

A Criança em Situação de Escuta – Uma Aproximação à Audiência Infantil de Rádio ¹

Adriana Gomes RIBEIRO²

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

O presente trabalho apresenta os procedimentos e resultados da tese de doutorado *A criança em situação de escuta – Uma Aproximação à Audiência Infantil de Rádio*, que empreendeu uma pesquisa de recepção da mídia rádio com 46 crianças de idades entre 6 e 11 anos, com a finalidade de perceber a presença e relevância (ou não) dessa mídia em seu cotidiano. As perguntas e os filtros analíticos utilizados estão baseados em autores que estudaram a recepção da mídia a partir da cultura e dos cotidianos, como Martin-Barbero (1994, 2009) e Silverstone (2005). O trabalho também procurou dialogar com autores que pensaram as especificidades da escuta e a educação pela escuta, como Schafer (1991) e Schaeffer (1996), e autores que articulam o conceito de território sonoro – tomado a princípio em Obici (2008) que o elabora a partir de Deleuze e Guattari.

Palavras-chave: rádio; escuta; educação; recepção; crianças.

Em 2004 a Folha de São Paulo publicou uma pequena matéria sobre o consumo infantil de rádio, divulgando dados de um instituto de pesquisa. O título usado deu o tom do problema: "Rádio, ouvido pelas crianças e sem controle". Ignoradas na maioria das sondagens de audiência do veículo, as crianças acabam sendo uma audiência invisível, ou, como nomeou o pesquisador espanhol Armand Balsebre, uma audiência escondida (BALSEBRE et. Al, 2011).

Essa perspectiva moveu e guiou a tese de doutorado *A Criança em Situação de Escuta – Uma Aproximação à Audiência Infantil de Rádio*, defendida em 2015. O trabalho empreendido promoveu uma pesquisa de recepção com crianças com idades entre 6 e 11 anos, com a intenção de perceber os graus de presença e relevância do rádio para elas, a partir de entrevistas feitas com a utilização de um roteiro de questões que procurava dar conta de itens pontuais sobre usos das mídias no cotidiano dos sujeitos pesquisados.

A confecção do roteiro de questões foi pensada a partir da necessidade de respostas a perguntas mais imediatas (ouve rádio?; com quem?), mas também de sondar qualitativamente essa relação. Portanto algumas perguntas foram feitas para tentar

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

² Doutora em Educação pela PUC Rio, Mestre em Educação Comunicação e Cultura pela UERJ, email: gomesribeiroadriana9@gmail.com.

compreender de que maneira o produto-mídia era de fato usado na unidade doméstica; que lugares ele ocupava; quais funções exercia no cotidiano; sua importância para os diferentes sujeitos que o usavam e de que forma ele interferiria ou auxiliaria no dia a dia dentro e fora da casa. A principal preocupação desse estudo de recepção não era sondar a relação dos ouvintes pesquisados com conteúdos específicos, mas, de forma mais ampla, captar os significados que os sujeitos pesquisados davam aos momentos de escuta e a importância do veículo no cotidiano do ouvinte.

A bibliografia balizadora da pesquisa trabalhou com autores representantes do pensamento latino-americano – como Martin-Barbero (1994, 2009) –, e também, autores como Roger Silverstone (2005), que, conforme explicita Duarte (2008, p.19), “*aproximam os conceitos de comunicação e de cultura e defendem a tese de que o sentido que se constrói entre o universo particular do sujeito e os produtos da mídia é informado diretamente pelo contexto cultural no qual ambos estão inseridos*”. Assim, uma das convergências encontradas a partir desses autores se dá em relação à compreensão de que as interações sujeito/história/cultura são determinantes para os filtros e re-significações dos receptores.

Perceber as formas de apropriação dos sujeitos em relação aos meios – pensados aqui tanto como conteúdo quanto aparato – foi uma das questões demandadas por essa pesquisa. A feitura do questionário levou em conta a compreensão de que para responder a pergunta que queria fazer à criança que escuta – para saber sobre o significado e importância que ela imprime ao rádio e para percebê-la em situação de escuta – era preciso conhecer seu cotidiano. Assim, algumas questões foram desenhadas com esta intenção. Estas perguntas foram guiadas por conceitos adotados trabalhados por Silverstone (2005) e Hartmann (2009), em pesquisas sobre a mídia nas sociedades contemporâneas, como *casa, domesticação, mediatização, mediação, textura da experiência*, e pelo conceito de *território sonoro* – tomado a princípio em Obici (2008) –, que aproximei ao conceito de *textura da experiência*. Silverstone (2005, p. 27) sugere que se parta de uma ideia de experiência: “*nossa pergunta exige de nós investigar o papel da mídia na formação da experiência e, vice-versa, o papel da experiência na formação da mídia*”. Aqui a experiência é entendida como aquilo que fornece ao sujeito uma mediação interna; e, por extensão, *território sonoro*, foi pensado como o repertório sonoro prévio que cada entrevistado acionava ao se relacionar com o rádio.

