

Mídia, subjetividade e resistência: a escritura do adolescente

Media, subjectivity and resistance: the charter in an adolescent

Medios de comunicación, subjetividad y resistencia: la escritura del adolescente

Marcelo Moreira Cezar

Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), Barcelona, Espanha.

Roberta Fin Motta

Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, RS, Brasil.

Resumo

Este artigo analisa alguns discursos que operam na subjetividade de adolescentes que moram em uma comunidade em situação de vulnerabilidade social. Por meio das narrativas, foi analisada a influência da mídia na subjetividade em adolescentes que ouvem e se apropriam de mensagem emitida pelo rádio. Para isto, formou-se um grupo focal com nove adolescentes entre 12 a 15 anos. Baseia-se na análise de discurso e aspectos culturais inspirados nas obras de Jesús Martín-Barbero, Félix Guattari e Gilles Deleuze, a fim de possibilitar diálogos interdisciplinares em relação à influência da mídia. Os discursos analisados apontam para práticas de individualização e de resistência, relacionadas ao: consumo de programações e de músicas, como formadores da subjetividade do adolescente. A pesquisa sinalizou para os efeitos da influência do rádio no cotidiano do adolescente e a forma de seus usos. Destacando-se para novas modalidades de compreensão dos sujeitos através da interdisciplinaridade entre psicologia e a comunicação.

Palavras-chave: Mídia; Rádio; Adolescente; Psicologia.

Abstract

This article analyze some discourses operating in the subjectivity of adolescents that live in an area of social vulnerability. Trough the narratives, the media influence in subjectivity was analysed in adolescents that listen messages about radioand appropriate. Thereunto, was formesa focal group with nine adolescents between twelve and fifteen years. Based in discourse analysis and cultural aspects inspired in the works of: Jesús Martín-Barbero, Félix Guattari and Gilles Deleuzein order to provide interdisciplinary dialogues around media influence. The analysed discourses point to practices of individualization and resistance, associated to: programs consumption and music, like a subjectivity constructor. This research point-

ed to daily influence of radio and effects on the adolescents, based in a form of uses. Highlighting, new compression modalities of subject trough interdisciplinary context between the areas of communication and psychology.

Keywords: Media; Radio, Adolescent; Psychology.

Resumen

Este artículo analiza algunos discursos que operan en la subjetividad adolescente que viven en una comunidad en situación de vulnerabilidad social. Por medio de narraciones, se analizó la influencia de los medios de comunicación en la subjetividad en adolescentes que oyen y se apropian de mensajes emitidos por la radio. Para eso, se formó un grupo focal con nueve adolescentes de 12 a 15 años. Con base en el análisis de discurso y en los aspectos culturales inspirados en las obras de Jesús -Babero, Félix Guattari y Gilles Deleuze con el fin de proponer diálogos interdisciplinarios relacionados con la influencia de los medios de comunicación. Los discursos apuntan para prácticas individuales y de resistencia relacionadas al consumo de programas y de músicas como formadores de la subjetividad. La investigación señaló efectos de la influencia del radio en el cotidiano del adolescente y las formas de usos de estas comunicaciones. Se destacan nuevas modalidades de comprensión de sujetos a través de interdisciplinariedad entre psicología y la comunicación.

Palabras Clave: Medios de Comunicación; Radio; Adolescente; Psicología.

Introdução

Este artigo aborda os atravessamentos ocasionados pelas invenções tecnológicas refletidas na subjetividade de adolescentes, e decorre de uma pesquisa com um grupo de adolescentes que vive em uma comunidade em situação de vulnerabilidade social, na cidade de Santa Maria/RS, Brasil. Esta pesquisa discute a dimensão e a influência do rádio na formação de subjetividade, da mesma forma que envolve a

conduta e o meio de comunicação de massa no cotidiano daquela comunidade. Com isso, trabalha-se com o pressuposto de produção de sentidos atribuído pelos adolescentes para os meios de comunicação. Esta discussão da questão da “vulnerabilidade social” está entrelaçada ao papel da cultura de massa, que visa ao contato de moradores de regiões mais longínquas para captá-los.

