

Audiência “Nômade” e Ouvido “Seletivo”: Marcas de uma “Tribo” Juvenil¹

Ana BAUMWORCEL²
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

Resumo

Este artigo apresenta parte da tese “Polifonia juvenil: reflexões sobre mídia sonora e educação” defendida no curso de Doutorado em Educação, da Universidade Federal Fluminense, Niterói, Rio de Janeiro, 2012. Para realizar a pesquisa qualitativa empírica de recepção da sonoridade entre universitários foi feita uma cartografia de relatos de um grupo de estudantes da UFF, selecionados a partir de suas desigualdades sociais e suas heterogeneidades identitárias. Os padrões de comportamento identificados, enquanto marcas que configuram e representam esses jovens, possibilitaram classificá-los como a “tribo” da mobilidade que compõe uma audiência “nômade” e tem ouvido “seletivo” em relação à mídia sonora. Utilizou-se a categoria de multiterritorialização (HAESBAERT, 2010) como um dos referenciais teóricos.

Palavras-chave: mídia sonora; rádio; identidade juvenil universitária; consumo cultural contemporâneo; multiterritorialização.

Para entender a função social da mídia sonora³, na conjuntura atual, é necessário conhecer como os jovens a acessam e quais as consequências desse acesso para suas vidas, pois os jovens são os sujeitos que hoje estão fazendo novos usos dessa mídia. É a partir deste pressuposto que este artigo apresenta uma parte da conclusão da tese “Polifonia juvenil: reflexões sobre mídia sonora e educação” (BAUMWORCEL, 2012).

O material empírico da pesquisa foi constituído pelas categorias empregadas pelos próprios jovens em relatos produzidos a partir da escuta de determinados conteúdos sonoros midiáticos⁴.

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídias Sonoras, XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora Doutora da área de Rádio da Universidade Federal Fluminense (UFF). Email: anabaumw@yahoo.com.br.

³ Em função da aproximação com o universo dos jovens adotou-se a categoria de mídia sonora para abarcar a diversidade de suportes que eles utilizam para acessar um conteúdo sonoro, numa cultura marcada pelos avanços tecnológicos contemporâneos. Essa categoria deriva da própria definição de rádio e a atualiza. Como destaca Orozco Gómez (2010, p.10), o rádio, como nunca antes, é muito mais que somente rádio. E a categoria de mídia sonora utilizada engloba uma variedade de suportes de comunicação da sonoridade, desde alto-falantes, aparelhos de rádio (AM, FM), computador (via Internet) e os novos dispositivos digitais móveis, como telefone celular e aparelhos de MP3, iPod e suas evoluções, podendo veicular diferentes conteúdos: informativo, musical, de entretenimento, publicitário, comunitário.

⁴ Procurou-se pelo que os antropólogos chamam de categorias êmicas, ou seja, as categorias utilizadas pelo próprio grupo a ser estudado. O termo êmico significa interno e sugere a busca pela categoria como ela é entendida pelas pessoas que vivenciam determinada cultura ou fato social. As categorias êmicas são formas de linguagem de uso corrente que emergem nos contextos comunicativos, no caso, dos jovens. A proposta foi contrastar as estruturas das falas de um universitário e as estruturas das falas de outro para encontrar pontos de convergência e de heterogeneidade entre eles.

O *locus* da investigação foi a Universidade Federal Fluminense, em Niterói, que tem 29 mil alunos e o desafio foi buscar um critério representativo para a escolha dos estudantes integrantes do universo da pesquisa. Dois parâmetros nortearam essa escolha: o das desigualdades sociais e o de algumas características que marcam a heterogeneidade identitária juvenil, considerando que o consumo midiático da sonoridade e suas implicações variam em função desses indicadores de distinção⁵.

Dentre os oitenta cursos oferecidos pela UFF em dezesseis municípios do Rio de Janeiro, foram selecionados três: Pedagogia, Relações Internacionais e Engenharia Agrícola e Ambiental, todos em Niterói. O perfil socioeconômico do corpo discente, identificado a partir dos conceitos de capitais econômico e cultural de Bourdieu, foi o critério de escolha desses três cursos, classificados, respectivamente, como “popular”, “seleto” e “intermediário”.

A pesquisa se dividiu em três etapas. Na primeira, foram aplicados 111 questionários em turmas dos três cursos escolhidos para a identificação inicial dos estudantes e de suas desigualdades sociais. No segundo momento, foram entrevistados doze jovens selecionados, que representam, aproximadamente, 10% dos que responderam aos questionários, quatro universitários de cada curso⁶. Na terceira etapa, foram escolhidos dois conteúdos sonoros, a partir do que os estudantes citaram nas entrevistas, e eles foram convidados a participar da criação de três grupos de escuta e de debate, um de cada curso, sobre os materiais selecionados.

O *corpus* de análise, portanto, se constituiu pelos questionários exploratórios do universo a ser investigado, pelas entrevistas individuais dos doze universitários e pelos relatos desses estudantes nos grupos de escuta e de debate. A partir da descrição e interpretação desses dados, foram sistematizadas as categorias êmicas empregadas, os sentidos que os estudantes construíram em seus relatos a partir do ato de escuta dos conteúdos escolhidos e as pistas reveladas que poderiam contribuir para melhor compreensão do processo educativo midiático entre esses universitários. Este artigo identifica quem são esses jovens e apresenta o resultado apenas do consumo que eles fazem da mídia sonora.

