

## **A RELAÇÃO DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS COM A MÍDIA RADIOFÔNICA: UM ESTUDO DE RECEPÇÃO**

Ana Baumworcel  
DDSE  
Eixo 7- Cultura, Linguagens e Arte

Este projeto de pesquisa busca uma interface entre os campos da educação e da comunicação e os estudos de juventude. Parte-se das relações entre educação, comunicação e cultura e da perspectiva das mediações culturais nas pesquisas de recepção para estudar as apropriações e usos que os jovens universitários da Faculdade de Educação e os do Departamento de Comunicação da UFF fazem de mensagens radiofônicas. A sugestão metodológica é que sejam utilizadas técnicas combinadas de coleta de dados, como questionários entre turmas das duas faculdades para identificar perfis, selecionar jovens, conhecer as preferências e os hábitos de consumo da mídia radiofônica, além da observação direta, entrevistas semi-estruturadas e pequena história de vida dos jovens selecionados para o estudo.

Procura-se compreender a recepção a partir do cotidiano da educação universitária, para demonstrar como as mediações que essa realidade apresenta compõem o universo de recepção dos estudantes, atuando sobre os sentidos e as maneiras de ver e entender o processo comunicacional do qual fazem parte. Ou seja, a mediação universitária afeta de maneira singular o processo de comunicação? Como isso se realiza? Quais são as mediações privilegiadas que interferem na leitura que os jovens fazem da mídia radiofônica?

O conceito de “mediações culturais” elaborado por Jesús Martin-Barbero (1987)<sup>1</sup> representou uma ruptura por retirar a ênfase preponderante, até então, nos estudos de comunicação, do espaço restrito aos meios, onde se privilegia a produção de mensagens pelo emissor. O pesquisador chama atenção para o receptor enquanto sujeito social ativo e vincula o processo de produção de sentido ao contexto cultural. Ao defender que “a comunicação é questão de sujeitos, de atores, e não só de aparatos e de estruturas; a comunicação é questão de cultura e não só de ideologias; é questão de produção e não só de reprodução”, Martin-Barbero (1995) critica teóricos antecessores, como os da Escola de

---

<sup>1</sup> Traduzido para o português em 1997.

Frankfurt, por exemplo, entre outros, que analisaram o poder dos meios de comunicação destacando os interesses das classes dominantes sobre receptores subalternos e alienados. Para ele, a comunicação é estratégica não só para a dominação, mas também para a emancipação.

“O que eu chamei de mediações eram aqueles espaços, aquelas formas de comunicação que estavam entre a pessoa que ouvia o rádio e o que era dito no rádio(...) Mediação significava que entre o estímulo e resposta há um espesso espaço de crenças, costumes, sonhos, medos, tudo o que configura a cultura cotidiana(...) tentar medir a importância dos meios, sem levar em conta toda essa bagagem de mundo, da vida, da gente, é estar falsificando a vida para que caiba no modelo dos estudos dos meios(...) os meios influem, mas conforme o que as pessoas esperam deles(...) Para falar da influência, tenho que estudar os modos de relação das pessoas com o meio, e esse modo tem muito a ver com o grau de educação escolar, de como se estrutura a vida familiar(...) Há uma história pessoal, mas muito daquilo que escutamos, nossos gostos, nossas concepções do mundo não são individuais, são coletivos. Tem a ver com a classe, a região, a idade(...)” (MARTIN-BARBERO, 2000, p. 153, 154, 155).

A incorporação do conceito de hegemonia, elaborado por Gramsci na década de 1930, e da proposta dos estudos culturais ingleses de uma “recepção negociada<sup>2</sup>” contribuiu para a elaboração conceitual das mediações de Martin-Barbero. Outro deslocamento, nos estudos de comunicação, a ser considerado para a elaboração desta pesquisa foi feito por Guillermo Orozco Gómez que propõe a perspectiva da “múltipla mediação”, partindo do pressuposto de que a interação mídia-audiência emerge de um processo complexo, multidimensional e multidirecional, que abarca vários momentos, cenários, negociações que transcendem a tela da TV, por exemplo. As fontes de mediação são várias: cultura, política, economia, classe social, gênero, idade, etnicidade, os meios, as condições situacionais e contextuais, as instituições e os movimentos sociais.

O eixo teórico a ser seguido se completa com o conceito de “habitus”, o estilo de vida e a construção dos gostos defendidos por Pierre Bourdieu, assim como será importante para realizar os “retratos individuais” dos sujeitos selecionados para esta pesquisa, seguir os rastros de Bernard Lahire pelas “histórias de vida” e os de Danilo Martuccelli nas “gramáticas do indivíduo”. O momento atual é o de leitura e revisão da literatura a ser utilizada.

---

<sup>2</sup> Recepção negociada na perspectiva de que “um grupo social negocia sua recepção a partir de sua própria cultura, com o que tem de memória social específica, de conhecimentos armazenados, de expectativas demonstradas e de recursos simbólicos” (MIÉGE, 1995).

## **Referências bibliográficas:**

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

LAHIRE, Bernard. *L'homme pluriel: les ressorts de l'action*. Paris: Nathan, Essais e Recherches, 1998.

\_\_\_\_\_. "Patrimônios individuais de disposições: para uma sociologia à escala individual". In: *Sociologia, problemas e práticas*, n.49, p.11-42, 2005.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Pré-textos*. Colômbia: Centro Ed. Univ. Del Valle, 1995 .

\_\_\_\_\_. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997

\_\_\_\_\_ e BARCELLOS, Claudia. "Comunicação e mediações culturais". In: *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. XXIII, n. 1, p. 151-163. São Paulo: Intercom, 2000

MARTUCCELLI, Danilo. *Gramáticas del individuo*. Buenos Aires: Losada, 2007.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. "Recepcion televisiva y mediaciones: la construcción de estrategias por la audiencia. Televidencia". *Cuadernos de Comunicación y prácticas sociales*, México: Universidad Iberoamericana, n.6, 1994.

**Palavras-chave:** educação; juventude; comunicação; rádio; cultura.