando a teoria e o empírico: o processo de análise do consumo a partir de um estudo de recepção

Apresentamos, a seguir, a análise das categorias (família, escola e consumo), as quais possibilitam entender e justificar as práticas de consumo adotadas pelos jovens a partir dos dados empíricos. A análise das categorias segue o percurso das mediações ao consumo.

Mediação família: o papel dos pais na formação de leitores

Na categoria família, compreendemos qual é o papel da família na mediação entre o jovem e a sua relação com livro e a leitura, entendendo como fatores determinantes no incentivo e no uso do livro em casa, se os pais leem livro ou texto, na liberdade dada pelos pais e na maneira que todas essas construções interferem no gosto pela leitura.

É essencial atentarmos para a relação da família com o livro, visto que ela é decisiva na motivação para que seus filhos usufruam dos benefícios trazidos pela 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. Queremos dizer que a media que os pais têm experiências e práticas leitoras, estimulando essas atividades em família, isso será significativo para formação dos filhos.

A participação familiar na vida dos quatro entrevistados parece ser 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, 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. Destaca-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 através da compra desses e 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 das idas à livraria: “no começo eles me levavam, mas depois eu já fiquei mais independente e ia sozinho na revistaria”. Visto isso, observamos que esses são pontos que podem ter sido decisivos no que se trata do gosto e incentivo pela leitura.

Dessa forma, percebemos a participação dos pais dos pesquisados para o 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”).

Portanto, a família está relacionada com todo 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

No espaço escolar os jovens têm contato com diversas práticas, outros adolescentes e professores, desenvolvendo redes de interesses, inclusive, aquelas formadas por pessoas que compartilham o gosto pela leitura. Pois, muitas vezes, os jovens não têm acesso ao livro em casa, não costumam ver os pais lendo e nem adquirindo livros, enquanto na escola possuem a possibilidade de ter contato, discutir sobre literatura e, em muitos casos, desenvolver o interesse pela leitura.

Na categoria escola discorreremos sobre a relação que a instituição tem com a leitura, focando em pontos específicos como a biblioteca, espaços de leituras proporcionados aos alunos e os projetos relacionados ao livro e aos incentivos à leitura que a escola fornece.

Em geral, os alunos consideram a escola boa, sobretudo, pela direção “se empenhar”. Todos eles remetem à infraestrutura, quando questionados sobre a qualidade da escola, embora tenham opiniões distintas. Elisa é a única aluna que defende, em geral, que a escola está 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 não lembrar de nenhum. No entanto, Elisa, Tanara e João participam do projeto de redação, destinados aos alunos de segundo e terceiro ano, 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 ao livro. Além disso, Tanara demonstra que os projetos são “coisas muito superficiais e chatas”, 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. 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 potencialize 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 através da mediação família, o que demonstra o 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 as 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, enquanto 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. Potanto, veem nos projetos grandes aliados para o fomento da leitura, pois estes 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 tem 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 através da visibilidade adquirida e valorização que eles se reconhecem como sujeitos de responsabilidades no espaço escolar.

Os quatro entrevistados, por mais que acreditem nessa relação, apontam que atualmente a escola não tem muito envolvimento com o livro, que não seja o do espaço da biblioteca e alguns projetos específicos, tornando ainda 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, nos embasamos 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 através das histórias contidas nos livros. Dessa forma, isso evidencia a apropriação do livro feita pelos adolescentes ao incorporar 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, inclusive, guardar os seus livros no quarto, em um espaço separado dos demais da casa. O fato demonstra um forte apego e sentimento de posse, estabelecido a partir de 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 e compoem uma série de ritualidades cotidianas. De forma quase que natural, o livro aparece como um companheiro quando as entrevistadas assumem leva-lo sempre na bolsa.

Podemos verificar que os 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, através das temáticas abordadas. Por isso, não por acaso, inúmeras histórias de muitos livros tratam de temas juvenis (relacionamento, sexo,

profissão, etc.). Assim vimos, sendo um processo de interação recíproco, o livro busca na cotidianidade aspectos para construir os seus discursos e, ao mesmo tempo, os entrevistados utilizam isso, que é “redesenhado” pelo livro para formarem suas identidades. 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. Percebemos 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 o seu manuseio.

Considerações Finais

Com base nas informações da pesquisa teórica e de campo, percebemos a importância do livro como produto midiático na vida dos adolescentes, inclusive, interferindo na construção de suas identidades. Em todas as fases da pesquisa, detectamos que os pesquisados mostram-se envolvidos cotidianamente com o livro, seja nas práticas de leituras individuais ou nas atividades escolares. Portanto, é um objeto ligado ao processo educacional, além de ter presença garantida entre os interesses pessoais, sendo um meio para o crescimento, diversão e entretenimento.