Dessa forma, constituiu-se assim meu roteiro de perguntas: as primeiras perguntas se destinavam a um perfil geral sobre o entrevistado (gênero, idade, em ano estava na escola); as perguntas subsequentes tinham a função de mapear atividades, espaços frequentados, circunstâncias e rotina cultural, de forma a tentar perceber locais e ações que pudessem adensar a *textura da experiência*, contribuindo para a ampliação de repertório e de capacidade crítica.

O tema da 'escuta', que permeia todo este trabalho e suas intenções de pesquisa, foi abordado de forma direta (a exemplo da questão central: você ouve rádio?), mas também de forma indireta, uma vez que procuramos perceber, a partir do cruzamento dos dados, um leque de assuntos correlatos à escuta: como as aproximações entre o desenvolvimento da capacidade de escutar e uma maior competência do sujeito como leitor; questões relativas à manutenção da atenção e concentração em nosso ruidoso mundo; questões relativas à capacidade de distanciamento crítico frente aos ditames de uma *indústria cultural*³, que agiria na conformação do gosto, moldando as relações dos cidadãos consumidores com seus produtos em áudio, capturando ouvidos e subjetividades. A pergunta sobre a maneira como se dá a escuta radiofônica, e, de um modo mais amplo, a sondagem sobre modos, tempos e espaços de escuta estava implícita nas perguntas sobre lugares e formas de apropriação da mídia rádio e de outras mídias sonoras no cotidiano das crianças.

Minha intenção era, partindo dessas perguntas, mapear o que chamei de *situações de escuta*, procurando perceber a conformação do que tomei como *território sonoro*. Estabeleci uma tipologia específica para os modos de escuta que queria sondar levando em conta duas questões que me interessavam pontualmente: se as crianças que ouviam rádio o faziam por que uma outra pessoa o ligava, ou por que elas mesmas ligavam; e se prestavam ou não atenção ao que ouviam. Assim, utilizei os termos *voluntária* ou *involuntária*, para circunstanciar a primeira questão, e *tangencial* ou *atenta*, para tratar da segunda.

A questão sobre escuta *voluntária* ou *involuntária* me aproxima dos termos *escuta em si* e *escuta por seleção* de Moles (ROMO GIL apud FERRARETTO, 2000, p.29). Podemos pensar que o ouvinte que escolhe ligar voluntariamente o rádio, pode fazê-lo em função de determinado programa (escuta por seleção), e, nesse caso, terá uma atitude mais frequente de atenção concentrada, uma intenção, portanto, de escutar, entender e

³Conceito cunhado por Theodor Adorno e Max Horkheimer (1947) para designar as indústrias da diversão e difusão de bens simbólico-culturais, em geral, veiculados por rádio, televisão, jornais, revistas, cinema etc. É esse macro-setor que assegura a produção, a programação e a distribuição dos produtos e serviços que respondem às necessidades de consumo cultural, também criando novas demandas. " Valério Cruz Brittos e João Miguel, Enciclopédia INTERCOM (2010, p. 683)

compreender; terá, em meus termos, uma atitude de *escuta atenta*, que não toma o rádio como fundo. Mas há também aquele que liga o rádio voluntariamente, mas para tê-lo como pano de fundo: aqui há a *escuta em si*, de Moles, e também a atitude de *ouvir*, mas não *escutar* – tomando os termos de Schaeffer (1996) e Barthes (1995); em meus termos, uma *escuta tangencial*. Já aquele que está em um ambiente em que alguém liga o rádio, que escuta involuntariamente, teria maior propensão a tomá-lo como fundo, a exercer essa escuta que chamo de tangencial. Escolhi o termo porque penso esse tipo de escuta como não imediatamente ativa; ela não se foca no que está tocando ou no que está sendo dito, porém, o ato de ouvir não cessa: o ouvido está lá, aberto, tocando algum ponto do que se veicula, pronto a captar algo que faça a atenção tangencial se interessar e voltar-se para escutar o que soa. Entendo esse 'algo' que irá despertar a atenção do ouvido para o que soa, como sendo as experiências e referências prévias do sujeito que escuta. São também as experiências e referências prévias daquele que escuta, que – seguindo Schaeffer (idem) – o ajudarão a entender e compreender o que escutam. São essas experiências e referências que compreendemos com os termos *textura da experiência* (SILVERSTONE, 2005) e *território sonoro* (OBICI, 2008).