⁵ Para selecionar os jovens optou-se, então, pela diferença de classe social, cultural, de gênero, de religião e de território.

⁶ Ana Maria, Rosa, Luana, Camila foram os nomes fictícios utilizados pelas alunas de Pedagogia; Patrícia, Marcos, Antônio e Clarice, pelos de Relações Internacionais e Henrique, Bernardo, David e Catarina, de Engenharia Agrícola e Ambiental.

A “tribo” da mobilidade

Em 2011, a idade deles e delas variava entre 21 e 26 anos. São universitários que fazem parte da primeira geração global de brasileiros. São nativos digitais. Nasceram entre os anos de 1985 e 1990, época de implantação da internet no país⁷. Integram a “tribo” de jovens do novo milênio que cresceu “ligada” no mundo virtual das redes sociais e dos dispositivos móveis digitais⁸. Têm algumas semelhanças entre si, mas também diferenças. Na análise das entrevistas dos estudantes da Universidade Federal Fluminense ficou evidente como a cultura da mobilidade é uma marca que define a presença desses jovens no mundo.

Essa mobilidade, possível desde o século XX em função do desenvolvimento das vias de circulação de informações e também as de transportes, adquiriu, no século XXI, outra dimensão. Rotineiramente conectados entre o local e o global, esses cidadãos do mundo vivem em trânsito.

Vivem não só no movimento virtual, de divulgação de informação, entretenimento e cultura, favorecido pela tecnologia digital, mas também no movimento físico, de deslocamento entre os diversos pontos por onde circulam e no movimento de uma fase denominada, histórica e socialmente, de juventude, que transita entre a adolescência e o ser adulto.

O que fica evidente, na descrição da rotina desses estudantes, é que os deslocamentos entre a moradia, a universidade, o trabalho e outros cursos ocupam parte de suas vidas. E eles aproveitam o tempo durante esses deslocamentos para se conectar com as informações sobre o mundo a sua volta, com as pessoas e com as músicas, a partir da mídia sonora.

É durante esses deslocamentos que eles mais ouvem rádio ou os arquivos sonoros armazenados em seus dispositivos. Também realizam trocas de músicas e mensagens por escrito ou falam com os amigos. Isto demonstra que esses jovens reconfiguram suas relações sociais em movimento. A mobilidade, portanto, é a principal marca identificada nessa “tribo”, a partir das categorias utilizadas por eles nas entrevistas.

⁷ A internet existe no Brasil desde 1988, a partir da iniciativa da comunidade acadêmica de São Paulo (FAPESP - Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo) e do Rio de Janeiro (UFRJ- Universidade Federal do Rio de Janeiro) e do LNCC (Laboratório Nacional de Computação Científica). Em 1989, foi criada pelo Ministério de Ciência e Tecnologia, a Rede Nacional de Pesquisas (RNP), uma instituição com objetivos de iniciar e coordenar a disponibilização de serviços de acesso à internet no Brasil. A exploração comercial da internet começou em dezembro de 1994, a partir de um projeto piloto da Embratel, com acesso, inicialmente, através de linhas discadas.

⁸ O termo “tribo” se refere à constituição de grupos que se unem por afinidades, por interesses e que compartilham um estilo próprio de vida, podendo esse “estar junto” ser transitório e instantâneo. Um grupo de jovens que acessa uma mesma mídia e cria laços sociais entre si, mesmo quando distante fisicamente, é um exemplo de “tribo” da contemporaneidade. Para Maffesoli (1987, p. 23) o termo “tribo” serve para denotar o processo de identificação entre os indivíduos “que possibilita o devotamento graças ao qual se reforça aquilo que é comum a todos”.

Nos relatos dos universitários é perceptível como a mobilidade pelos “territórios-zona”, físicos, fixos e funcionais, e “territórios-rede”, virtuais, fluídos e simbólicos, por onde circulam, lhes possibilita vivenciar o mundo a partir de uma multiterritorialização, dentro da concepção de Haesbaert (2010, 2002, 1997).

Multiterritorialização

Haesbaert estuda o território em várias dimensões e apresenta a categoria de multiterritorialização, como alternativa para a compreensão das complexas relações espaciais do mundo contemporâneo. No prólogo de seu livro-tese, Haesbaert (2010) defende que “desterritorialização” é um mito dos que imaginam que o homem pode viver sem território e que sociedade e espaço podem ser dissociados. Ele investiga a territorialização como domínio (político-econômico) e apropriação (simbólico-cultural) do espaço pelos grupos humanos.

Não há como definir o indivíduo, o grupo, a comunidade, a sociedade sem ao mesmo tempo inseri-los num determinado contexto geográfico, “territorial”. (...) De qualquer forma, o discurso da desterritorialização tomou vulto nas Ciências Sociais. Da desterritorialização política, com a chamada crise do Estado nação à deslocalização das empresas na Economia e à fragilização das bases territoriais na construção das identidades culturais, na Antropologia e na Sociologia. (...) Como se a própria formação de uma consciência-mundo não pudesse reconstruir nossos territórios (de identidade, inclusive) em outras escalas. (...) Virou moda confundir desaparecimento dos territórios com debilitamento da mediação espacial nas relações sociais. Trata-se da antiga confusão que resulta da não explicitação do conceito de território (HAESBAERT, 2010, p. 20, 22, 25).