Assim, o aforismo “adolescente” está voltado ao Estatuto da Criança e do

Adolescente (ECA) em uma faixa etária que abrange dos 12 aos 18 anos de idade (Brasil, 1990). Porém, leva-se em conta que a fase da adolescência pode ser compreendida como uma construção social moderna, representando uma possibilidade de emergência com novas referências e padrões identitários (Levisky, 2005). A discussão para o desenvolvimento destas prerrogativas tem embasamento referencial com ênfase na área de investigação interdisciplinar, na qual o objetivo é compreender a influência presente na mídia, em especial no rádio, e como ela é apropriada pelos adolescentes.

Para isso transita-se através de interlocutores teóricos como Jesús Martín-Martín-Barbero (2009), Gilles Deleuze e Félix Guattari (1997), Félix Guattari (2004), David Léo Levisky (2005), Nilda Jacks (1999), Ana Carolina Escosteguy (2005), Suely Rolnik (1989, 1996), dentre outros. Essas discussões possibilitam diálogos centrados na influência da mídia no público adolescente, proporcionam conceitos acerca de si, além de contribuir para a discussão da temática dentro de uma esfera social.

Em função disso, as intensas transformações tecnológicas que envolvem a sociedade e ressonam especificamente sobre o público adolescente, que, para Levisky (2005), adolescência pode ser enten-

didada como um processo que ocorre durante o desenvolvimento evolutivo do indivíduo, também pode ser considerada um como um período de transição do estado infantil para o estado adulto. Para o mesmo autor, é necessário uma compreensão que envolva aspectos biológicos e psicológicos neste processo, sobretudo os modos de vida e os costumes do adolescente. Na perspectiva de Donzelot (1986), esta compreensão aparece na transitoriedade entre infância e a preparação para a idade adulta. Em meio à adolescência e à formação de subjetividade, que neste escrito é utilizada como um conceito que não é constante tampouco imutável, é produzida na relação constituída e modelada no âmbito social em que diz de um reconhecimento de pertinência em um corpo coletivo e social, e que faz parte das relações plurais entre os adolescentes (Rolnik & Guattari, 1989).

Com isso, a relação do uso do rádio como *mass media*¹ proporciona uma matriz de contradições e reapropriações dos estímulos, a partir do adolescente, que realça os poderes de afetar e ser afetado, além de provocar apropriações pelos. Desta forma, as apropriações emergem de conteúdos midiáticos em que o sujeito se articula com os processos de mudança na ordem social, relativos à produção de subjetividade (Martín-Barbero, 2009).

Esta pesquisa entra em xeque, sobretudo, na condição egotista, do universo tecnológico e da experiência sensorial territorializada² referente ao que o adolescente identifica-se e (re)apropria-se de si. Assim, não há uma premissa que guia a presente pesquisa, mas estabelece a sua emergência acerca do objetivo deste trabalho, que não é formular um conceito, mas apropriar os sujeitos a certas condições em que foram transformando em objeto-alvo de perspectivas modelizadoras (Pal Pelbart, 2000).

Inicialmente, neste artigo é realçada a perspectiva de resistência à influência da mensagem emitida pelo viés do rádio, em estratégia de significação por quem escuta e o sentido produzido sobre as lógicas de valores. Ou seja, esta produção de sentido que está centrada em máquinas³ de produção em massa, isto é, na interação entre o contexto social e a mensagem veiculada. Na sequência, analisa-se como a constituição da subjetividade do adolescente está ligada à oralidade, na inscrição de afetos em meio à massificação às avessas aos usos dos conteúdos pré-fabricados. Por fim, analisa-se como o adolescente resiste a um ideal de consumo e cultural, embasado por alguns discursos sobre as gratificações musicais a serviço da cultura (Escosteguy, & Jacks, 2005).