O roteiro de perguntas apresentado de forma aberta às crianças, foi pensado, portanto, a partir desses filtros e premissas, que me levaram às seguintes questões norteadoras: a mídia rádio ainda faz parte do cotidiano das crianças?; a relação delas com o veículo é sempre mediada – haverá sempre um adulto ou acompanhante responsável por acessar o aparelho – ou as crianças acessam espontaneamente o veículo?; em que lugares se dá o acesso a essa mídia?; elas conhecem as estações de rádio?; sabem identificar o conteúdo oferecido pelo rádio?; tem opiniões sobre esse conteúdo?; reproduzem esse conteúdo – palavras, expressões, músicas, vinhetas?; em que suportes ouvem?; que outras informações ou mídias concorrem com a escuta radiofônica?; que atividades realizam enquanto escutam, ou seja, quais as suas 'situações de escuta'?. Além disso, também eram questões a observar: o quanto o conteúdo das emissões radiofônicas é relevante para formação de gosto; o quanto dialoga com conteúdos aprendidos de outras fontes/instituições (pares, escola, família, igreja, outras mídias); o quanto e de que forma a escuta está presente em espaços cotidianos; o quanto e de que forma a escuta está presente em espaços educacionais.

Optei por entrevistar as crianças e não seus pais, professores ou responsáveis por alguns motivos, entre eles o fato de que, para esta pesquisa, importava menos a precisão em

relação às respostas sobre o cotidiano e hábitos de consumo de mídia. Mais do que saber quais estações de rádio a família de fato escuta, quantas horas por dia e em que espaços, entre outras perguntas pontuais, minha maior preocupação era perceber os significados que as crianças ouvintes dão à sua escuta, o que retêm dessa experiência.

O número de entrevistas realizadas foi inferior ao inicialmente desejado, mas o *corpus*⁴ conseguido foi, a meu ver, suficientemente generoso e foi ao encontro de uma demanda por perfis sócio-econômicos diversificados. As entrevistas foram feitas em estabelecimentos com diferentes perfis, o que me permitiu entrar em contato com alunos de escolas públicas (tanto escolas com problemas estruturais – como ausência de recursos e equipamento; quanto escolas de excelência); alunos de escolas particulares em uma cidade de médio porte; alunos de escolas particulares de uma cidade de grande porte; crianças com farto acesso às mídias e bens de consumo; crianças com acesso limitado às mídias e bens de consumo.

O campo e o *corpus*

Minha ida a campo se iniciou em junho de 2013 e se encerrou em junho de 2014. Neste período de um ano consegui o apoio de sete instituições (entre escolas, organizações não governamentais, organizações de assistência social), que aceitaram me receber, e fizeram o contato com os pais e responsáveis pelas crianças que queria entrevistar. Não interferi no processo de escolha dessas crianças. Minha preocupação maior era que não houvesse nenhum tipo de envolvimento notório das crianças a serem entrevistadas com o rádio, uma vez que isso poderia influenciar erroneamente as conclusões da pesquisa. Ao todo, realizei entrevistas com 46 crianças (26 meninas e 20 meninos), com idades entre 6 e 11 anos. As entrevistas foram analisadas com a ajuda do software Atlas TI⁵, no qual também lancei outras categorias e chaves de leitura que o programa identifica como códigos, tanto as que foram fruto de minhas hipóteses quanto as que encontrei com alguma recorrência nas entrevistas. Assim, ao todo, destaquei 26 'códigos', procurando mapear a relação com o

⁴Chamo meus dados de *corpus* e não de amostragem, uma vez que os critérios de escolha dos locais de entrevista não foram definidos a partir de um plano amostral que permitisse uma avaliação estatística (número total de crianças em um município, número total de alunos nas redes privadas e públicas etc). Sendo assim, não se trata aqui da apresentação de perfis gerais de consumo de rádio entre crianças das cidades pesquisadas: Rio de Janeiro e Nova Friburgo. Ainda assim, compreendo que os dados produzidos neste estudo são relevantes e reveladores de uma relação que, em geral, se considera inexistente: a inserção da mídia rádio (nos seus mais diversos suportes) no cotidiano de crianças.

