



## Breve Balanço do Campo de Estudos de Juventude e Mídia Sonora no Brasil<sup>1</sup>

Ana BAUMWORCEL<sup>2</sup>  
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

### Resumo:

Ao refletir sobre inventários de estudos sobre juventude e sobre mídia sonora no Brasil, este trabalho aponta para a falta de um corpo de pesquisas teóricas e empíricas com expressividade e visibilidade acadêmica nacional que relacione esses dois temas. Constatou-se uma escassez de trabalhos num momento de mutação de paradigmas, tanto da categoria de mídia sonora, como na de juventude. Acredita-se, no entanto, ser um campo de estudo emergente, ainda em fase de consolidação, com tendência para o crescimento e o aprofundamento.

**Palavras-chave:** mídia sonora; juventude; campo acadêmico.

Um tema emergente como a questão da juventude ainda é pouco investigado por boa parte dos pesquisadores sobre a mídia sonora no país. Isso pode ser percebido num breve inventário sobre os trabalhos apresentados nos últimos dez anos, nos Congressos das duas principais instituições do campo da comunicação, como a Intercom e a Compós. Curioso como a questão da mídia sonora também é praticamente inexistente na agenda de pesquisa dos que investigam a juventude brasileira em outros campos do conhecimento, como Educação, Ciências Sociais (Antropologia, Ciência Política e Sociologia) e Serviço Social. Isso pode ser comprovado a partir do Estado da arte sobre juventude na Pós-graduação brasileira, coordenado por Spósito (2009).

Fazer um balanço sobre a produção científica que envolve a relação da juventude com a mídia sonora visa contribuir para identificar as lacunas e apontar perspectivas. Espera-se, assim, auxiliar na estruturação de um campo de estudos emergente. Os jovens entraram na pauta das políticas públicas e da imprensa no Brasil como parte da questão social e do crescimento da violência. No entanto, a visibilidade que a questão juvenil alcançou nos últimos dez anos no país não foi acompanhada em termos de produção acadêmica, principalmente, no que se refere aos estudos específicos sobre juventude e mídia sonora.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídias Sonoras, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora de Radiojornalismo da Universidade Federal Fluminense. Doutoranda em Educação (UFF). Pesquisadora do Observatório Jovem do Rio de Janeiro/ UFF. Email: [anabaumw@yahoo.com.br](mailto:anabaumw@yahoo.com.br)



As pesquisas sobre a mídia sonora no campo da comunicação têm como focos centrais o meio, a história, a mensagem, a programação, a tecnologia e, mais recentemente, a indústria fonográfica. Ainda são poucos os estudos que se preocupam com a recepção da sonoridade. E a lacuna é maior se o receptor a ser investigado for o jovem. Na pesquisa sobre a recepção da comunicação no Brasil, a relação com a televisão prevalece na maioria das investigações.

Nos estudos sobre a juventude brasileira em Educação, Ciências Sociais e Serviço Social predominam temas como trabalho, escola, família, gênero, sexualidade, exclusão social, política e muito pouco sobre mídia. Sobre mídia sonora, então, menos ainda. A pesquisa sobre culturas juvenis traz estilos de vida de jovens que se identificam com determinados gêneros musicais, mas a maioria delas não relaciona essas culturas com a mídia sonora.

Acredita-se que a falta de um corpo de pesquisas teóricas e empíricas com expressividade e visibilidade acadêmica nacional que relacione esses dois objetos pode ser compreendida a partir da percepção de um contexto de mudança de paradigmas. Na sociedade contemporânea, tanto a categoria de mídia sonora, como a de juventude estão em transição.

### **Mudança de paradigmas**

A convergência tecnológica da sociedade globalizada vem transformando os diversos meios de comunicação ao desestabilizar as características próprias de cada um deles. E a mídia sonora também se insere neste contexto. Martin-Barbero (2009b: 159) chama atenção para o entorno técnico-comunicativo, com suas linguagens, escrituras e gramáticas novas, que modifica a concepção de comunicação. As tecnologias de comunicação transformaram-se de instrumento pontual em ecossistema cultural. Ou seja, já não se trata mais de tentar compreender apenas os meios, mas de perceber como a comunicação se transformou com a tecnologia digital e de como media, hoje, as dimensões simbólicas da construção do coletivo.

Como sugere o autor, passa-se de uma visão predominantemente instrumental para uma visão mais densa de comunicação, densa culturalmente e socialmente. Uma dimensão que insere a comunicação nas práticas, nas transformações que afetam todas as dimensões da vida. A mudança epistemológica, então, foi reconhecer que a comunicação está mediando as formas da vida cultural e social dos povos e que o olhar vai da cultura à comunicação.



