

O Campo Acadêmico de Juventude e Mídia Sonora no Brasil¹

Ana Baumworcel²

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.

41

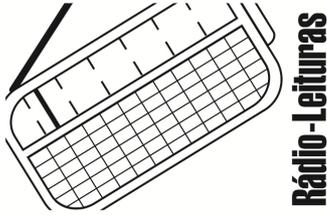
Introdução

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 nacionais das duas principais instituições de pesquisa do campo da Comunicação: Sociedade Brasileira de Ciências da Comunicação (Intercom) e Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós).

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

¹ Artigo originalmente apresentado no XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em 2010.

² Doutora em Educação pela Universidade Federal Fluminense e professora da área de Rádio da Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, Rio de Janeiro. Email: anabaumw@yahoo.com.br



O Campo Acadêmico de Juventude e Mídia Sonora no Brasil

Ana Baumworcel

Sociologia) e Serviço Social. Isso pode ser comprovado a partir do estado da arte sobre juventude na pós-graduação brasileira, coordenado por Spósito (2009).

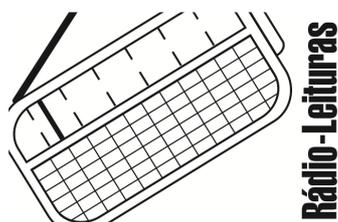
Breve inventário sobre os trabalhos apresentados nos últimos dez anos nos encontros da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação (ANPEd), principal instituição de pesquisadores brasileiros do campo da Educação, também confirma a escassez de investigações envolvendo os dois temas.

O balanço sobre a produção científica que envolve a relação da juventude com a mídia sonora visou contribuir para identificar lacunas e apontar perspectivas. Os jovens estão 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.

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. Há 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.

A falta de um conjunto 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 das categorias de mídia sonora e de juventude.



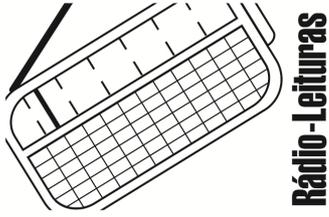
1. Mudança de paradigmas

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, p.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, p.154).



O Campo Acadêmico de Juventude e Mídia Sonora no Brasil

Ana Baumworcel

Martin-Barbero (2009a, p.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, p.19). Incerteza sobre o futuro do que conhecemos hoje, por exemplo, como mídia sonora. Leccardi (2005, p.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, p.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

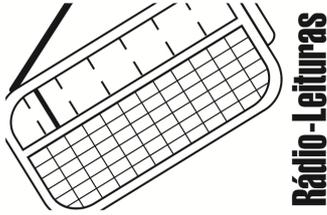
para a vida adulta. Pais (2001) considera esse fenômeno da reversibilidade como uma característica do que ele denomina como a “geração iô-iô” que vai e volta nestes percursos.

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 descontinuidades 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. 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).

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



O Campo Acadêmico de Juventude e Mídia Sonora no Brasil

Ana Baumworcel

mediática. 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.

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 mais 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.

2. Os inventários sobre mídia sonora e juventude

No Brasil, como indica a análise feita por Jacks (2006) ao traçar um panorama dos estudos de recepção no país, poucos investigaram sobre o rádio³ e a maior parte dos estudos de recepção concentra-se na região Sul do país.

³ Em seu estudo, Jacks não utiliza o termo mídia sonora no sentido amplo e refere-se apenas ao rádio.

Das 1.769 pesquisas, entre teses e dissertações, nos 11 Programas de Pós-Graduação em Comunicação no país, existentes na década de 1990⁴, apenas 58 tiveram como objeto de estudo o rádio, dentre os quais somente nove apresentaram a recepção deste meio (Jacks, 2006, p. 86). Dessas nove pesquisas de recepção, apenas a dissertação de Martins (1997) investiga o adolescente. Martins 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, p.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 anciãos da tribo, destituindo-os do papel de educadores naturais. Os líderes da aldeia, ao perceberem o fascínio dos jovens pelo rádio, passam a utilizar eles próprios o sistema radiofônico para reduzir a invasão da cultura do branco (Jacks, 2006, p.95).