Método

Percorso para a formação lógica da produção

Este artigo fundamenta-se em ferramentas metodológicas apoiadas na análise dos discursos sociais (Jacks, 1999) e nos estudos de recepção latino-americanos (Escosteguy, & Jacks, 2005) sobre o sujeito ativo no processo comunicacional. Parte-se do pressuposto que os objetos adquirem sentido através do processo de formação e transmissão de crenças, conhecimentos, comportamentos e outros valores socialmente validados, agenciados pela mídia dentro de um determinado contexto diacrônico. Além disso, tem-se como ponto de partida a hipótese, de heterogeneidade enunciativa que se manifesta, por Bakhtin (2000), em dois níveis: o da heterogeneidade quando apresentada em um texto se reporta ao que há em cada fala e na enunciação de cada voz, neste artigo destacado por aspas; e o da heterogeneidade constitutiva, pela ideia de discursos preexistentes sem que, propriamente, sejam citados. Assim sendo, para a análise de discurso, cada texto deriva de um gênero de discurso e, para cada gênero, produz-se o que se denomina dispositivo de enunciação, para esclarecimento dos diferentes “posicionamentos ideológicos”, “posições enunciativas”.

vas”, ou, ainda, “lugares de fala” (Bakhtin, 2000).

No cenário da comunicação de massa, ressurgiu a necessidade de resgatar a complexidade da vida cotidiana, onde se dão as mediações como espaço de produção de sentido, conforme apontado por Martín-Barbero (1995). Resgate no sentido de pensar os meios de comunicação em termos de conhecimento, desconhecimento e reconhecimento no uso e na relação com o social, a fim de estabelecer relações entre o concreto e o abstrato, entre o geral e o particular acerca dos dados analisados como realidade, ou seja, em sua materialidade pura e simples de coisas ditas em determinado tempo e lugar, sendo constitutivos de sujeitos e modo de existência (Martín-Barbero, 2009; Fischer, 1997).

Buscando compreender os processos que os adolescentes estabelecem com a sociedade, recorre-se à compreensão sobre como o consumo midiático, em especial no rádio, é apropriado pelos adolescentes. Considera-se, neste sentido, que a cultura de massa tende a integrar os temas dissonantes da adolescência, fornecendo-lhes modelos ao mesmo tempo em que tende a minimizar seu próprio dinamismo adolescente. A ação prática dos grandes temas identificatórios da cultura ocidental (amor, felicidade, valores privados, individualismo) é mais intensa na adolescência que,

reciprocamente, experimenta os apelos do mundo moderno e reorienta os meios de comunicação (Levisky, 2005).

A partir dessas ponderações, neste estudo tomou-se a técnica de grupo focal, conforme Romero e Scarparo (2008), consistindo na participação de uma sessão grupal de nove participantes, demonstrando quanto os meios de massa interferem na vida dos adolescentes, os quais foram escolhidos por conveniência, e vivem na região leste e periférica da cidade de Santa Maria/RS, Brasil, de ambos os sexos e com idades entre 12 e 15 anos.

Para a condução da entrevista, conforme Bauer e Gaskell (2007), foram utilizados perguntas convidativas de situações cotidianas relacionadas ao tema do rádio, como também questões que provocassem informações contextuais para entendimento das posições discursivas dos entrevistados. O início da pesquisa se deu mediante a aprovação pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Centro Universitário Franciscano - CEP/UNIFRA e a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, pelos pais ou responsável legal pelos participantes, sobretudo esta pesquisa respeita as normativas propostas na Resolução 196/1996 (Brasil, 1996).

Ao mapear os enunciados e as possíveis relações, além dos modos como tais discursos operam no cotidiano dos adoles-

centes, emergiram questões como: “A rádio da alegria”: os fluxos incandescentes da formação de massa, desdobrando-se em uma subcategoria chamada de “A rádio de louco”: a resistência na adolescência, e uma categoria denominada de “Todo mundo gosta”: archi-escritura de um povo. As duas categorias gerais aludindo aspectos e características comuns que se relacionam entre si.

“A Rádio da Alegria”: os fluxos incandescentes da formação de massa

A com(unica)ção⁴ pode ser pensada como um efeito a ser causado sobre o receptor, sendo o alvo da influência os processos resultantes de interações dos modismos mediados. E, ainda, pensada como tentativa de individualização pela via de chegada de mensagens, tratando, assim, cada indivíduo como exclusivo consumidor de determinado produto, consistindo em práticas sociais e apropriações de efeitos, conforme a recepção da narrativa pela audiência. Dessa forma, o conteúdo pode moldar e interferir no modo de ser dos seus ouvintes na construção de identidade e ajustamento social, a partir de propostas expostas pelos meios de massa; tratando-se, pois, de questões que serão discutidas na relação com as falas expressas pelos

participantes que estão registradas nos parágrafos seguintes.