Entre seus argumentos, destacam-se as críticas de que os autores que defendem a “desterritorialização” focalizam essa categoria como um processo genérico e uniforme, numa relação dicotômica entre espaço e tempo, espaço e sociedade, material e imaterial, fixação e mobilidade. E, além de não apresentarem uma definição clara de território, ao associarem o “fim dos territórios” com a predominância de redes, consideram que globalização e mobilidade são sempre sinônimos de “desterritorialização” (idem, 2010, p. 31). Haesbaert apresenta uma visão ampla, integradora e relacional de território, construída em diálogo com vários autores, como Santos, Lévy, Castells, Auge, Deleuze e Guattari, entre outros.

Ele identifica territorialização como o processo das relações de domínio e apropriação do espaço, ou seja, as mediações espaciais do poder em sentido amplo, do concreto ao simbólico. Defende (HAESBAERT, 2010, p.340) que o ser humano tem necessidade

territorial ou de controle e apropriação do espaço, desde um nível físico ou biológico (seres com necessidades básicas como água, ar, alimento, abrigo) até um nível imaterial ou simbólico (seres dotados do poder da representação e imaginação, que ressignificam e se apropriam simbolicamente do seu meio), incluindo todas as distinções de classe, gênero, grupo etário, etnia, religião etc.

O território, para o geógrafo, não pode ser considerado nem como um espaço estritamente natural, nem unicamente político, econômico ou cultural, sendo concebido em uma perspectiva integradora entre as diferentes dimensões sociais, assim como da sociedade com a própria natureza. Lembra que, além das dimensões de dominação político-econômica e de apropriação simbólico-cultural, pode-se perceber o território em diferentes escalas, que vão do “território-zona”, contínuo e relativamente estável, ao “território-rede”, descontínuo e móvel.

Suas definições de “território-zona” e “território-rede” se apoiam nos termos “fixos” e “fluxos” do geógrafo Milton Santos (1996), que trouxe a noção de movimento para o conceito de território. Este, ao mesmo tempo, em que é “fixo” em suas fronteiras, também é “fluxo” em suas vias de circulação, sejam de transportes ou de informações. Nessa visão não há dicotomia entre fixação e mobilidade e a rede, seja de transportes ou de informações, também é constitutiva do próprio território, possibilitando a passagem constante de um território a outro.

Para Haesbaert (2010, p.32), muito do que vários autores denominam como “desterritorialização” é a intensificação da territorialização no sentido de uma multiterritorialização. Ele define multiterritorialização como um processo concomitante de destruição e construção de territórios mesclando diferentes modalidades, como os “territórios-zona” e os “territórios-rede”, em múltiplas escalas e novas formas de articulação territorial.

Essa multiterritorialização é a forma dominante, na sociedade contemporânea, da reterritorialização, consequência da predominância, no âmbito do capitalismo de acumulação flexível, de relações sociais construídas através de territórios-rede, sobrepostos e descontínuos, e não mais de territórios-zona, que marcaram a modernidade clássica territorial-estatal. O que não quer dizer que essas formas mais antigas de território não continuem presentes, formando um amálgama complexo com as novas modalidades de organização territorial. (...) Devemos priorizar a dinâmica combinada de múltiplos territórios ou multiterritorialidade, principalmente agora que a mobilidade domina nossas relações com o espaço. (...) Um indivíduo constrói seus (multi)territórios integrando sua experiência cultural, econômica e política em relação ao espaço (...) Pode se dar tanto no sentido de um

deslocamento físico, quanto virtual, através do ciberespaço (HAESBAERT, 2010, p. 338, 341, 344).

Para o autor, o grande dilema do novo milênio é a exacerbação da possibilidade de experimentar diferentes territórios ao mesmo tempo, reconstruindo constantemente o nosso. O que sempre existiu, mas nunca como nos níveis contemporâneos. A categoria de multiterritorialização, com suas modalidades de “território-zona” e “território-rede”, contribui para a própria compreensão de cultura globalizada como um amálgama entre o local e o global combinados, ao mesmo tempo, enquanto um novo processo. Não apenas como uma sobreposição de territorialidades (o global sobre o local), mas como a combinação de elementos numa nova dinâmica (Haesbaert, 2010, p. 347).

Haesbaert (2010, p.345) chama a atenção para a mudança quantitativa e qualitativa da nova relação social dos sujeitos com o território. Ao acessar diferentes territórios é possível produzir uma nova experiência de tempo-espaço mais fluida, porém não se pode esquecer as distintas “geometrias de poder”, que são diferenciadas em função da classe social e do grupo cultural aos quais se pertence.

E ao analisar os territórios percorridos pelos alunos da UFF, sujeitos da pesquisa empírica, chama a atenção como a mobilidade deles é vivenciada de forma desigual, tornando precária, em alguns casos, a multiterritorialização. Para alguns, por exemplo, os territórios se “restringem” ao limite que não vai além da Zona Norte do Rio de Janeiro e da Universidade, em Niterói; para outros, se “expandem” até a Malásia, Inglaterra, Portugal, Estados Unidos.