Martin-Barbero propõe que se repense a noção de comunicação, retirando-a do paradigma da engenharia dos meios e ligando-a com as interfaces, com os nós das interações, com a comunicação-interação, com a comunicação intermediada. Esta epistemologia mostra a crise em torno do próprio objeto de estudo.

Acreditávamos que existia uma identidade da comunicação, que se dava nos meios e, hoje, não se dá nos meios. Então, onde ocorre? Na interação que possibilita a interface de todos os sentidos, portanto, é uma “intermedialidade”, um conceito para pensar a hibridação das linguagens e dos meios. É dizer que, cada vez mais, o rádio é cada vez menos somente rádio; o rádio hoje oferece programas que são *blogs*, no qual alguém fala, outras pessoas falam; os gêneros estão sendo reinventados à luz da interface da televisão com a internet. Porque intermedialidade não é a transposição do conceito literário de intertextualidade, não é a mera relação entre textos que já existem, mas como diz um autor canadense, é a idéia de “vírus”: alguns gêneros geram vírus que penetram e contaminam outros meios. É a contaminação entre sonoridades, textualidades, visualidades, as matérias-primas dos gêneros (MARTIN-BARBERO, 2009b: 154).

Martin-Barbero (2009a: 2) denomina de as formas mestiças da mídia, formas um tanto incoerentes porque rompem a norma atuando transversalmente em todos os meios e o computador foi a gênese disso. Nesse contexto, vive-se uma dificuldade de clara delimitação conceitual da noção de mídia sonora. E é neste paradigma de mudança que se inserem as pesquisas sobre mídia sonora no Brasil. Martin-Barbero define esse momento contemporâneo como um tempo de profunda incerteza (Idem:19). Incerteza sobre o futuro do que conhecemos hoje, por exemplo, como mídia sonora.

Leccardi (2005:36) apoiada em Beck (1999) e Bauman (2000 a) também define pela incerteza a transição hoje dos jovens para a vida adulta. O jovem cada vez mais vive o presente, aproveitando cada instante, em função de um futuro indeterminado, governado pelo risco. Segundo ela, o futuro foge do controle, com repercussões profundas nos planos político e social, interferindo na construção dos projetos de vida dos jovens (Idem: 44). Hoje, então, o processo de transição de jovens para a vida adulta se insere na reconfiguração das sociedades modernas, onde riscos e incertezas predominam num cenário em que a noção de futuro está diretamente afetada (LECCARDI, 2005).

E o reflexo desse processo coloca em questão a própria definição da fase de vida juvenil. Leccardi (2005) faz coro com outros pesquisadores para lembrar que até alguns decênios atrás as fases de transição para a vida adulta eram lineares, ancoradas num futuro projetado. Essas fases podiam ser identificadas pela formação escolar, depois a inserção no trabalho, saída da casa dos pais, a construção de um núcleo familiar



autônomo e o nascimento dos filhos. A definição de juventude, então, se dava pela faixa etária em função desse percurso no ciclo da vida.

Hoje, essa linearidade de etapas mudou. Ou seja, há jovens que estudam e trabalham ao mesmo tempo, outros que têm filhos, casam, mas não saem da casa dos pais. Ou que saem, mas voltam depois do desemprego e da separação conjugal. Pesquisadores europeus (ABRANTES e GUERREIRO, 2005; FEIXA, 1998; PAIS, 2003) consideram que houve um prolongamento da fase da juventude na sociedade contemporânea. Outros apontam para a reversibilidade entre as etapas de transição para a vida adulta. Pais (2001) considera esse fenômeno da reversibilidade como uma característica do que ele denomina como a “geração iô-iô” que vai e volta nestes percursos.

Concorda-se com os diversos autores (ABRAMO, 2005; CARRANO, 2009; DÁVILA LEÓN, 2005; SPOSITO, 2009) que defendem que pesquisar a juventude é se colocar o desafio de desconstruí-la enquanto categoria homogênea, reconhecendo que não há uniformidade e linearidade em etapas de transição para a vida adulta. As transições são múltiplas, distintas e diferentemente vividas pelos jovens a partir de discontinuidades e rupturas, seja nas vertentes conjugal, profissional, entre outras.

Nesse sentido, os pesquisadores sobre o tema não consideram mais a representação por faixa etária como a única para designar a juventude. Como os processos de transição são heterogêneos é preciso considerar também o meio social, o pertencimento de classe, o sexo, a raça, os costumes. E como mostra Dayrell (2007) a partir do aporte teórico de Giddens (1991):

Temos de levar em conta também que essa condição juvenil vem se construindo em um contexto de profundas transformações sócio-culturais ocorridas no mundo ocidental nas últimas décadas, fruto da resignificação do tempo e espaço e da reflexividade, dentre outras dimensões, o que vem gerando uma nova arquitetura do social (DAYRELL, 2007:3)

Consta-se, então, uma dificuldade de clara delimitação conceitual da noção de juventude. E é neste paradigma de mudança que se inserem as pesquisas sobre juventude no Brasil.