Ao discutir sobre as emissoras de rádio que eram usualmente sintonizadas pelos adolescentes, o Participante 5 exclama: “Medianeira FM, a rádio da alegria!”, em que pode ser comparado com o significado de uma propaganda de uma *mass media*, ou um emissor. Ou seja, em vias de estratégia de significação, embora alternativa e defensora das condições particulares de quem escuta e o sentido universal do aparelho que emite suas lógicas de valores e sentimentos. Conforme discutido por Rolnik (1989), há distribuição de papéis entre os modelos de aspectos tanto do trabalho e da vida econômica quanto da cultura. E como geradores de relações sociais as leis, os costumes e as práticas passam por procedimentos de escritura econômica que podem variar no prisma da conservação e da ordem social.

A fala expressa pelo Participante 1: “Filha, onde você está? Aonde você vai?” refere-se à possibilidade de a mãe controlá-la através da programação do rádio. Na forma de que a escuta gera um território de existência que poderia servir como o controle entre os ouvintes dentro da programação de uma emissora, servindo como um dispositivo mediador de comunicação. Com isso, Guattari (2004) propõe que as relações entre as pessoas podem ser carac-

terizadas pelo seu enredo geracional, pois seus modos de vida refletem a realidade do capitalismo. E este reflexo torna a plataforma do rádio um objeto de pura contemplação do ouvinte, que se torna um instrumento de unificação quase que invisível pelos adolescentes (Guattari, 2004).

Nessa perspectiva de controle, ajustamento e significação, a produção de sentido está centrada em agentes individuais, no caso os clientes que são produtores de audiências. Como no caso evidenciado pelo Participante 2, quando se refere às emissoras: “Às vezes na 97.7 FM ⁵ quando eu escuto dá sempre as mesmas músicas”, ainda para o Participante 2: “eu escuto 100.9 ⁶” [...] “É a medianeira FM”, e o Participante 1: “Eu escuto lá aquele pampa tchê⁷”, citando três disposições de emissoras de comunicação. Infere-se, segundo Guattari (2004), que o lucro no sentido capitalístico é produtor de poder subjetivo, na posição de consumidor de uma programação, de um estilo musical ou de uma emissora. Em contraponto, Rolnik e Guattari (1989) propõem que o modo de vida do adolescente, que esta constantemente em busca pela individualização, faz com que se transite entre os extremos: alienante e opressor. Nesta perspectiva os componentes para subjetivação que são apropriados podem ser sugeridos pelo rádio. Com isso, os componentes de subjetivação se

apropriam segundo um processo de singularização com determinada proposição por parte da mídia, que circula entre opressor e oprimido (Deleuze, 1997a).

Com isso percebem-se no decorrer da pesquisa algumas formas de resistência e unidimensionalidade referente ao estado social⁸. De certo modo alienante, assim que semióticas⁹ de modelização referente a produção de subjetividade que permutam pelo cortejo e pela valorização de acontecimentos. Conforme a fala do Participante 1 que se refere ao desejo e à realidade de suas escolhas: “Depende do humor da gente!”, e Participante 2: “Às vezes a gente pode acordar triste, acordar mal-humorada” [...] “Quando eu tô triste não escuto!”. Para tanto, Deleuze (1997a) afirma que o espetáculo centra-se na separação medida de mensagens, que vastamente contemplam a visão de uma só produção: “o consumo” – Participante 1: “Ah! eu escuto e, daí, me alegro bem rapidinho”.

O que chega através da mídia, segundo Rolnik (1996), não são apenas ideias, mas de um lado “máquina” produtora de controle social e, de outro, uma instância psíquica e a maneira de perceber o mundo, conforme a fala de Participante 1 ao se referir a uma música é reconhecida dentro do território de uma programação: “Como um toque de mágica!”. Guattari (2004) prediz que o pensamento de massi-

ficação como algo que “parasita” cada ouvinte, cuja missão é preservar o autêntico de cada audiência, a inclinar-se para a dominação social às induções de uma classe favorecida. Deleuze e Guattari (1997b) e Martín-Barbero (2009) associam e articulam elementos para a adaptação, ressaltando valores e concepções em virtude de uma legitimidade cultural, que permite que o ouvinte exista e seja manipulado.