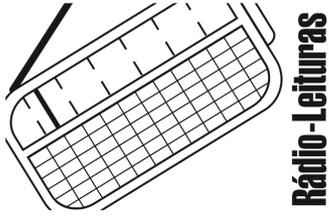
Haussen (2004) fez um mapeamento sobre a produção científica sobre o rádio⁵ no Brasil, entre 1991 e 2001⁶. Ao contrário de Jacks que buscou a pesquisa sobre o rádio apenas nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, considerou os programas de pós-graduação de diferentes áreas do conhecimento, desde que apresentassem o rádio como objeto. Identificou 105 pesquisas, sendo 16 teses e 89 dissertações no período⁷. O maior número era do Programa de Pós-Graduação da

⁴ 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.

⁵ Haussen também não utiliza em sua investigação o termo mídia sonora, referindo-se apenas ao rádio.

⁶ 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.

⁷ 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.



O Campo Acadêmico de Juventude e Mídia Sonora no Brasil

Ana Baumworcel

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

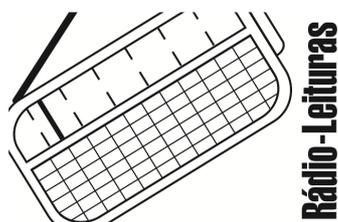
Haussen (2004) considerou pesquisas de recepção as referentes ao perfil de público, faixas de repertório, nível de audiência, comunicação persuasiva, formação e opinião, estudos de manipulação ideológica, mudanças de atitude do público, mecanismos de condicionamento, apontando para pesquisas tanto sobre 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.

Coordenado por Sposito (2009) esse levantamento do período de 1999 a 2006 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.

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, p.36) conclui que não se trata ainda de um campo disciplinar consolidado.

No eixo sobre a mídia, Setton (2009, p.64) dividiu as pesquisas que analisou pelo que classificou como velhas (TV, rádio, cinema etc.) e novas tecnologias

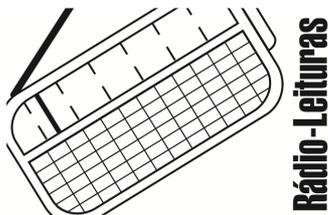


(computador, internet) sem atentar para o fato de que cada vez é maior a possibilidade de convergência entre elas. A pesquisadora não encontrou trabalhos sobre telefones celulares, *iPods* e aparelhos reprodutores de *MP3*, apesar de ser visível a utilização desses artefatos pelos jovens em diversos espaços sociais. Sobre audiência radiofônica, também não.

O único estudo identificado sobre rádios comunitárias (Silva, 2006) não pode ser analisado por dispor 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, constato, 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), concentra-se na região Sudeste do país e utiliza a metodologia qualitativa dos estudos de recepção, fundamentando-se em teóricos como Martin-Barbero e Orozco Gomez. Setton (2009, p.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 categoria 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.

Num breve inventário no campo da Comunicação, encontrei na busca a partir da palavra juventude apenas 25 trabalhos acadêmicos relacionados à mídia sonora apresentados em congressos nacionais da Sociedade Brasileira de Ciências da



O Campo Acadêmico de Juventude e Mídia Sonora no Brasil

Ana Baumworcel

Comunicação (Intercom), nos últimos dez anos⁸. Chama a 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.

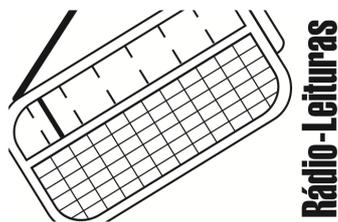
Desses 25 trabalhos encontrados, pouco menos da metade, ou seja, onze foram apresentados no Intercom Júnior⁹. Entre eles, destaca-se o trabalho de Farias (2009), ex-bolsista de PIBIC do professor Eduardo Meditsch (UFSC), que analisa como universitários entre 19 e 27 anos avaliam e usam o rádio e as notícias radiofônicas. O artigo registra a 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 que 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 aparelho de 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 Grupo de Pesquisa Comunicação e Culturas Urbanas, mas pouco relacionado com a mídia sonora. No entanto, nesse grupo, Castro (2006), da Escola Superior de Propaganda e Marketing, estuda as mudanças nas práticas de consumo de música mediadas por apropriações diversas das novas tecnologias. Segundo ela a participação de novas tecnologias, como

⁸ Ressalto, 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 2010.

⁹ 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 UFSM (2007), Silva e Pereira da 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).