Os territórios de origem desses jovens também são diferenciados. Apesar de todos terem nascido no estado do Rio de Janeiro, alguns são da Região Metropolitana e outros, da capital. Entre estes, alguns vivem na Zona Sul, outros na Zona Norte. E há ainda a diferença entre os que moram no “asfalto” e uma estudante que reside numa comunidade. Essas distinções territoriais referenciam não só o lugar de fala e a visão de mundo desses universitários, como as interpretações do que escutam na mídia sonora. Mas todos também “circulam” por meio de conexões em “territórios-rede”. Alguns com mais velocidade, variedade de suportes e habilidades. Outros, com mais dificuldades e lentidão. No entanto, não se pode dizer que sejam “desterritorializados”. Pelo contrário, seus “territórios-zona” podem interferir, literalmente, em suas possibilidades de trafegar pelo ciberespaço ou até mesmo falar com os colegas.

Ana Maria, por exemplo, afirma que seu celular não funciona bem na Vila Cruzeiro, na Penha, Zona Norte do Rio de Janeiro, onde mora, e que ela precisa usá-lo perto da janela, para conseguir sinal. Marcos, por outro lado, cujo alto poder aquisitivo familiar o facilita na aquisição de dispositivos sofisticados, têm menos problemas de acesso quando está em sua casa em Itaipu, Niterói. De qualquer forma, ele precisa estar em algum lugar e ter, pelo menos, um dispositivo digital para acessar a “nuvem”.

O interessante é perceber que, além de reconfigurarem suas relações sociais em movimento, esses universitários também reconfiguram seus dispositivos identitários nesse processo de mobilidade entre diversos territórios, nessa multiterritorialização pelos “territórios-zona” e “territórios-rede” pelos quais conseguem transitar.

Nesse percurso de multiterritorialização, mais estreito para alguns, mais amplo para outros, adquirem e incorporam referências culturais que influenciam sua formação. Nos múltiplos territórios, os estudantes trocam experiências com os outros que encontram pelo caminho, interagem, dialogam, compartilham atividades, informações, e assim vão construindo suas identificações e diferenciações. Vão incluindo e descartando algo, aceitando e negando o que não concordam. E nessa tensão com o mundo, nesse jogo, nesse movimento, constroem sentidos para sua presença no mundo e constituem seus dispositivos identitários.

O consumo da mídia sonora

Em termos de território simbólico, pode ser observada, na pesquisa empírica, a variedade de emissoras de rádio que os estudantes da UFF gostam de sintonizar⁹. Apesar de terem estações preferidas, costumam mudar de *dial* com frequência. Quando o rádio fica repetitivo, acessam o repertório musical salvo no celular ou em outro dispositivo. Quando cansam desse repertório que não tiveram tempo para renovar, voltam para o rádio. “Ficam” nesse movimento entre lá e cá. Os universitários da pesquisa não são, portanto, ouvintes fiéis.

Eles não se “fixam” em uma emissora, como, no passado, por exemplo, faziam os ouvintes das rádios *Nacional*, *JB-AM*, *Fluminense*, *Cidade* etc. Naquela época, a audiência se identificava com sua estação preferida e não sintonizava outras. Hoje, esses jovens são

⁹ A *Mix* é a emissora mais ouvida entre os jovens de Engenharia. A maioria das alunas de Pedagogia (manhã e noite) marcou, no questionário, o item outras e exemplificou com estações evangélicas. A emissora *MPB* é a preferida entre os universitários de Relações Internacionais. No entanto, os estudantes marcaram várias outras emissoras no questionário, como *Oi*, *Transamérica*, *Sul América Paradiso*, *JB*, *Nativa*, *FM O Dia*, *CBN*, *BandNews* etc.

“ficantes”, categoria êmica usada por alguns deles para designar relacionamentos afetivos sem compromisso. Em relação à escuta radiofônica, costumam repetir esse comportamento e “ficam” transitando entre as emissoras que gostam. Muitos nem sabem o nome de suas estações preferidas e as localizam e as identificam pelo número no *dial* que fica armazenado na memória de seus dispositivos sonoros. E, às vezes, até isso confundem.

Em função dessa observação, esta “tribo” pode ser considerada como uma audiência “nômade”, outra característica da mobilidade que a identifica. A única estudante entrevistada fiel a uma emissora foi a evangélica Camila, de Pedagogia. Mesmo Antônio, de Relações Internacionais, que “fica” boa parte do tempo na *Rádio Globo*, costuma sintonizar outras estações.

Nesta mobilidade entre diversas emissoras, foi possível observar, ainda, a variação de conteúdos sonoros em função do tipo de rádio escolhida. Algumas estações têm um perfil musical; outras, jornalístico. Há aquelas com linguagem específica para os jovens. Há, ainda, diversas segmentações pelos estilos musicais, pelo tipo de perfil da audiência, popular ou de elite etc.

Foi possível perceber pelas entrevistas, por exemplo, que os estudantes de Relações Internacionais são os que mais ouvem as rádios de perfil jornalístico, como a *CBN* e a *BandNews*. Os estudantes de Engenharia Agrícola e Ambiental e os de Pedagogia sintonizam menos o rádio informativo. Isso indica que os jovens com mais recursos de capitais, econômico e cultural, se interessam mais pelas notícias do mundo. A exceção foi Ana Maria, da Pedagogia, que, mesmo com menos recursos de capitais, demonstrou grande interesse no noticiário.