Decorrente das ideias de influência e de resistência na formação de massa e dos aspectos das formas emitidas pelo rádio discute-se nos parágrafos seguintes a enunciação da forma adolescente e as descobertas de si, referentes a uma subcategoria com ênfase ao que se refere à produção de subjetividade.

“A rádio de louco”: a resistência na adolescência

Frente ao transitório e aos posicionamentos aos objetos da comunicação, discute-se a constituição da subjetividade na via da singularidade do adolescente, em que a subjetividade está a serviço da experiência de autonomia e de construção de identidade própria, sobretudo a serviço da resistência e produção de modos vida. Ao passo que esta resistência do adolescente instaura a oralidade na inscrição de afeto territorializados dentro de uma pro-

gramação de rádio. E a (re)descoberta de si na transição que compreende a fase do adolescente imbricado no viés da “*mass media*”. Pode ser visível através de falas expressas, nos parágrafos seguintes, pelos participantes do grupo, referente a esta pesquisa.

O modelo para a identificação dos adolescentes de hoje parte de um identitário atravessado pela fala. Da mesma forma em que o Participante 1, quando ele se refere a determinada programação e a identifica como a “*rádio de louco*”, segundo ele, a emissora tem uma programação que não o convence. Então, pode-se inferir que, nesta perspectiva, inclina-se ao discurso como produtor de subjetividade. Neste caso, pelo individualismo o sujeito provará a autonomia dos modos de vida, referindo as mensagens lançadas aos receptores ativos de conteúdos, estes que são resultantes da massificação e do produtor de desejo, conforme Guattari e Rolnik (2006).

Dessa forma, o indivíduo capturado pelo peso das incorporações massivas dos equipamentos, irrompem as formas políticas de posicionamento frente ao novo objeto que implica em sustentação de subjetividades. Objetos que estão carregados de desejos pelas invenções tecnológicas, como exposto por Participante 1 sobre a emissora: “Atlântida¹⁰ [...] e o locutor João Carlos Maciel¹¹”, referindo aos usos dos

conteúdos emitidos pelo rádio, compondo agentes de produção de sentidos aos discursos das diferentes audiências (Escosteguy, & Jacks, 2005).

Com isso, a produção de sentido pode ser traduzida pela via da escrita e está relacionada com a tentativa de resistência à captura pelo produto midiático. Ensaçando sobre a criatividade nas formas de transgressão e a busca de singularização em meio à massa, como expresso nas falas dos adolescentes apresentados nos próximos parágrafos.

A escrita converte-se em uma prática de descrição de identidades e de “instrumento” de resistência à incorporação massiva, levando ao mundo adolescente a arte de transcrever a fala. Também a dimensão e a forma de um meio de comunicação transformando-o em agente de transmissão de informação, pois envolvem em si as interfaces entre o meio e o subjetivo adolescente. Desse modo, para Guattari (2004), o escritural é trabalhado pela oralidade na inscrição de afeto desterritorializado a partir de percepções, a fim de dar “voz” ao discurso interior e com a presença de si no que se pode ser mais padronizado. Ou seja, uma redescoberta de “si” no meio da “multidão”. O Participante 2, ao ser impulsionado pelo âmbito musical e ao escutar a programação de rádio diz: “*Escrevi uma música!*”, frase que ensaia uma

forma particular de resistência, pois o espaço econômico imposto está possibilitando a fabricação de um espaço literário, privando o sujeito de seu “personológico¹²”.

Assim, a mídia não só influencia nos modos de subjetividade, mas também cria e contribui para a criação de subjetividades. E a “formação de si” está diretamente relacionada às experiências que o sujeito faz em um jogo de verdade em que é fundamental a relação “consigo” e com o “meio” (Moreira, 2009). Assim sendo, é a mídia que se configura como a experiência de constituir “novos” agenciamentos – componentes da ordem e máquina¹³ – na produção de discurso e padrões de vida que é modelada ao consumo da máquina capitalística¹⁴ (Guattari, & Rolnik 2006).