⁵<http://www.atlasti.com/index.html>

rádio especificamente, mas também mapear e identificar os trechos das entrevistas que davam conta das demais atividades que podem colaborar para a formação de repertório (entre outros, os códigos 'rotina cultural' e 'aula de música'); destaques sobre usos de outros meios, principalmente a TV e o computador; um enquadramento sobre a relação de meus entrevistados com a leitura; outro sobre o uso de mídias sonoras no espaço escolar e códigos que procuravam mapear a relação das crianças com a escuta musical (como 'repertório da escuta' e 'suportes de escuta'). Apresento a seguir quadros com o mapeamento dos estabelecimentos nos quais foram feitas as entrevistas e com respostas a algumas questões pontuais:

Quadro 1- Mapa geral das instituições, perfil sócio-econômico e quantidade de entrevistados por instituição

Instituição	localização	clientela	tipo de entrevista	quantidade meninos	quantidade meninas
Escola 1- rede privada	cidade médio porte - Nova Friburgo-RJ	famílias de classe média	individual	4	5
Escola 2 - rede privada	cidade médio porte - Nova Friburgo-RJ	famílias de classe média	grupo (com posterior realização de uma oficina)	3	3
Espaço educacional 1- rede pública	cidade grande porte - Rio de Janeiro. Favela próxima ao centro da cidade	famílias de baixa renda	grupo	2	2
Escola 3- rede privada	cidade grande porte - Rio de Janeiro.	famílias de baixa renda e de classe média/alta	individual	4	6
Espaço educacional 2 - Instituição privada de assistência social	bairro distante 17km do Rio de Janeiro	famílias de baixa renda	individual	5	3
Espaço educacional 3 - ONG	cidade grande porte - Rio de Janeiro.	famílias classe média e baixa renda	individual (com posterior realização de uma oficina)	1	4
Espaço educacional 4 - ONG	cidade grande porte - Rio de Janeiro. Morro próximo à Zona Sul	famílias baixa renda	grupo	1	3
Total				20	26

Fonte: próprio autor

Quadro 2 – Computo de repostas à perguntas diretas do questionário:

2.a Ouve rádio?

Sim: 23	Não: 15	As vezes: 7
---------	---------	-------------

2b. - Gosta de ouvir rádio?

Sim: 25	Mais ou menos: 11	Não: 6
---------	-------------------	--------

2c - Quem liga o rádio?

Mãe: 24	Pai: 19	A própria criança: 15	Outros: avós (7); irmãos (4); tia (5); motorista da van (3); empregada/babá (3); cunhado (1); pai de amigo (1); prima (1).
---------	---------	-----------------------	--

2d. - Suportes para escuta de rádio:

Aparelho convencional: 26	Rádio no carro ou na Van: 18	Rádio no celular: 8	Rádio com CD: 3	Rádio na TV: 2
---------------------------	------------------------------	---------------------	-----------------	----------------

2e - Meios eletrônicos preferidos (algumas crianças citaram mais de um meio preferido)

Computadores e notebooks: 15	Tablets e Ipads: 13	Celular: 11	TV: 8	Consoles de jogos eletrônicos (x-box; DS, etc): 6	Rádio: 3
------------------------------	---------------------	-------------	-------	---	----------

Fonte: *próprio autor*

Não encontrei nenhuma citação à escuta de rádio via computador ou tablet⁶.