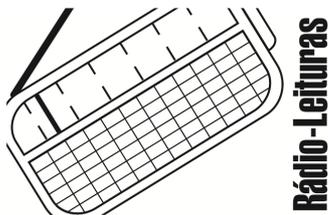
o *podcasting*, as rádios via internet e as rádios por satélite, na constituição de novas práticas de consumo musical apenas começa a se configurar. O trabalho analisa as novas tecnologias digitais e chama a atenção para o risco de que softwares inteligentes na modelização, rastreamento e manipulação 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*, p. 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 o fortalecimento de suas identidades a partir da análise do projeto Jornal e Rádio da UFJF. 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*, p. 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*, p. 1).

No GP de Comunicação Educativa, há trabalhos como o de Araújo (2008), da UFC, 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 oito artigos sobre jovens foram apresentados no GP Rádio e Mídia Sonora e só nos últimos três anos. Estes artigos de Baumworcel (2008 e 2010), Freitas (2008), Cunha (2009), Kischinhevsky (2009), Martins (2009), Ferraretto e outros (2010)



O Campo Acadêmico de Juventude e Mídia Sonora no Brasil

Ana Baumworcel

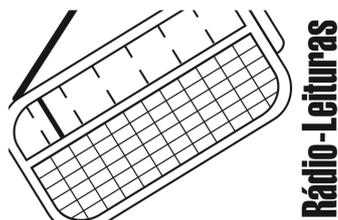
e Raddaz (2010) ainda representam estudos iniciais sobre um tema pouco debatido no campo da Comunicação.

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, p. 13)¹⁰. 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.

Será que 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? E apesar desses dois artigos não utilizarem Bourdieu como referência teórica, eles não estariam apresentando jovens com diferentes capitais econômicos e culturais, levando-se em consideração que a PUC-Rio é uma universidade privada, com estudantes de maior poder aquisitivo do que os que estão na Universidade Federal da Paraíba ou na escola pública de ensino fundamental de lá? Aparentemente não houve diálogo entre as duas pesquisas, apesar do trabalho de Kischinhevsky (2009) ter sido apresentado um ano depois do de Freitas (2008).

Em trabalho apresentado na Intercom, defendi (BAUMWORCEL, 2008) com base na pesquisa do IBASE e POLIS (2005) que o lugar da mídia sonora no imaginário juvenil brasileiro se situa no espaço-tempo do lazer. Essa mídia 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

¹⁰ São arquivos de áudios gratuitos que ficam na internet, podendo ser de música ou variados assuntos, atualizados por assinatura e que podem ser ouvidos no computador ou em tocadores portáteis de MP3. A palavra surgiu da fusão de *iPod* e *broadcast*



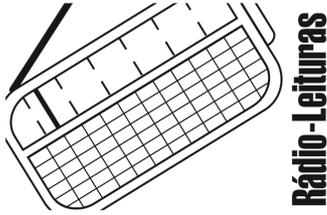
muitos jovens ocupem o tempo livre em fins de semana com atividades dentro de casa, entre elas, ouvindo músicas.

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, *e-mails* 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. Ferraretto e outros (2010) apresentaram a recepção de estudantes do ensino médio em cinco cidades a partir de questionários. O grupo concluiu que os jovens não gostam de ouvir notícias e esqueceram que existe o rádio AM. Raddaz (2010) buscou o gosto musical de alunos do ensino médio da cidade de Ijuí (RGS) e constatou a predominância do estilo sertanejo na região.

Em 2010, o tema central do congresso anual da Intercom, em Caxias do Sul (RGS), foi *Comunicação, Cultura e Juventude*. No livro publicado durante esse congresso, 24 pesquisadores apresentam uma diversidade de olhares, mas nenhum dos autores aborda especificamente a mídia sonora. Nem mesmo Herschmann (2010) ao escrever sobre o estilo *hip-hop*. Games, internet, televisão compõem o mosaico de reflexões.

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.



O Campo Acadêmico de Juventude e Mídia Sonora no Brasil

Ana Baumworcel

No campo da Educação, foram encontrados apenas dois trabalhos, envolvendo juventude e mídia sonora, apresentados nos encontros da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação (ANPEd) nos últimos dez anos. Sobreira (2008), da UERJ, apresentou o projeto de rádio e televisão por meio da *web* e Fernandes e Silva (2004), da UNESA, sobre a experiência de rádio *on-line* numa escola.