A escrita se propõe a um ato de resistência a massificação dentro desta lógica de padronização. Assim, esta escrita de si resiste, também, a generalização das audiências que são impostas pelas programações do rádio. E problematiza a e incansável busca do ter para ser e, principalmente, o uso dos produtos de si no mundo do adolescente.

***“Todo mundo gosta”*: a archi-escritura¹⁵ de um povo**

A escrita possibilita ao imaginário do autor singularizar-se em meio ao molde padrão do “ser”, considerando que as palavras são antecipadas, ou seja, já foram escritas ou ditas. Discute-se, nos parágrafos subsequentes, a perspectiva proposta pelo rádio, na padronização do consumo e do uso das programações feitas pela audiência.

Junto ao modelo de consumo, a padronização das escolhas inviabiliza realizar escolhas legítimas, sobretudo ao proporcionar uma música que, ao ser ouvida, sem estranhamento, ressona a totalidade, chegando a tornar-se de uso popular e permitindo o reconhecimento cultural pelos sujeitos. Realçada pela música a forma de se relacionar com o consumo e o conteúdo transmitido, ao inferir: capital, consumo e produção de desejo; a ressonância que concerne ao discurso expresso pelos adolescentes pela via do consumo.

Neste contexto, o uso do rádio condiz com a consumação dos meios, formando subjetividades moldadas, agregadas no plano de consistência¹⁶ apontadas do consumo das programações. Esses meios, que surgiram como temática trazida pelo grupo e baseada nos modelos de produção desejante, tendo como fundamento a música,

como no caso da fala do Participante 1 no momento em que as preferências por estilos musicais dentro das programações surgem: “rock”, no discurso do Participante 2: “sertanejo”, do Participante 3: “pop”, Participante 4: “funk” e na fala do Participante 5: “pagode”. Jacks (1999) observa que as músicas manejam com enunciados que trazem consigo potencialidades, como forma de aconselhamento e apoio, na forma de modelagem de estilos musicais com o papel e expressão de emoções no cotidiano de cada singularidade, por intermédio da identificação do adolescente com o conteúdo da música.

Contudo, a afirmação da aparência de toda vida social, sendo o consumo e a influência derivadas da modelização, e, de acordo com Rolnik e Guattari (1989), constituintes da dimensão do capital e da realização pessoal. A busca do “ter” e do “parecer” para realização singular na vida social e ter-se prestígio, especificamente, naquilo que não se é (Debord, 2003), onde o mundo converte-se em imagens formando os “seres reais”. Conforme proposto por Deleuze e Guattari (1997b), que, por meio de dispositivos produtores de discursos como: Participante 5 ao se referir e justificar a preferência pelo estilo musical sertanejo: “*Todo mundo gosta*”, Participante 1: “*Quem não gosta de sertanejo?*”, Participante 2 quando se refere a uma emissora:

“Ei, só música boa lá”, consolida-se a apropriação dos produtos baseados nos gostos pessoais, que prevalece sobre o valor do uso e da troca de mensagens. Neste caso, o Participante 1 quando afirma que a emissora não é de sua preferência, porém traz questões que permitem a identificação dentro da programação: “Eu boto um CD enquanto dá propaganda!”, afirma que as mensagens emitidas são tomadas de discursos estruturados, ou seja, situações relevantes para o ouvinte que está emanado no deturpo da invisibilidade.

Cabe ao ouvinte a negociação e refutação das mensagens em prol de novas produções de sentidos, tornando-se ainda mais invisível acerca da apropriação de outro tipo de situação: “*A música que vai tocar!*”, exposta na fala do Participante 1 quando diz sobre si e a forma como escolhe emissora, que significa outra forma de consumo ao da propaganda, instaurando ao sujeito o indiscernível da transmissão, oportunizando a “indissociação” do individual ao massivo, tornando-o invisível, porém consumista do produto que vai tocar, conforme Martín-Barbero (2009).