Nos estudos sobre recepção midiática, a definição conceitual sobre o receptor também está em transição em função das mudanças tecnológicas. A prioridade para observar o ouvinte surgiu nas investigações do campo da comunicação na América Latina na década de 1980 (LOPES, 1999). A reflexão sobre a comunicação de massas dentro da temática das culturas populares incrementou o debate sobre a necessidade de criação de



uma teoria sobre a recepção com ênfase na realidade latino-americana. Os eixos básicos dessa reflexão foram o deslocamento dos meios às mediações (MARTIN-BARBERO, 1997) e os processos de hibridização cultural (GARCIA CANCLINI, 2008) <sup>3</sup>.

A incorporação do conceito de hegemonia, elaborado por Gramsci na década de 1930, e da proposta dos estudos culturais ingleses de uma recepção negociada contribuíram para a elaboração conceitual das mediações de Martin-Barbero. Os estudos culturais ingleses (Escola de Birmingham) transcenderam a pesquisa dos meios, partindo do circuito da produção para o de circulação e consumo da cultura midiática. O modelo de análise proposto por Hall (2009) denominado *Codificação/Decodificação*, criou a classificação das leituras dos receptores como dominantes, negociadas ou oposicionais, ao perceber a possibilidade de diferentes apropriações da mensagem.

E a audiência passou a ser considerada a partir de indivíduos ativos, produtores de sentido. Ou seja, passou-se a considerar o sujeito-ouvinte como possuidor de conhecimentos culturais constituídos que são utilizados no momento da interpretação da mensagem e, assim o processo de produção de sentido se vincula ao contexto cultural. Garcia Canclini (2008) trouxe o consumo midiático para a arena da cultura globalizada demonstrando como essa cultura dos receptores se insere em diversificados vínculos com o território, do local com o internacional, com outros códigos de identificação das experiências, de decifração de seus significados e modos de compartilhá-los (Idem: 262) E se por um lado as pesquisas sobre a mídia sonora no Brasil investigaram mais o meio, a mensagem e a tecnologia, por outro, as pesquisas sobre recepção raramente se preocuparam com as condições de produção, analisando somente os receptores. Os dois tipos de investigação, portanto, apresentaram até o momento apenas partes do processo de comunicação.

Hoje, no entanto, o processo de comunicação se tornou mais complexo e o receptor, além de produtor de sentidos, pode ser também produtor de mensagens em função das facilidades que a convergência tecnológica traz. Com isso, consta-se também uma dificuldade de clara delimitação conceitual da noção de receptor. E é neste paradigma de mudança que se inserem as pesquisas sobre recepção no Brasil, entre elas as de recepção de jovens em sua relação com a mídia sonora.

### **Os inventários sobre mídia sonora e juventude**

---

<sup>3</sup> Escosteguy e Jacks (2005) enumeram outros autores latino-americanos, além deles.



No Brasil, como indica a análise feita por Jacks (2006) ao traçar um panorama do Estado da arte dos estudos de recepção no país, poucos investigaram sobre a mídia sonora. Os estudos de recepção concentram-se mais na região sul do país.

Das 1.769 pesquisas, entre teses e dissertações, nos 11 Programas de Pós-graduação em Comunicação no país, existentes na década de 1990<sup>4</sup>, apenas 58 tiveram como objeto de estudo o rádio, dentre os quais somente nove apresentaram a recepção deste meio (Jacks, 2006: 86). Dessas nove pesquisas de recepção da mídia sonora, apenas a Dissertação de Martins investiga o adolescente.

Martins (1997) caracteriza o momento de vida deste segmento por altas mudanças e uma identidade oscilando entre a infância e o mundo adulto e acredita que a preferência pela mídia sonora seja devido ao predomínio da música como principal mensagem e à linguagem rápida e fragmentada. Conclui que a recepção adolescente é um hábito cada vez mais solitário, de modo isolado e sem diálogo (Jacks, 2006:100).

Outro estudo, o de Cavalcante (1997), analisa o impacto do rádio numa comunidade indígena e mostra como essa mídia coloca em conflito a tradição de respeito aos sábios anciões da tribo, destituindo-os do papel de educadores naturais. Os líderes da aldeia ao perceberem a tentação dos jovens pelo rádio passam a utilizar eles próprios o sistema radiofônico para reduzir a invasão da cultura do branco (Jacks, 2006:95).