Os inventários apresentados comprovam como o campo de estudos sobre juventude e mídia sonora no Brasil ainda é incipiente e apresenta poucas investigações, com o predomínio da fragmentação e da dispersão, o que contribui para a falta de acumulação no processo de conhecimento.

Fica evidente a necessidade de maior diálogo entre as poucas pesquisas realizadas, maior integração nas pesquisas sobre produção e recepção da mídia sonora, assim como a necessidade de se repensar como a convergência midiática pode engendrar novos processos diferenciados de produção de sentidos por parte do receptor que se tornou também um possível produtor. Além da necessidade de se repensar o lugar do jovem no atual contexto de acelerada expansão tecnológica, bem como o lugar da mídia sonora na vida desse jovem.

Referências bibliográficas

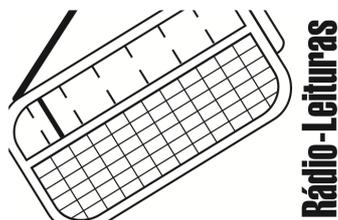
ABRAMO, Helena. "O uso das noções de adolescência e juventude no contexto brasileiro". In: FREITAS, Maria Virginia de. **Juventude e adolescência no Brasil: referências conceituais**. p.15-35 São Paulo: Ação Educativa, 2005.

_____. **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: Argumentvm, 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.

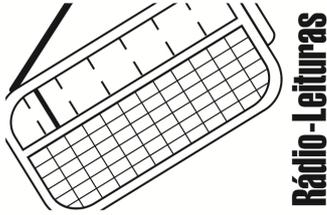
ESCOSTEGUY, Ana Carolina e JACKS, Nilda. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

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.



O Campo Acadêmico de Juventude e Mídia Sonora no Brasil

Ana Baumworcel

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; 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.

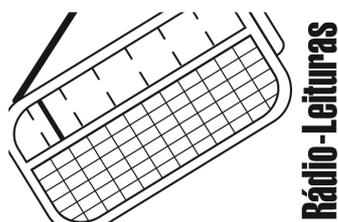
_____; FRANKE, Felipe Schroeder. “Recepção radiofônica: Análise da produção acadêmica na década de 90”. In: **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, vol. 29, n. 1, São Paulo – Intercom, jan-jun/2006.

_____. **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.

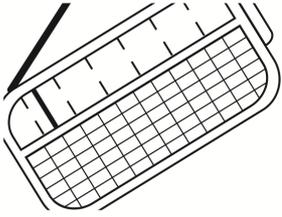
ROCHA, Everardo, PEREIRA, Claudia e BALTHAZAR, Ana Carolina. “Tempo livre é tempo útil: gadgets, entretenimento e juventude”. In: **Anais do Encontro Nacional da XIX COMPÓS**, Rio de Janeiro, 2010.

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.



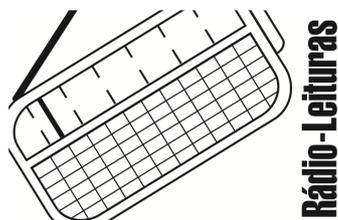
Rádio-Leituras

O Campo Acadêmico de Juventude e Mídia Sonora no Brasil

Ana Baumworcel

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.



Ano III, Num 01
Edição Janeiro – Junho 2012
ISSN: 2179-6033
<http://radioleituras.wordpress.com>

Abstract

Reflecting on inventories of studies on youth and sound media in Brazil, this work points to the lack of a body of theoretical and empirical research with expressiveness and national academic profile that links these two themes. There was a shortage of works in a time of changing paradigms, both the category of sound media, as in youth. It is believed, however, be an emerging field of study, still in a consolidation phase, with a tendency for growth and deepening.

Keywords: sound media, youth, academic field.

Resumen

Reflexionando sobre los inventarios de los estudios sobre la juventud y los medios de comunicación sonoros en Brasil, este trabajo apunta a la falta de un cuerpo de investigación teórica y empírica, con la expresividad y el perfil académico nacional que une a estos dos temas. Se observa una escasez de trabajos en un tiempo de cambio de paradigmas, tanto en la categoría de medios de comunicación de sonido, como en la juventud. Se cree, sin embargo, ser un campo de estudio emergente, todavía en una fase de consolidación, con una tendencia de crecimiento y profundización.

Palabras Clave: media sonora; juventud; campo académico.