Ao viés do consumo, a programação, como fluxo de conteúdos, é escolhida por correspondência a objetivos relacionados às circunstâncias sociais na visão de Jacks (1999). A opção por determinada forma (estilo musical) de comunicação é

motivada por fatores de reprodução intrínseca, que está envolvida com agregações e experiências para a formação de Si. Para Escosteguy & Jacks (2005), possibilita a confrontação de realidades em busca de soluções e explicações para as interações com a sociedade.

Considerações finais

Ao pensar adolescência adentrava-se em um terreno de reflexão em relação ao poder e ao efeito a ser causado sobre o receptor, sendo o alvo da influência, como processos resultantes de interações dos modismos mediados. Entretanto, podem-se perceber algumas estratégias de resistências estigmatizadas pelos meandros de um interdito acerca do discurso, apontando para outras possibilidades de significação através do choque entre as diferentes relações e entre os enredos geracionais que englobam o universo adolescente.

Tecendo considerações acerca do processo de formação de subjetividade, principalmente, em relação ao público adolescente, elenca-se a necessidade e a importância de se continuar estudando o assunto. A interdisciplinaridade e o avanço em outras áreas alheias à psicologia como: a comunicação social, que enriquece o conhecimento sobre os processos de comunicação que emanam do sujeito, destacando

para novas modalidades de compreensão da subjetividade e suas apropriações com as plataformas midiáticas, em especial, sobre o rádio.

Este estudo encontrou limitações na lacuna da interlocução interdisciplinar, apropriando os processos sociais da comunicação e os processos de subjetivação no lugar da “silenciosa” e “simplória” singularização das áreas. A fim de refletir sobre o espaço de consumo e de práticas de usos em relação ao comportamento e ao tempo, do alcançável e do inatingível. Inscrevendo demandas e dispositivos provenientes de diversas esferas culturais, constitutivos a partir de um enunciado, uma programação, contudo, os objetivos do estudo de refletir sobre a influência da mídia na subjetividade do adolescente foram alcançados.

Para isto, a perspectiva de estudo em relação a outros entendimentos, em relação à afinidade nas diferentes diacronias das fases do desenvolvimento humano, pode, cada vez mais, enriquecer o debate acerca da influência dos meios, dos usos e dos sentidos, na busca de expandir e enriquecer as discussões interdisciplinares entre a psicologia e a comunicação.

Por fim, trata-se de um processo resultante da interação entre receptor, mediação e rádio, provocando reações emocionais nos receptores. As audiências, a recepção e as resistências dos setores popula-

res são o modo de construção de sujeitos e os sentidos que adquirem em sua subjetividade.

Notas

¹ A expressão se constrói a partir de uma concepção que não vê nessas formas da indústria da cultura e da informação outra coisa a não ser dispositivos de emissão e capacidade de difundir conteúdos e mensagens para audiências massivas (Gomes, 2004, p. 5).

² Relaciona-se tanto ao espaço vivido quanto a um sistema no seio ao qual o sujeito se reconhece, apropriando-se da subjetivação sobre si (Rolnik, 1989).

³ Máquinas não se engendram umas as outras. Seleccionam-se umas as outras e dão lugar a novas linhas de potencialidades, que funcionam por agenciamentos (Rolnik, 1989).

⁴ Grifo dos autores para a formação desta nomenclatura.

⁵ Emissora de rádio de caráter regional.

⁶ Emissora de rádio de caráter municipal.

⁷ Programa de rádio de caráter municipal.

⁸ O terreno da vulnerabilidade passou a ser na atualidade a capacidade de sobreviver e criar. Implicando os sistemas de garantias radicalmente alienante e subvertido (Rolnik, 1989).

⁹ “Interações semióticas podem ser entendidas como: sistemas de signos que trabalham diretamente com as realidades, operando a uma proporção de equivalência de realidades” (Guattari, 2006, p. 320).

¹⁰ Emissora de Rádio de caráter regional.

¹¹ Comunicador de uma rádio de caráter municipal.

¹² Referente ao papel, identidades e identificações de ordem subjetiva (Rolnik, 1989, p. 321).

¹³ De ordem mecânica fechada sobre si mesma, mantendo com o exterior das relações perfeitamente codificadas. Constituinte diferentes estéticas em relação ao espaço e tempo, faz aparecer novas linhas de potencialidades (Rolnik, 1989).