Dessa forma, detectamos a relevância das mediações na compreensão do consumo, sobretudo, ao propormos uma análise que partiu de todo um percurso teórico e metodológico evidenciado pelo campo empírico. É através da mediação escola, perpassada pela mediação da família, que compreendemos a relação dos adolescentes com o acesso ao livro e, conseqüentemente, o uso e as apropriações do consumo. Portanto, uma etapa justifica a outra, e fundamentam a presença ou não do livro e da leitura no cotidiano dos adolescentes.

A escola, como agente de formação dos sujeitos, tem papel fundamental na motivação e incentivo à leitura, assim, muitas vezes, é responsável por consolidar o hábito de leitura. Os entrevistados demonstram interesse pela utilização dos espaços da escola para atividades que incentivem o compartilhamento de experiências de leitura, momentos de discussões e debates. Nesse sentido, concluímos que escola ainda tem muito mais potencial para contribuir com o processo de construção das identidades dos adolescentes no que diz respeito ao livro. Entretanto, ressaltamos que o fomento a leitura não depende somente da escola e dos professores, mas também de uma 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.

No que se refere à mediação da família, observamos que ela ganhou proporção ao longo da pesquisa, o que demonstra sua participação decisiva no gosto pelo livro e pela leitura. Podemos identificar que o estímulo dos pais é essencial para que os filhos adquiram o gosto e o interesse pela leitura, sendo que isso deve ser pensado como algo que faça parte da rotina dos pais, pois os vemos ainda como uma das principais referências para a formação dos adolescentes. O hábito da leitura e o gosto pelo livro na família se reflete na formação da sociabilidade dos jovens, pois os pais são responsáveis, em primeira instância, por legitimar essas práticas visto que a família é primeiro espaço socializador dos sujeitos. Portanto, essa mediação é decisiva no gosto pelo livro e pela leitura, o que reflete diretamente na formação da sociabilidade dos jovens. Fato que faz da mediação família complementar, ao mesmo tempo em que justifica a relevância do papel da Escola na vida desses adolescentes.

Nesse sentido, as informações coletadas junto aos entrevistados reiteram a perspectiva de Canclini (2010), norteadora durante o processo de investigação, que diz respeito ao “sistema de integração e comunicação”. Com o estudo, compreendemos que o consumo está relacionado a trocas de sentidos, através de experiências compartilhadas pelo 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 a 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 pertencimento e integração dos sujeitos a determinadas práticas. Nesse caso, podemos nos referir tanto a posse material, com aqueles jovens que além de se apropriarem do conteúdo também adquirem o produto, como aqueles que se apropriam a partir de outras formas de uso (empréstimo, presentes, entre outras).

Em relação ao acesso, por mais que os entrevistados frequentem as livrarias físicas e comprem livros nesses locais, a internet ganha cada vez mais espaço nas práticas de consumo e no acesso ao livro, devido à facilidade de procura e aos preços. Mesmo com a concorrência das plataformas digitais, de forma geral, isso tudo não tira o foco do livro. Percebemos que os adolescentes não deixam de fazer uso da versão impressa, bem como não o deixam cair em desuso. Afinal, o livro é parte do cotidiano dos entrevistados tanto pelo processo de compra como pelo empréstimo em biblioteca e de amigos, até as práticas de leitura.

Por fim, consideramos o livro um produto midiático decisivo na construção social dos adolescentes e reconhecemos a importância das mediações no estímulo ao comportamento leitor. Mesmo assim observamos a necessidade da 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 responsáveis por essas mudanças. Dessa forma, salientamos que a pesquisa não encerra a questão e, dessa maneira, fica aberta para trabalhos futuros que contemplem o consumo de livros por adolescentes.

Referências

- BARBERO, J. M. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 2. Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003. P. 372.
- CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 8 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.
- _____. Los Estudios sobre Comunicación y Consumo: El trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores. **Dialogos de la Comunicación** n.32. Lima: FELAFACS, 1992.
- 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 Editores, 2005.
- JACKS, Nilda. et al. Jovem e consumo midiático: dados preliminares do estudo piloto e da pesquisa exploratória. **Anais**. XXIII Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Pará, Belém, maio de 2014.
- ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. Editora brasiliense. São Paulo. 1994.
- OUTEIRAL, J., MOURA, L.; SANTOS, S. M. V. (orgs). **Adultecer**: A dor e o prazer de tornar-se adulto. Rio de Janeiro: ivraria e editora Revinter Ltda, 2008.
- PETIT, M. P. **Os jovens e a leitura**: uma nova perspectiva. São Paulo: Ed.34, 2008. 192 p.
- 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 (orgs.). **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. **Anais**. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba/PR, 2009.