Dos 46 entrevistados, 23 responderam imediatamente sim à pergunta "você ouve rádio?". Ainda que essa escuta se revelasse ao longo da entrevista bastante diversa e algumas vezes pouco significativa, tomei a resposta positiva espontânea como um índice de extrema relevância, porque me pareceu indicar um reconhecimento explícito da relação com o meio: isso me diz respeito, sim, sou ouvinte. Sete disseram ouvir 'mais ou menos', ou 'meio'. A explicação para essa resposta se dava pelo reconhecimento de que era outra pessoa da casa (ou do cotidiano) quem ouvia, e isso implicava uma *escuta involuntária*. Durante as entrevistas, pude perceber que essa *escuta involuntária* também se dava entre aqueles que se declararam ouvintes, respondendo sim à pergunta, e entre aqueles que declaravam não ouvir (15). Entre os que declararam não ouvir, muitos tinham alguma opinião sobre o rádio, sabiam minimamente o que tocava e tinham contato com o veículo de alguma forma em seu cotidiano. Entre esses que responderam não ouvir, alguns pareceram

⁶Barros (2008, p.148) encontrou em dinâmicas que realizou para sua dissertação, com crianças de 5 a 6 anos, a descrição dos seguintes suportes para a escuta radiofônica : "desde o tradicional, o rádio à pilha, o rádio do aparelho 3 em 1 aos modernos como MP3, MP4, o rádio do celular, o rádio do carro e em alguns momentos até mesmo o rádio da internet. Demonstraram interesse não pelo seu formato, mas por tocar músicas".

ser mais refratários ao meio: 4 definitivamente não gostavam de rádio, outros 4 gostavam 'mais ou menos', ou 'um pouquinho'. Apenas um dos entrevistados não se manifestou a respeito da pergunta, e apenas três não tinham nenhuma opinião formada sobre o veículo rádio.

A partir desses cruzamentos de respostas posso dizer que 42 crianças, entre os 46 entrevistados, estabelecem relações de escuta com o veículo rádio, ainda que essas relações variem de um interesse legítimo a uma longínqua aproximação.

Entre as emissoras citadas nas entrevistas, encontramos as seguintes: Rádio Mix (5 citações); Rádio Globo (5 citações); MPB FM (2 citações); Sucesso FM (2 citações); Jovem Pan (2 citações); e, com uma citação cada: FM O DIA; Melodia FM; JB FM; Rádio Tupy; Beat 98; CBN; Paradiso e Melodia FM. Em três entrevistas apenas o FM foi citado. Nenhuma emissora do rádio AM, ou qualquer menção ao rádio AM foi feita.

Entre os 46 entrevistados, 20 mencionaram ouvir ou ver notícias ou jornal na TV (11) ou no rádio (12)⁷. Aqui cabe ressaltar que a palavra 'jornal' geralmente era associada à TV. Entre esses 20, a metade (10) afirmou gostar do que ouviam ou viam. Ainda assim, alguns confessavam não entender nada do conteúdo ouvido ou assistido.

O hábito de escutar música foi explicitado por 42 das 46 crianças que entrevistei. Essa escuta, que se dá em diversos suportes, teve também uma forte presença do rádio como fonte: 26 crianças mencionaram escutar música pelo rádio. Entre as 25 crianças que afirmaram gostar de ouvir rádio, 18 mencionaram a seleção musical como motivo dessa relação positiva. Entre as 11 que disseram gostar 'mais ou menos', 'um pouco', ou respostas similares, 8 afirmaram que gostam da música e não gostam de outro conteúdo (notícias, falatório). Em duas entrevistas encontrei crianças que gostavam mais ou menos do rádio e uma que não gostava por conta da seleção musical.

As entrevistas indicaram que o conteúdo radiofônico com o qual as crianças mais se relacionam é a música. No entanto, buscar o rádio como fonte de escuta musical não significa, necessariamente, receber influência e formação musical por parte do veículo. Isso porque, ainda que as mídias de massa permaneçam um importante aliado da indústria musical, em um mundo onde a multiplicação de suportes de escuta é constante e cada vez

⁷Em geral a produção brasileira de recursos em áudio ou rádio para crianças e, poderia dizer, a produção audiovisual para crianças, não se preocupa em promover a divulgação de notícias ou informativo para elas. Cabe lembrar aqui de Walter Benjamin, que produziu uma série de programas radiofônicos destinados a discutir com as crianças as questões de seu tempo. Atualmente, a School Radio da BBC produz informes de questões contemporâneas voltados para crianças. Na Rádio MEC AM há também um programa de cinco minutos '*Perguntar e pensar*', destinado ao público infanto-juvenil com destaque para questões de comportamento; segundo a descrição do programa, ele aborda "questões psicanalíticas infantojuvenis". O programa é produzido em parceria com a Sociedade Brasileira de Psicanálise.

mais acessível a pessoas de todas as idades e estratos sociais, a formação de gosto, necessariamente, se complexifica.