Em relação aos gêneros musicais, apesar das preferências, a movimentação entre um e outro é constante. Essa diversidade musical, possibilitada pelo acesso rápido a partir da tecnologia, amplia horizontes culturais. A maioria dos entrevistados se classifica como eclética, pois gosta de vários gêneros.

O trabalho de campo demonstrou que os universitários ouvem rádio¹⁰. Os jovens de menor poder aquisitivo são os que mais usam o rádio e por maior quantidade de horas. Esse resultado se aproxima do perfil do consumidor divulgado pelo GRUPO MÍDIA DADOS

¹⁰ A partir dos questionários, observou-se que Pedagogia (noite) é o curso com maior percentagem (37,93%) de estudantes que escutam rádio por mais tempo (várias horas por dia) e que Relações Internacionais é o que tem maior percentagem dos que não ouvem (11,76%). Isso não significa que não haja aluno nesse último curso que não ouça, pois 29,41% dos alunos de Relações Internacionais declararam escutar rádio várias horas por dia. No entanto, a maior parte dos alunos de Relações Internacionais (41,18%), de Engenharia Agrícola e Ambiental (36%) e de Pedagogia (39,13%), turno da manhã, ouve ocasionalmente. Ao somar todos os que ouvem independente da quantidade de horas, encontra-se um total de 96% em Engenharia, 93,10% em Pedagogia (noite), 91,31% no turno da manhã e 88,24% em Relações Internacionais.

(2012, p. 422) que aponta as mulheres (53%) e a classe C (48%) como as que mais ouvem rádio no Brasil, sendo a maior parte dos consumidores formada pelo jovem, pois a faixa etária predominante é a de 20 a 29 anos (22%).

Entre os estudantes da UFF, os suportes preferidos para escuta são diferenciados, mas fora de casa eles costumam ouvir o rádio pelo celular. Entre os 111 universitários que responderam ao questionário da pesquisa, apenas seis consomem *podcast* e, mesmo assim, os de emissoras direcionadas aos jovens, como *Mix* e *Oi*. E apenas nove acessam *webradio*. A escuta é de rádios convencionais ao vivo, só que pelo computador. A maioria dos jovens da pesquisa não procura por emissoras com presença exclusiva na internet, como os mineiros dos estudos de Martins (2009). Os estudantes da UFF com menor volume de capital ainda são desinformados sobre *podcast* e *webradio*.

Mas todos os alunos (100%) de Relações Internacionais, Engenharia e Pedagogia (manhã) têm acesso à rede de computadores. 96% dos de Pedagogia (noite) também e a maioria baixa música do computador¹¹. Em relação, ainda, às práticas culturais de consumo da mídia sonora, a maioria dos pais dos jovens que ouvem rádio também escuta esse meio de comunicação, o que mostra uma influência familiar no hábito de escuta. A maioria dos estudantes da UFF mora com os pais ou apenas com as mães, mesmo trabalhando.

Interessados em conhecer novidades, os jovens ouvem de tudo, em qualquer lugar e por qualquer suporte que tenham possibilidade de adquirir. Eles demonstram ter muita abertura. Mas, se por um lado, essa quantidade e variedade de música e informação que podem acessar ampliam a visão, por outro, nem sempre repercutem no aprofundamento do conhecimento, da reflexão, seja sobre os gêneros musicais ou sobre determinado assunto do mundo a sua volta.

O que se constata é que eles circulam muito. No entanto, não têm tempo para assimilar todo esse movimento, para articular e pensar sobre tudo o que consomem em termos de bens simbólicos. E a categoria “sem tempo” é outra que foi extraída das entrevistas dos jovens e contribui para defini-los. Eles alegam “falta” de tempo em função das diversas atividades que realizam.

Os estudantes de Engenharia foram os que mais reclamaram por estudar em horário integral e ainda trabalhar, fazer estágio. Os de Relações Internacionais, além de um turno na Universidade, fazem curso de idiomas, esporte, academia, estágio e costumam participar de

¹¹ 91% dos estudantes de Relações Internacionais, 92% de Engenharia, 65% de Pedagogia, no turno da manhã e 55%, no da noite, baixam música.

conferências e debate extraclasse. As alunas de Pedagogia estudam no turno da manhã, mas também assistem aulas a noite para adiantar o curso. Algumas trabalham e moram em outro município. Há aquelas que fazem outra faculdade a noite.

O universitário de Engenharia, David, diz “não ter tempo para nada”. Até mesmo quando aceitou participar da pesquisa, foi difícil conseguir marcar a entrevista, que acabou sendo feita num intervalo entre duas provas. Henrique é outro da Engenharia que é um exemplo dos “sem tempo”. Além de fazer várias tarefas simultâneas, surpreendentemente, ele também dorme e baixa música ao mesmo tempo¹². Ele é um jovem sem tempo até para namorar e, por isso, prefere só “ficar”.