Haussen (2004) fez um mapeamento sobre a produção científica sobre o rádio no Brasil, entre 1991 e 2001<sup>5</sup>. Ao contrário de Jacks que buscou a pesquisa sobre o rádio apenas nos Programas de Pós-graduação em Comunicação, considerou os Programas de Pós-graduação de diferentes áreas do conhecimento, desde que apresentassem o rádio como objeto. Haussen, então, identificou 105 pesquisas, sendo 16 teses e 89 dissertações no período<sup>6</sup>. O maior número era do Programa de Pós-graduação da ECA/USP, mas percebeu que há pesquisa sobre o tema - apesar de poucas - em programas de História, Letras, Sociologia, Educação, Ciências Sociais e Antropologia, além de Comunicação, em diversas universidades brasileiras.

Dentre os estudos, o tema preponderante foi a história do rádio (21). No entanto, encontrou 16 pesquisas sobre recepção, quase o dobro de Jacks. Mesmo assim, pode-se

---

<sup>4</sup> Ainda não há um levantamento sobre os estudos de recepção realizados no país nos primeiros anos do século XXI, mas Escosteguy (2008) acredita que houve uma retração em relação à década de 1990.

<sup>5</sup> Na época, seu estudo incluiu 18 Programas de Pós-graduação em Comunicação. Hoje temos 39, sendo 24 Mestrados e 15 Programas de Mestrado e Doutorado. Entre 2000 e 2010, foram criados 18 Mestrados e 6 Programas de Mestrado e Doutorado. Com isso a subárea de Comunicação que integra a área de Ciências Sociais Aplicadas cresceu nos últimos dez anos 260%. Esses dados estão disponíveis em [www.compos.org.br](http://www.compos.org.br).

<sup>6</sup> Haussen (2004) encontrou ainda 63 livros e 82 artigos de pesquisadores brasileiros sobre o rádio publicados em 52 revistas da área, entre 1991 e 2001.



considerar que o número das pesquisas em recepção (16) encontrado ainda foi pequeno em relação à ênfase dada à pesquisa em produção (89).

Hauszen (2004) considerou pesquisa de recepção as referentes ao perfil de público, faixas de repertório, nível de audiência, comunicação persuasiva, formação e opinião, estudos de manipulação ideológica, mudanças de atitude do público, mecanismos de condicionamento, apontando para pesquisas tanto sobre os modos como as diferentes audiências interpretam a mesma mensagem de maneira diferenciada, como para os estudos sobre os efeitos afetivos, psicomotores e cognitivos das mensagens sobre os receptores. A pesquisadora não especifica se o jovem é o receptor das investigações identificadas.

Nas pesquisas sobre os jovens e a mídia nas áreas de Educação, Ciências Sociais e Serviço Social, o receptor é reconhecido como um agente ativo no processo de comunicação. Setton (2009) analisou 74 dissertações e teses desse eixo temático incluídas no Estado da arte sobre a juventude. Sposito (2009) foi quem coordenou a rede nacional de cooperação científica que publicou dois volumes sobre o Estado da arte sobre juventude na Pós-graduação brasileira em Educação, Ciências Sociais (Antropologia, Ciência Política e Sociologia) e Serviço Social, no período de 1999 a 2006. O inventário identificou 1.427 dissertações e teses de diferentes universidades brasileiras agrupadas por eixo temático e por área de conhecimento<sup>7</sup>. O trabalho começou em 2000 e a delimitação etária do estudo incluiu jovens até 29 anos.

No Brasil, Foracchi (1965) desenvolveu os estudos pioneiros investigando a marginalidade de jovens diante da estrutura social e o protagonismo do movimento estudantil na década de 1960. Na década de 1990, a pesquisa sobre a juventude foi retomada a partir das galeras funk (VIANNA, 1987), punks e darks (ABRAMO, 1994), entre outras. A maioria dos estudos de juventude no Brasil tem uma abordagem sociológica.

Sposito (2009:32) aponta fragilidade na produção brasileira sobre os jovens. Apesar do crescimento absoluto no número de pesquisas, em termos relativos elas ainda não ocupam grande relevância em Educação, Ciências Sociais e Serviço Social. Na Educação, por exemplo, o crescimento foi discreto. Esse tipo de estudo subiu de 4,5% (1980/1998) para 6% (1999/ 2006) na produção acadêmica total no campo.

---

<sup>7</sup> Em função de diversas dificuldades 134 delas não puderam ser examinadas como esclarece Sposito (2009:13).