¹⁴ O modo de produção capitalista investe na produção de determinadas formas de subjetividade a fim de garantir sua continuidade e expansão, chamado de: “Modo-Indivíduo” (Benevides, 1994).

¹⁵ Arque-escrita sempre precede qualquer ato de comunicação, quaisquer marcas gráficas presentes em uma página: eles terão sempre sido já escritos em nossos cérebros, em nossa memória inconsciente (Derrida, 1967).

¹⁶ Processo de transformação real (Rolnik, 1989).

Referências

- Bauer, M., & Gaskell, G. (2007). *Qualitative researching with text, image, and sound*. London: Sage.
- Bakhtin, M. (2000). *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes.
- Benevides, R. (1994). *Grupo: afirmação de um simulacro*. Tese de doutorado, Programa de Pós-Graduação em Psicologia Clínica, PUCSP, São Paulo, SP.
- Brasil. Conselho Nacional de Saúde. (1996). *Resolução nº 196*, de 10 de outubro de 1996. Diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisa envolvendo seres humanos. Brasília.
- Brasil. (1990). *Estatuto da Criança e do Adolescente*. São Paulo, Cortez.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (1997a). *Mil Platôs* (Vol. 1). São Paulo: Editora 34.
- _____. (1997b). *Mil Platôs* (Vol. 4). São Paulo: Editora 34.
- Debord, G. (2003). *A sociedade do espetáculo*. E-book. Projeto Periferia.
- Derrida, J. (1967). *Writing and difference*. London: Routledge.
- Donzelot, J. (1986). *A polícia das famílias*. Rio de Janeiro: Graal.

- Escosteguy, A. C., & Jacks, N. (2005). *Comunicação e recepção*. São Paulo: Hacker Editores.
- Fischer, R. M. B. (1997). *A mídia como espaço formativo do sujeito adolescente*. Porto Alegre: Veritas.
- Gomes, W. (2004). *A Transformação da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus.
- Guattari, F. (2004). *Plan sobre el planeta. Capitalismo mundial integrado y revoluciones moleculares*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Guattari, F., & Rolnik, S. (2006). *Micro-política. Cartografías del deseo*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Jacks, N. (1999). *Querência: cultura regional como mediação simbólica – um estudo de recepção*. Porto Alegre: UFRGS.
- Levisky, D. L. (2005). *Adolescência: reflexões psicanalíticas*. Porto Alegre: Artes Médicas.
- Martín-Barbero, J. (1995). América Latina e os anos recentes: O estudo de recepção em comunicação social. In: M. W. Sousa, *Sujeito: o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense.
- Martín-Barbero, J. (2009). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Moreira, J. O. Mídia, espetáculo e sociedade de consumo. In: CRP-04 (org.), *Subjetividade(s) e sociedade: contribuições da Psicologia*. Belo Horizonte: Casa do Psicólogo.
- Pal Pelbart, P. (2000). *A vertigem por um fio: políticas da subjetividade contemporânea*. São Paulo: Iluminuras.
- Rolnik, S., & Guattari, F. (1989) *Micro-política: cartografias do desejo*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Rolnik, S. (1996). *Cartografia Sentimental: transformações contemporâneas do desejo*. São Paulo: Estação Liberdade.
- Romero, S. M., & Scarparo, H. (2008). A utilização da metodologia dos grupos. In: H. Scarparo. *Psicologia e pesquisa: perspectivas metodológicas*. Porto Alegre: Sulina.
-
- Marcelo Moreira Cezar:** Psicólogo, mestre em Psicologia Social e doutorando em Persona i Societat en el Món Contemporani na Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), Barcelona, Espanha.
E-mail: marcelo.moreira.cezar@gmail.com
- Roberta Fin Motta:** Psicóloga, doutoranda em Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e com período de estágio sanduíche na Faculdade de Psicologia e de Ciências

da Educação da Universidade do Porto (UP), Portugal. Docente do Curso de Psicologia do Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, RS, Brasil.

Email: roberta.fm@hotmail.com

Enviado em: 26/06/2014 - **Aceito em:** 06/10/2014