Outra prática entre os “sem tempo” é trocar música com amigos pelo celular ou simplesmente copiar as listas salvas no *pen drive* dos outros, como gosta de fazer Felipe, da Engenharia, que tem três mil canções armazenadas, sem ter ouvido nem 1% disso. Seu depoimento revela como ele se afirma socialmente pela quantidade de músicas arquivadas. Fica implícito, em seu discurso, como esse jovem desenvolve uma relação de *status*, perante seus colegas, a partir da coletânea de músicas que ele nem teve tempo para ouvir, mas que “estão lá, guardadas” em seus dispositivos digitais.

Se algumas “tribos” de gerações universitárias anteriores afirmavam sua presença no mundo a partir da quantidade de livros expostos nas estantes de suas bibliotecas particulares, hoje há grupos de jovens que se apresentam e se diferenciam em função da quantidade de músicas e de dispositivos móveis digitais que adquirem. Esse *status* conquistado pela quantidade, pela coleção, revela uma nova forma de uso da mídia, enquanto acúmulo de capital cultural, e, ao mesmo tempo, uma nova prática de distinção entre as “tribos” da juventude.

A distinção também é visível na forma como usam seus aparatos tecnológicos. Enquanto alguns, como Marcos, Clarice e Patrícia, de Relações Internacionais, “fazem tudo” com seus celulares, ou seja, os utilizam como rádios, computadores, máquinas fotográficas, gravadores; outros, por exemplo, são como Luana, de Pedagogia, que admite não saber passar *e-mail* pelo celular e o usa apenas para falar com os amigos. Com isso, identifico que a desigualdade social contemporânea transforma alguns jovens em *outlines*.

¹² “Hoje, eu simplesmente boto no automático minha *playlist* pra tocar direto, porque to sem tempo até para ficar baixando música. Às vezes, eu faço o seguinte: vou dormir e deixo o computador ligado. Ai, eu já seleciono o que eu quero e deixo baixando as músicas. Às vezes, eu acordo pra ir ao banheiro e vejo se já baixou tudo e desligo o computador”, trecho da entrevista do estudante de Engenharia Agrícola e Ambiental, Henrique, concedida no segundo semestre de 2010.

A música enquanto um signo identitário juvenil

Os depoimentos dos estudantes demonstraram como a música é um idioma comum, podendo ser classificada enquanto um signo identitário juvenil. Apesar das preferências por diferentes gêneros, todos a valorizam no seu dia a dia e se relacionam com os colegas por meio dela. Alguns se afirmam socialmente por meio da música, como Felipe. Outros se expressam por ela, como o “baterista” David, também da Engenharia Agrícola e Ambiental. Há os que se isolam, como Patrícia, de Relações Internacionais, e Henrique, de Engenharia¹³. Os que têm preferência por músicas estrangeiras, como Rosa, da Pedagogia, Marcos, Clarice e Antônio, de Relações Internacionais, e que se fazem cidadãos do mundo, a partir da cultura musical globalizada.

Existem maneiras de ter sentimentos no mundo
E o mundo se sente tocado de alguma maneira
Aqui vem a música e soa
Ali uma cor irradia
E tinge de risos a melancolia (...).
Samba precioso, do grupo Balaio Carioca.

Se alguém quer esquecer tudo e fugir dos problemas da vida, a música é o veículo perfeito. Mas seu caráter altamente emocional, também pode levar a sentimentos extremos. A música proporciona a possibilidade de, por um lado, escapar da vida e, por outro, entendê-la e vivê-la melhor. A música pode ajudar as pessoas a se sentirem mais próximas umas das outras, segundo o pianista e regente de orquestra Daniel Barenboim¹⁴.

Esse poder da música de aglutinar diferentes sujeitos também pode ser percebido entre os universitários. Por exemplo, jovens com um capital econômico familiar alto, como Felipe, de Engenharia, e outros, com um capital econômico mais baixo, como Ana Maria, da

¹³ “Quando estou em ambientes de barulho, prefiro me isolar no mundo da música do que ouvir a conversa dos outros e por isso uso os fones. Escolho músicas agitadas e coloco o som alto para não ouvir e não me estressar com pessoas reclamando ao meu lado. Faço isso, também, nos intervalos das aulas, quando quero me concentrar em alguma leitura e os colegas estão falando na sala”, trecho da entrevista de Patrícia, de Relações Internacionais. Mas o mesmo aparelho de celular que a estudante utiliza para se isolar, também a conecta, pois ela o utiliza para trocar músicas, mensagens por escrito, obter informações sobre o mundo e, claro, falar com os amigos. Henrique também ouve músicas, pelo fone, no rádio ou as que baixa, para não escutar as pessoas ao seu lado no ônibus.

¹⁴ Barenboim, israelense, e Said, palestino, realizaram um ousado experimento, em 1999, para demonstrar o poder da música ao reunirem músicos israelenses e árabes em Weimar, na Alemanha, como parte da celebração do 250º aniversário do nascimento de Goethe. Na avaliação deles, um conjunto de identidades cedeu lugar a outro conjunto e todos se tornaram violoncelistas e violinistas tocando a mesma peça, na mesma orquestra, sob a batuta do mesmo regente. Apesar dos estranhamentos e conflitos iniciais decorrentes de preconceitos e ignorância de uns em relação aos outros, a apresentação da orquestra foi um sucesso, provando que a “música em geral é transnacional; ultrapassa as fronteiras de uma nação ou de uma nacionalidade e de um idioma” (BARENBOIM e SAID, 2003, p. 27).