A fragmentação e a dispersão da investigação contribuem para a falta de acumulação no processo de conhecimento, pois os trabalhos não dialogam entre si, apesar da abundância de referências bibliográficas. Sposito (Idem: 36) conclui que não se trata ainda de um campo disciplinar consolidado. No entanto, enfatiza a importância da juventude como categoria analítica no universo empírico do inventário que coordenou. No eixo sobre a mídia, Setton (2009:64) dividiu as pesquisas que analisou pelo que classificou como velhas (TV, rádio, cinema etc.) e novas tecnologias (computador, internet) sem atentar para o fato de que cada vez é maior a possibilidade de convergência entre elas. A pesquisadora não encontrou trabalhos sobre telefones celulares, Ipods e MP3, apesar de ser visível a utilização desses artefatos pelos jovens em diversos espaços sociais. Sobre audiência radiofônica, também não reconhece, a partir do levantamento Mídias Dadas (2008), ser esta a mídia mais utilizada no Brasil em todos os estratos sociais.

O único estudo identificado sobre rádios comunitárias (Silva, 2006) não pode ser analisado por apresentar apenas o resumo. Setton, no entanto, encontrou pesquisas sobre o rock (Santa Fé Junior, 2001) e o hip hop (Campos, 2004) enquanto gêneros musicais que expressam o segmento jovem e sobre o programa radiofônico Pânico (Rauth, 2006). A pesquisadora esclarece que o debate sobre a mídia nessas áreas ainda está em fase de consolidação, não sendo um tema prioritário na agenda das Ciências Sociais e do Serviço Social (13 estudos ao todo). A partir do inventário de Setton, pode-se constatar, portanto, que se a mídia ainda não sensibilizou os pesquisadores de diferentes campos que investigam a juventude, a mídia sonora é, ainda, menos investigada.

Entre os 74 trabalhos sobre mídia e juventude, a maioria é do campo da Educação (61), se concentra na região sudeste do país e utiliza a metodologia qualitativa dos estudos de recepção, se fundamentando em teóricos como Martin-Barbero e Orozco. Setton (2009:69) critica o uso pouco apropriado da metodologia por parte de alguns que não fazem a articulação entre a bagagem anterior dos sujeitos e a leitura que estes fazem dos meios, desprezando, na prática, a noção de mediação. A televisão é o meio mais estudado.

Outros seguem as análises da teoria crítica formulada pelos pensadores da Escola de Frankfurt, como Adorno, Horkheimer, Benjamin. As pesquisas dessa corrente de pensamento enfatizam o poder ideológico dos meios, acabando por dissipar a ressignificação de sentidos feita pelos jovens nas leituras das mensagens. Em relação à



Internet, chats, blogs e games, estes foram objetos de pesquisa a partir da etnografia virtual, mas nada foi encontrado sobre rádio na web e podcast.

### **Artigos apresentados em Congressos Acadêmicos**

No campo da Comunicação, foram encontrados na busca a partir da palavra juventude apenas 22 trabalhos acadêmicos relacionados à mídia sonora apresentados em Congressos da Sociedade Brasileira de Ciências da Comunicação (Intercom), nos últimos dez anos<sup>8</sup>. Chama atenção o fato de que os jovens estudantes universitários foram os que mais trouxeram a relação da juventude com a mídia sonora para os Congressos da Intercom nesses últimos anos.

Desses 22 trabalhos encontrados, a metade, ou seja, onze foram apresentados no Intercom Júnior<sup>9</sup>. Entre eles, destaca-se o trabalho de Farias (2009), ex-bolsista de PIBIC do professor Eduardo Meditsch (UFSC) que analisa a percepção de universitários entre 19 e 27 anos para descobrir como eles avaliam e usam o rádio e as notícias radiofônicas. O artigo conclui pela demanda dos entrevistados por um programa informativo nas emissoras musicais, afirmando que os universitários valorizam as notícias no rádio de alguma forma, apesar desse meio não ser a única, nem a mais importante fonte de informação. Verifica, ainda, que os estudantes da UFSC procuram por mais de uma emissora e o Jornal da CBN, primeira edição, e a Voz do Brasil são os mais ouvidos. A interação é pequena e poucos pedem música ou participam de promoções. A maioria não ouve rádio pela internet, nem pelo celular, nem pelo MP3, preferindo o rádio no carro e o minisystem. Consideram as notícias no rádio incompletas, descontextualizadas, repetitivas e gostariam de ouvir mais sobre cultura, educação, meio-ambiente e saúde.

Na Intercom, o tema da juventude é mais estudado no GP Comunicação e Culturas Urbanas, mas pouco relacionado com a mídia sonora. No entanto, nesse GP, Castro (2006), da ESPM, estuda as mudanças nas práticas de consumo de música mediadas por apropriações diversas das novas tecnologias. Segundo ela a participação de novas tecnologias, como o podcasting, as rádios via Internet e as rádios por satélite, na constituição de novas práticas de consumo musical apenas começa a se configurar. O

---

<sup>8</sup> Ressalta-se, no entanto, que não há sistema de busca no site da Intercom de 2000 até 2003 e que em 2004 e 2005 não apareceu nenhum registro para a palavra-chave juventude. Portanto os trabalhos identificados vão de 2006 até 2009.