Mediações

Maura⁸ não ouve rádio. Assim ela me contou. Mas no meio de sua entrevista ela falou de seu avô, com quem passa algumas tardes. O avô de Maura é ouvinte de rádio. Há dias em que ele, quando está cansado, faz um café, liga o rádio e se deita na cama. "Eu também já fiz isso com ele", ela me diz. Pergunto se nessa hora ela gostou de ouvir (se pudesse perguntaria se gostou dessa experiência de escuta); ela responde que sim, "até dormir". Na paisagem sonora⁹ cotidiana da menina, esse rádio não é frequente, assim, se pensarmos na constituição de sua *textura da experiência*, o papel do conteúdo do veículo não aparecerá como relevante para sua interseção com o mundo adulto (a partir dos assuntos do noticiário, por exemplo), para seu aprendizado moral, ou para sua formação de gosto. No entanto, a atitude de seu avô lhe ensina um comportamento de escuta, a experiência que compartilha com ele em sua casa é uma experiência formadora, como diz Silverstone (2005, p. 174) uma experiência da casa como um espaço mediado, "*e da mídia como um espaço domesticado*".

A partir das entrevistas realizadas pude perceber que a apropriação que cada núcleo familiar dá ao veículo rádio em suas rotinas, lugares e tempos em que o acionam, será bastante determinante na relação que as crianças estabelecem com ele: Janaína usa como trilha sonora do seu banho, como fazem sua mãe, pai e irmãos mais velhos; Alberta tem o tempo de seu almoço marcado por essa escuta, por escolha da mãe; Érico, e tantas outras crianças que compartilham da rotina matinal de mães donas de casa, convive diariamente com os personagens e quadros de uma emissora generalista, e aprende, a partir da interação que a mãe proporciona, palavras, comportamentos e canções novas; outras tantas aprenderam a se divertir com o rádio, seja em suas casas, seja nos carros e vans do trajeto casa-escola; outros o tomam como ferramenta para alterar o tempo: fazer com que ele passe sem se arrastar, driblar o tédio, imprimir uma pulsação ao tempo. De diversas formas os relatos de meus entrevistados mostraram que o rádio ocupa seus *territórios sonoros*. Essa

⁸Os nomes das crianças entrevistadas foram alterados para preservar suas identidades.

⁹Schafer (1991, p.13) usa a palavra *soundscape* para se referir ao "ambiente acústico". O termo procurava destacar os sons do ambiente para que pudéssemos pensar e agir sobre eles: "somente através da audição seremos capazes de solucionar o problema da poluição sonora. Clariaudiência nas escolas para eliminar a audiometria nas fábricas. Limpeza de ouvidos, em vez de entorpecimento de ouvidos. Basicamente, podemos ser capazes de projetar a *paisagem sonora* para melhorá-la esteticamente - o que deve interessar a todos os professores contemporâneos".

presença tem densidades e sentidos diversos. A relação das crianças entrevistadas com o rádio se mostrou em grande parte determinada pela maneira como cada casa e cada família se apropriam do veículo e pelo grau de interlocução que estabelecem a partir de seu hábito de escuta. Das quatro instâncias formadoras que a pesquisa se preocupou em pensar em relação ao rádio – a família, a escola, a igreja e outras mídias – a família se destaca como a principal instância formadora que influencia os hábitos de escuta. O pertencimento a alguma agremiação religiosa e o hábito de ver TV apareceram também como motivadores da escuta e interesse por emissoras ou conteúdos do rádio. Já a escola não figurou em nenhuma entrevista como relacionada ao rádio, nem como motivadora de escuta, nem como exercício de linguagem, nem com exercício crítico.

Resultados gerais da análise das entrevistas

Para a maioria das crianças entrevistadas o rádio apareceu como uma mídia dos adultos, mas, alguns depoimentos, notadamente das meninas mais velhas que entrevistei, ou das crianças que têm irmãos adolescentes, me fazem pensar que há um uso adolescente do veículo (diferente do infantil e do adulto) que é, aos poucos, aprendido pelas crianças. Esse uso aponta para a escuta de emissoras que pensam sua programação a partir de assuntos e trilhas sonoras consideradas pertinentes ao universo dos "jovens", como a 'Jovem Pan' ou a 'Rádio Mix'. Para as crianças que compartilham o hábito com os adultos, o rádio é mais facilmente apropriado quando faz parte intensamente de seu cotidiano familiar, e conforme alguns de meus entrevistados me disseram, essa cotidianidade faz com que acabem por gostar do veículo – "gosto por que me acostumei". Ele se torna divertido, interessante e positivamente significativo quando essa escuta é compartilhada positivamente com um adulto ouvinte, ou quando toca um repertório que previamente já faz parte do universo de interesses da criança.