Pedagogia, gostam do mesmo estilo, como o *rap*¹⁵. A jovem, inclusive, apresentava dois programas específicos de *rap* na Rádio Comunitária da Vila Cruzeiro. E apesar do *rap* se caracterizar pela denúncia dos problemas étnicos e sociais e ter se tornado uma referência para os marginalizados, hoje, com a divulgação que conseguiu na mídia, ganhou visibilidade e atinge jovens de diferentes segmentos sociais, rompendo simbolicamente as fronteiras entre o centro e a periferia urbana. Desde a década de 1990, que o *rap* vem se tornando uma manifestação cultural expressiva de identificação transnacional da juventude. O sertanejo universitário e a MPB também foram citados por vários estudantes da pesquisa de diferentes classes sociais.

Ouvido “seletivo”

Ouvido “seletivo” foi a expressão citada por Marcos, de Relações Internacionais, para definir a necessidade de uma visão crítica em relação às informações transmitidas pelo rádio, por parte do ouvinte¹⁶.

A maioria dos universitários manifestou impaciência quanto às mensagens e músicas repetitivas, à superficialidade e à padronização de algumas notícias e ao estilo “besteirol” de emissoras destinadas ao público jovem que, em determinados momentos, subestimam e produzem estereótipos sobre este segmento, apesar de não deixarem de acessar essas mensagens, mesmo quando as criticam. Uns mais, outros menos¹⁷.

¹⁵ De origem no sul do Bronx, em Nova Iorque, nos EUA, a cultura *hip hop* chegou ao Rio de Janeiro na década de 1990. Ela é constituída pelo *DJ*, “músico sem instrumentos” que cria bases sonoras para os cantores; *B. Boy*, dançarino do estilo *Break*; *MC*, mestre de cerimônia, cantor que improvisa as letras enunciadas em tom de declamação e pelo grafiteiro que traz a expressão plástica através do desenho. A palavra *rap* (*Rhythm and poetry*) significa ritmo e poesia e é um elemento da cultura *hip hop* com disseminação entre os jovens. Com a colaboração do Centro de Articulação de Populações Marginalizadas (CEAP), esse movimento cultural se organizou a partir da *Associação hip hop atitude consciente* e criou o programa *Racial* voltado para demandas e produções da comunidade negra. É nessa época que o grupo de *rap Geração Futura*, de MV Bill, se afirma.

¹⁶ “Eu acho que tudo que a gente escuta, a gente tem que ter ouvido seletivo e ter uma visão crítica. Eu não ouço algo no rádio, TV e fico achando que aquilo é tudo verdade. As emissoras têm alguma parcialidade ou ponto de vista político, ideológico, então, a pessoa já tem que ter alguma crítica sobre o assunto (...). É preciso estar sempre questionando. Será que não tem alguma coisa por trás disso? Quais são os interesses? Então, você tem que ser seletivo pra escutar a notícia. E, se você for crítico, aquilo vai enriquecer seu ponto de vista pra outra vertente que você, talvez, não pensaria sozinho”, trecho da entrevista de Marcos, de Relações Internacionais.

¹⁷ “Tenho a impressão que a informação é criada por poucos e repetida por muitos, sem que outros aspectos sejam discutidos (...). Deveriam dar margem para o próprio ouvinte decidir o que ele acha e não focar tanto no discurso do Estado. Deveriam trazer mais conteúdo e até mais debates”, Clarice, de Relações Internacionais. “Ficamos muito dependentes das grandes agências como a *CNN*, *Reuters*. Tem muita coisa acontecendo e a gente nem fica sabendo por que não é de interesse dessas grandes mídias. O enfoque é sempre sobre os Estados Unidos, a Europa, mas sobre outras partes do mundo, você até esquece que existe (...). Quero ouvir mais programas culturais no rádio, notícias sobre viagens, serviços, entrevistas sobre temas relacionados à vida profissional (...). Sinceramente, eu não gosto das emissoras para jovens, prefiro as mais genéricas que não ficam forçando a barra com aquelas piadas. Gente do céu. Não tem graça nenhuma. Eles com certeza têm uma visão estereotipada do jovem”, Patrícia, de Relações Internacionais. “Se você escuta a *CBN*, vê a *Globonews*, o *Jornal Nacional* ou outra coisa, parece que já está tudo meio formatado. Todos os jornalistas vão falar do mesmo jeito, tocar nos mesmos assuntos, é algo meio pasteurizado (...). Eu acho legais os programas que

O próprio fato de não se fixarem numa emissora, como constatado, representa um comportamento que pode ser interpretado como uma crítica, pois eles se movimentam em busca de alternativas de escuta. Essa precária fidelização desses jovens, talvez, não signifique um protesto consciente de repúdio às mensagens midiáticas veiculadas. No entanto, não deixa de ser uma reação espontânea ao que não gostam de ouvir e isso se evidenciou a partir dos relatos, marcados pelo interesse pela diversidade.

Em síntese, foram apontados alguns padrões de comportamento, a partir das categorias utilizadas por eles, na expectativa de conhecer e compreender quem são estes jovens. Da observação de campo, destaco a mobilidade, a partir de constantes deslocamentos físicos e virtuais; a falta de tempo, em função de várias tarefas que realizam, inclusive, simultaneamente; o tipo de audiência “nômade”; a música como idioma comum e o ouvido “seletivo”; como marcas que configuram e representam esses estudantes.