<sup>9</sup> Foram apresentados no Intercom Júnior os trabalhos de Cunha da USP (2006), Pereira da UFJF (2007), Mota da Unifor (2007), Maia, também Unifor (2007), Medeiros da UFSC (2007), Silva da UFJF (2008), Pereira também UFJF (2008), Lopes da UFF (2009), Massmann da Universidade do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (2009), Fialho e Silva da Faculdade Estácio de Sá de Belo Horizonte (2009) e Farias da UFSC (2009).



trabalho analisa as novas tecnologias digitais e conclui sobre o risco de que softwares inteligentes na modelização, rastreamento e manipulação de sofisticados perfis de consumo acabe isolando o consumidor em perfis segmentados de forma tão estreita que, paradoxalmente, só lhe seja oferecido mais do mesmo (Idem: 13).

No GP Comunicação para a Cidadania há três trabalhos sobre juventude e rádio, como, por exemplo, o de Lahni e Silva (2007), ambas da UFJF, que estuda a importância do rádio para a cidadania dos jovens e fortalecimento de suas identidades a partir da análise do projeto Jornal e Rádio no UFJF: Território de Oportunidades. As autoras concluem que a possibilidade de expressar suas idéias e colocar suas vidas em foco, por um motivo diferente da violência, tema pelo qual os jovens se tornam notícia na mídia massiva, é um caminho para tentar mudar o destino dos jovens menos favorecidos (Idem: 14).

Destaca-se, ainda, neste GP o trabalho de Ronsini e Rossato (2007), ambas da UFSM, que procura compreender como se constitui a identidade de jovens camponeses através do conflito entre a recepção radiofônica e a mediação do Movimento dos Atingidos por Barragens, aprofundando as relações que envolvem o campo da comunicação e do movimento social camponês. A abordagem teórica tem o aporte dos estudos de recepção latino-americanos (Idem: 1).

No GP de Comunicação Educativa, há trabalhos como o de Araújo (2008), da Universidade Federal do Ceará, e de Miranda e Souza (2009), do Centro Universitário Vila Velha, que estudam a participação de jovens na rádio escola. Araújo também apresentou, em 2009, o mesmo assunto no GP da Cidadania. A experiência de jovens na rádio escola do Ceará é uma iniciativa da ONG Catavento.

Apenas cinco artigos sobre jovens foram apresentados no GP Rádio a Mídia Sonora e só nos últimos dois anos. Estes artigos de Baumworcel (2008), Freitas (2008), Cunha (2009), Kischinhevsky (2009) e Martins (2009) ainda representam estudos iniciais sobre um tema pouco debatido no campo da Comunicação.

Kischinhevsky (2009) analisa os hábitos de consumo de estudantes de Jornalismo da PUC - Rio em relação à mídia sonora e conclui que há um desinteresse de uma parcela expressiva dos entrevistados em relação ao rádio, assim como um consumo crescente, por parte de outro grupo de estudantes, de maior poder aquisitivo, das novas modalidades de radiodifusão, como podcasts (Idem: 13). Já Freitas (2008) pesquisou dois grupos de jovens na Paraíba, um de universitários e outro de alunos do ensino fundamental e defende que o rádio ainda exerce uma preponderante influência junto aos



sentidos culturais das categorias juvenis. Pode-se pensar se esses dois trabalhos não estariam espelhando, por exemplo, apropriações diferenciadas da mídia sonora a partir de desigualdades regionais entre o sudeste e o nordeste do país.

Em trabalho apresentado na Intercom (BAUMWORCEL, 2008), defendeu-se que o lugar do rádio no imaginário juvenil brasileiro se situa no espaço-tempo do lazer. A mídia sonora representa uma das poucas opções de acesso à cultura para a grande maioria dos jovens em função dos altos custos das atividades culturais no país, da maior concentração de ofertas de lazer nas zonas privilegiadas das cidades e da violência urbana. Esse contexto faz com que muitos jovens ocupem o tempo livre em fins de semana com atividades dentro de casa, entre elas, ouvir músicas.

Cunha (2009) aponta que talvez o grande problema no relacionamento rádio e jovens venha a ser o tradicional modelo de distribuição de conteúdo, linear, com decisão centralizada de programação. Já Haussen (2009) analisa a participação do ouvinte em emissoras gaúchas através de diferentes recursos, como torpedos de celulares, emails pela internet, entre outros, mas não especifica se este ouvinte é jovem ou não. Martins (2009) pesquisa como jovens mineiros da geração digital navegam pela webradio mais acessada do país, a Estação Pop, e conclui que eles desejam e irão exigir novos formatos de programação e novas formas de interagir com o veículo.