Ainda que muitas crianças tenham indicado gostar ou achar divertido o conteúdo do rádio, ouvi críticas ao veículo que questionavam o formato do aparelho (problemas com os botões de volume, dificuldade com os visores), sua usabilidade (não poder escolher o que se quer ouvir, ter que esperar pela música que quer), e a linguagem das emissões (muitas repetições, a mesma voz falando sem parar). Por fim, cabe ressaltar a questão da autonomia – de poder decidir o que escutar, assistir, fazer – apontada muitas vezes como principal motivo na escolha da mídia de preferência, uma das perguntas do questionário. Não por

acaso, as mídias mais indicadas como preferidas foram celulares, computadores e tablets. Outros motivos foram citados para essa preferência: dá pra fazer várias coisas ao mesmo tempo; mais moderno; mais variado. Esse quadro é bastante coerente em relação à mudança no padrão de usos de mídia que estamos experimentando na contemporaneidade: uma lenta e gradual substituição das mídias de massa (rádio, TV), por mídias que permitem um uso mais individualizado de seus produtos, que permitem a comunicação interpessoal, a escolha sob demanda, a produção e divulgação de conteúdos produzidos pelos usuários.

Ainda assim a mídia de massa, o rádio aqui incluído, parece ditar o que se vai ouvir/escolher nas mídias individualizadas – apesar de todo um universo de escolhas disponível, os artistas mais presentes na TV, as trilhas dos filmes mais assistidos, as músicas tocadas nos programas de TV preferidos, os sucessos repetidos pelas emissoras de rádio que escutam, parecem ser os que ganham o status de preferidos, e que serão acionados nos celulares, tablets e computadores, colocando em cheque o grau de autonomia que as crianças pensam ter.

A partir da análise das entrevistas posso afirmar que a mídia rádio faz parte do cotidiano das crianças que participaram da pesquisa; que a relação delas com o veículo é quase sempre mediada, ainda que algumas crianças acessem espontaneamente o veículo; a casa continua sendo o espaço onde se dá o acesso mais frequente ao rádio, seguido dos carros; meus entrevistados sabiam identificar o conteúdo oferecido pelo rádio e tinham opiniões sobre esse conteúdo; poucos dentre eles, no entanto, reproduziam espontaneamente esse conteúdo – palavras, expressões, músicas ou vinhetas; o suporte mais citado foi o rádio convencional; a TV é a mídia que mais contribui para a escuta radiofônica; eles escutam rádio durante suas atividades matinais, para ajudar a passar o tempo nos traslados casa-escola, e também como fonte de escuta musical, especificamente. O conteúdo das emissões radiofônicas é relevante para formação de gosto de uma parcela de meus entrevistados; esse conteúdo dialoga com outras fontes/instituições, fundamentalmente a igreja, a TV e a família; momentos dedicados à escuta estão presente em espaços cotidianos, ainda que essa escuta seja fragmentada e, de certa forma, condicionada; o exercício da escuta (não a radiofônica) está presente em espaços educacionais, porém de forma pouco crítica e pontual.

Considerações finais

As entrevistas realizadas por esta tese ajudam a corroborar o que outras pesquisas, brasileiras e estrangeiras, já tinham demonstrado: crianças se interessam pela mídia rádio. Meus dados também apontam que essa escuta é muito pouco percebida e acompanhada pelos adultos; isso vale também para escuta musical. As consequências dessa invisibilidade se fazem sentir de diversas formas: na falta de políticas públicas que atuem em relação à concessões de emissoras destinadas a esses ouvintes; na falta de fiscalização de conteúdo e de classificação indicativa para as emissoras de rádio; na ausência de debates sobre essas referências nos espaços formadores e por parte das famílias. É de se notar, também, que a preocupação com os efeitos e consequências da escuta radiofônica não figure nos estudos sobre mídia e educação, que, em sua maioria, privilegiam a TV, e, mais recentemente a internet. No caso desses dois meios – inegavelmente muito importantes para formação das crianças na atualidade – há extensa bibliografia e pesquisas que podem ser citadas, a começar pelos trabalhos desenvolvidos pelo GRUPEM¹⁰ e pela rede de pesquisas multinacional Kids Online.