A partir delas, procurei mostrar como esses universitários são formados por combinações matizadas de múltiplas experiências socializadoras que podem lhes proporcionar diversas referências culturais, as vezes, contraditórias. Referências adquiridas num processo de multiterritorialização, precário para alguns em função das desigualdades sociais.

A partir de “territórios-rede”, que possibilitam a passagem de um universo simbólico a outro, misturando-os num entrelugar, essas referências influenciam o pensar, o sentir e o agir desses jovens. E, algumas vezes, esse entrelugar pode ser entendido como uma interseção paradoxal entre opostos, como no caso em que a mídia sonora traz valores diferentes dos da família, da religião ou de culturas de diversos países, por exemplo.

E é desse entrelugar, às vezes, paradoxal, ambíguo, que a mídia sonora influencia as identidades juvenis. Por outro lado, são os múltiplos dispositivos identitários desses jovens que, também, influenciam a escuta, a “leitura” que eles fazem da mensagem midiática.

A pesquisa mostra como a sonoridade ocupa um lugar significativo na vida desses universitários, independente dos conteúdos e dos suportes utilizados para acessá-la. Numa

levam intelectuais ou pessoas que estudam determinado assunto pra você ter certa diferença de ponto de vista”, Marcos, de Relações Internacionais. “Quando repetem, ficam chatas. Eu queria que o rádio mesclasse a música com mais notícias úteis, porque, às vezes, ouço muita notícia inútil. Hoje em dia é muita fofoca, essas rádios mais jovens, sei lá, é uma perda de tempo, não me acrescentam nada. Eles falam tudo errado”, Catarina, de Engenharia. “As rádios hoje em dia tão tocando música da moda, música que dá dinheiro. Mas não é esse tipo de música que me agrada. Então, eu prefiro pegar, escutar o que é bom e depois baixar essa música pela internet. Eu to sempre descobrindo coisa nova. Na *Oi*, eles até têm um programa que você escuta a música e manda uma mensagem pelo celular dizendo gostei e eles te retornam para o teu celular, dizendo o nome do cantor e da música. Isso é interessante, porque você gostou, mas não conseguiu pegar o nome da música”, Felipe, de Engenharia. “O rádio prá mim é entretenimento, mas também gosto, por exemplo, quando dá dicas de saúde”, Rosa, de Pedagogia.

sociedade que privilegia a comunicação pela imagem, procurei saber quais são os motivos que mobilizam os jovens a ouvir rádio em seus aparatos tecnológicos.

Possivelmente, são eles que mais o consomem em movimento, acessando-o durante os diversos deslocamentos. O fato de terem pouco tempo para baixar músicas para renovar seus repertórios arquivados, os faz procurar pelas emissoras de rádio. Então, em função da mobilidade e da falta de tempo, o rádio ainda é um meio de comunicação significativo para esses jovens, principalmente pela possibilidade de escuta em dispositivos digitais móveis, como o telefone celular, o aparelho de *MP 3* e suas evoluções. Isso evidencia a grande importância da convergência midiática. E se a portabilidade do rádio adquirida, no século passado, com a invenção do aparelho transistor mudou a função deste meio de comunicação em termos sociais e discursivos, a era digital amplia as possibilidades dessa mídia na convergência com outras e os jovens são, possivelmente, os sujeitos que mais aproveitam isso.

Referências bibliográficas

BARENBOIM, Daniel e SAID, Edward W. *Paralelos e paradoxos: reflexões sobre música e sociedade*. São Paulo: Companhia das letras, 2003.

BAUMWORCEL, Ana. *“Polifonia juvenil: reflexões sobre mídia sonora e educação”*. Tese defendida no curso de Doutorado em Educação, da Universidade Federal Fluminense, Niterói, Rio de Janeiro, 2012.

_____. “O consumo da mídia sonora entre universitários com desigualdades sociais”. In: *Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Recife, 2011.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: critério social do julgamento*. Porto Alegre: Zouk, 2007.

_____. “Os três estados do capital cultural”. In: NOGUEIRA, Maria Alice, CATANI, Afrânio (Org.) *Escritos de educação*. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. “Gostos de classe e estilos de vida”. In: ORTIZ, Renato (org). *Pierre Bourdieu: sociologia*. São Paulo: Ática, 1983.

GRUPO DE MÍDIA. **Mídia dados 2012**. São Paulo, 2012. Disponível em:
<http://midiadados.digitalpages.com.br/home.aspx>. Acesso em 28 de julho de 2012.

HAESBAERT, Rogério. *O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

_____. *Territórios alternativos*. Niterói: EdUFF; São Paulo: Contexto, 2002.

_____. *Des-territorialização e identidade: a rede gaúcha no Nordeste*. Niterói: EdUFF, 1997.

MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.

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

OROZCO GÓMEZ. “De “ouvintes” a “falantes” da rádio, o desafio educativo com os novos “radiouvintes”. In: PRETTO, Nelson De Luca e TOSTA, Sandra Pereira (org.). *Do MEB à WEB, o rádio na educação*. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço*. São Paulo: Hucitec, 1996.