Nos Encontros da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação (Compós), nos últimos dez anos, o tema da juventude foi pouquíssimo apresentado, principalmente se associado à mídia sonora. Apenas dois trabalhos foram encontrados. Herschmann e Kischinhevsky (2007) analisam a geração podcasting e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento e Rocha, Pereira e Balthazar (2010) trazem o tempo livre como tempo útil, a partir da relação entre gadgets, entretenimento e juventude.

No campo da Educação, foram encontrados apenas três trabalhos, envolvendo juventude e mídia sonora, apresentados nos Encontros da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Educação (ANPED) nos últimos dez anos. Henrique Sobreira (2008), da UERJ, apresentou o projeto de rádio e televisão por meio da web que elaborou com os universitários e outros professores da instituição. Fernandes e Silva (2004), da UNESA, sobre a experiência de rádio online numa escola e Subtil (2003), sobre o gosto musical de crianças da quarta série do ensino fundamental.

Os inventários apresentados comprovam como o campo de estudos sobre juventude e mídia sonora no Brasil ainda é incipiente e apresenta poucas investigações. Nesse



sentido, também se pode afirmar que predominam a fragmentação e a dispersão da investigação específica sobre jovens e mídia sonora no país, o que contribui para a falta de acumulação no processo de conhecimento. Aponta-se a necessidade de maior diálogo entre as pesquisas para consolidação do campo. Acredita-se, no entanto, ser um campo de estudo emergente com tendência para o crescimento e o aprofundamento.

Aponta-se a necessidade de maior integração nas pesquisas sobre a mídia sonora entre produção e recepção, assim como a necessidade de se repensar como a convergência tecnológica pode engendrar novos processos diferenciados de produção de sentidos por parte do receptor que se tornou também um possível produtor. E dentro disso, percebe-se a necessidade de se repensar o lugar do jovem no atual contexto de acelerada expansão tecnológica.

### **Referências bibliográficas:**

ABRAMO, Helena. “O uso das noções de adolescência e juventude no contexto brasileiro”. In: FREITAS, Maria Virginia de. *Juventude e adolescência no Brasil: referências conceituais*. p.15-35 São Paulo: Ação Educativa, 2005.

\_\_\_\_\_. *Cenas juvenis: punks e darks no espetáculo urbano*. São Paulo Escrita, 1994.

ABRANTES, Pedro; GUERREIRO, Maria das Dores. “Como tornar-se adulto: processos de transição na modernidade avançada”. In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. v. 20, n. 58, junho/2005.

ARAÚJO, Alessandra. “A rádio escola como uma experiência de comunicação educativa”. In: Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2008.

BAUMWORCEL, Ana. “Reflexões sobre a relação entre a juventude e o rádio”. In: Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2008.

CARRANO, Paulo. “Jovens universitários: acesso, formação, experiências e inserção profissional”. In: SPOSITO, Marília Pontes (org). *O estado da arte sobre juventude na pós-graduação brasileira: educação, ciências sociais e serviço social (1999-2006)*. v.1, Belo Horizonte: Argvmentvm,2009.

CASTRO, Gisela. “Música, juventude e tecnologia: novas práticas de consumo na cibercultura”. In: Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006.

CAVALCANTE, Iêda Maria da Silva de. A presença dos meios de comunicação tecnológicos na aldeia Yawalapíti: um estudo sobre a influência do rádio e da radiofonia. Dissertação de Mestrado. UnB, 1997.

CUNHA, Magda Rodrigues da. “Os jovens e o consumo de mídias: surge um novo ouvinte”. In: Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, 2009



DÁVILA LEÓN, Oscar. “Adolescência e juventude: das noções às abordagens”. In: FREITAS, Maria Virginia de. *Juventude e adolescência no Brasil: referências conceituais*. São Paulo: Ação Educativa, 2005.

DAYRELL, Juarez. “A escola "faz" as juventudes? Reflexões em torno da socialização juvenil”. In: *Educação e Sociedade*. Campinas, v. 28, n. 100, 2007.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. “Quando a recepção já não alcança: por uma revisão no objeto e método”. Trabalho apresentado ao GT Recepção, Usos e Consumo Midiático. In: Anais do XVII Encontro Nacional da Compós, São Paulo, 2008.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina e JACKS, Nilda. *Comunicação e Recepção*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

FARIAS, Tarsia- “A percepção de jovens ouvintes universitários da UFSC sobre o meio rádio e o radiojornalismo”. In: Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, 2009

FEIXA: Carles. *De jóvenes, bandas y tribus: antropología de la juventude*. Barcelona: Editorial Ariel, 1998.

FERNANDES, Siddharta e SILVA, Marco. “Rádio online na escola: interatividade e cooperação no ambiente de aprendizagem”. In: Anais do Encontro Nacional da ANPED, 2004.