Sintomático, neste caso, é que o único trabalho encontrado na pesquisa bibliográfica realizada para esta pesquisa que aborda a perspectiva de uma preocupação com os conteúdos apreendidos e formas de escuta das crianças frente ao rádio, tenha sido publicado na década de 1950 (HOLZAMER, 1956).

Além da constatação de que há uma audiência infantil, pude também discutir aqui algumas premissas sobre a relação entre crianças e a escuta na contemporaneidade, entre elas o suposto desinteresse que teriam em mídias e conteúdos exclusivamente auditivos, e, por conseguinte uma incapacidade de emprestar seus ouvidos e atenção a esse conteúdo. Essas suposições acabam por justificar a falta de investimento em projetos de radiodifusão para o público infanto-juvenil; bem como a ausência de uma política que incentive produções em áudio com finalidades educativas; ausência de controle sobre os conteúdos ofertados; ausência de preocupação das instâncias formadoras com estes conteúdos. São essas premissas equivocadas e suposições, que, somadas à questão do modelo de negócios da radiodifusão – como Haussen (1988) já tinha apontado em sua dissertação – acabam por tornar raras as produções em rádio para crianças, ou por dar pouca visibilidade àquelas que existem. Assim, um vasto campo de possibilidades de produção e atuação, que poderia contribuir de forma mais efetiva para o enriquecimento das paisagens e territórios sonoros

¹⁰Grupo de Pesquisa Educação e Mídia . Endereço eletrônico: <http://grupem.pro.br/>

da infância, é pouco ou nada aproveitado, ainda que haja tanto por fazer no sentido de ofertar contrapontos que possam enfrentar a potência conformadora de escutas a que os ouvidos infantis seguem expostos.

Ignorar essa relação, essa escuta, nos faz continuar sem resposta para perguntas tais como: de que forma provocar o interesse por escutas diferentes daquelas já assumidas pelas crianças como suas 'zonas de conforto?'; de que forma o rádio, e outras instâncias de formação (escola, família, órgãos reguladores da educação e da comunicação) podem contribuir para essa tarefa?

Referências bibliográficas

BALSEBRE, Armand; PERONA, Juan; FAJULA, Anna; BARBEITO, Mariluz. **The Hidden Radio Audience in Spain: Study on Children's relationship with the Radio.** Journal of Radio & Audio Media, 18:2, 212-230. 2011.

BARROS, Josemir Almeida. **Rádio e educação: de ouvintes a falantes, processos midiáticos com crianças**. Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2008.

BARTHES, R. **Lo obvio y lo obtuso: imágenes, gestos, voces.** Barcelona: Paidós, 1995.

DUARTE, Rosália. **A televisão pelo olhar das crianças.** São Paulo: Cortez, 2008.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio – O veículo, a história e a técnica.** Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 2000.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Rádio: ouvido pelas crianças e sem controle.** s/página; s/autoria. Matéria publicada em 05/05/2004.

HARTMANN, Maren. **Everyday Domestications of mediatization or mediatized domestication?** In K. Lundby (ed.) Mediatization: Concept, Changes, Consequences. New York: Peter Lang. 2009.

HAUSSEN, Dóris Fagundes. **Rádio e criança: um estudo sobre a ausência de programação infantil nas emissoras de Porto Alegre.** Dissertação apresentada à Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. 1988.

HOLZAMER, Carlos. **A criança e o rádio.** Título original: Kind und Radio. Ernest Klett Verlag. São Paulo: Edição Paulinas. 1956

Enciclopédia INTERCOM de Comunicação - Volume I - Conceitos. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação Intercom, 2010.

MARTIN-BARBERO, J. **América Latina e os anos recentes**: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton (org.) *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

_____. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

OBICI, Giuliano. **Condição da Escuta**. Mídias e Territórios Sonoros. Rio de Janeiro: 7Letras, 2008.

SCHAEFFER, P. **Tratado de los objetos musicales**. Madrid: Alianza Editorial, 1996.

SCHAFER, Murray. **O Ouvido Pensante**. Tradução de Marisa Fonterrada. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1991.

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a Mídia?** São Paulo: Loyola, 2005.