FORACCHI, Marialice. *O estudante e a transformação da sociedade brasileira*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1965.

FREITAS, Goretti. “O rádio e os sentidos culturais dos jovens”. In: Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Natal, 2008.

GARCIA CANCLINI, Nestor. *Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: EDUSP, 2008.

GRAMSCI, Antonio. *Cadernos do cárcere*, vol.1. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

HAUSSEN, Dóris Fagundes. “A produção científica sobre o rádio no Brasil: livros, artigos, dissertações e teses (1991-2001)”. In: *Revista Famecos*. nº. 25. Porto Alegre: EdPUC, dez/2004.

\_\_\_\_\_. “O jornalismo no rádio atual: o ouvinte interfere?”. In: Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009.

HERSCHMANN, Micael e KISCHINHEVSKY, Marcelo. “A geração *podcasting* e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento”. In: Anais do Encontro Nacional da XVI COMPÓS, Curitiba, 2007.

JACKS, Nilda. “Tendências latino-americanas nos estudos da recepção”. In: *Revista Famecos*. n. 5, Porto Alegre: EdPUC, 1996.



\_\_\_\_\_ e FRANKE, Felipe Schroeder. “Recepção radiofônica: Análise da produção acadêmica na década de 90”. In: *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, vol. 29, nº 1, São Paulo – Intercom, jan-jun/2006.

\_\_\_\_\_. *Querência: cultura regional como mediação simbólica - um estudo de recepção*. Porto Alegre: UFRGS, 1999.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. “Como jovens jornalistas ouvem rádio”. In: Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, 2009.

LAHNI, Claudia e SILVA, Fernanda. “A comunicação a serviço da cidadania e identidade de adolescentes”. In: Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007.

LECCARDI, Carmen. “Por um novo significado do futuro: mudança social, jovens e tempo”. In: *Tempo social, revista de sociologia*. v.17, n.2, p. 35-57. São Paulo: USP, 2005.

LOPES, Maria I. V. Apresentação. In: JACKS, Nilda. *Querência: cultura regional como mediação simbólica - um estudo de recepção*. Porto Alegre: UFRGS, 1999.

MIRANDA, Gilda e SOUZA, Rodrigo. “Educomunicação em rádio: uma contribuição para os alunos da escola estadual Geraldo Costa Alves na produção e recepção da informação”. In: Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.

\_\_\_\_\_. “As formas mestiças da mídia”. In: *Pesquisa FAPESP Online*, edição 163, p. 10-15, setembro 2009a. Entrevista concedida à Mariluce Moura.

\_\_\_\_\_. “Uma aventura epistemológica”. In: *Matrizes*, v. 2, n. 2, p. 143-162, 2009b. Entrevista concedida à Maria Immacolata Vassalo de Lopes.

MARTINS, Nair Prata. “A webradio e a geração digital”. In: Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009.

MARTINS, Sílvia Koch. *Adolescência e recepção: a mídia em ritmo de vídeo-clip*. Dissertação de Mestrado. PUCRS, 1997.

PAIS, José Machado. *Culturas juvenis*. Porto: Imprensa Nacional, Casa da Moeda, 2003.

\_\_\_\_\_. *Ganchos, tachos e biscates*. Porto: Ambar, 2001.

ROCHA, Everardo, PEREIRA, Claudia e BALTHAZAR, Ana Carolina. “Tempo livre é tempo útil: gadgets, entretenimento e juventude”. In: Anais do Encontro Nacional da XIX COMPOS, Rio de Janeiro, 2010.

RONSINI, Veneza e ROSSATO, Alexania. “Atingido por barragem: o rádio e o movimento social culminando identidades”. In: Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007.



SETTON, Maria da Graça Jacintho. “Juventude, mídia e TIC”. In: SPOSITO, Marília Pontes (org). *O estado da arte sobre juventude na pós-graduação brasileira: educação, ciências sociais e serviço social* (1999-2006). v.2, Belo Horizonte: Argvmentvm, 2009.

SOBREIRA, Henrique. “Rádio e a TV por meio da web: possibilidades de uma nova formação”. In: Anais do Encontro Nacional da ANPEd, 2008.

SPOSITO, Marília Pontes (org). *O estado da arte sobre juventude na pós-graduação brasileira: educação, ciências sociais e serviço social* (1999-2006). v. 1 e 2 , Belo Horizonte: Argvmentvm, 2009.

SUBTIL, Maria José. “Mídias e produção do gosto musical em crianças da quarta série do ensino fundamental”. In: Anais do Encontro Nacional da ANPEd, 2003.

VIANNA, Hermano. *O mundo funk carioca*. Rio de Janeiro: Zahar, 1987.