

MARISA MOURÃO

marisavmourao@gmail.com

UNIVERSIDADE DO MINHO

A RÁDIO NA VIDA DOS ADOLESCENTES: A RELAÇÃO COM O MEIO E O INTERESSE POR PROJETOS DE RÁDIO EM CONTEXTO ESCOLAR

RESUMO

Apesar de no âmbito da educação para os média serem escassos os estudos centrados na rádio, o potencial educativo do meio e a facilidade de uso em contexto escolar são indícios do seu potencial na promoção da literacia mediática. Contudo, antes de implementar um projeto com este fim, foi necessário conhecer o quadro das práticas e das preferências dos adolescentes em relação à rádio, as perceções e o nível de proximidade com o meio, bem como o interesse por projetos de rádio em contexto escolar. Para isso, foi aplicado um questionário a 229 alunos do 3.º ciclo do ensino básico. Os resultados permitem concluir que a rádio faz parte das rotinas diárias da grande maioria dos adolescentes inquiridos, sendo frequente a audição no carro, de manhã e com os pais. A música ocupa um lugar de destaque nesta relação e a visão do meio é maioritariamente positiva. Além disso, há um interesse considerável por projetos de rádio em contexto escolar.

PALAVRAS-CHAVE

Rádio; rádio na escola; adolescentes

NOTA INTRODUTÓRIA

Por um lado, a rádio sempre teve um importante papel na educação (Bonixe, 2015). Por outro, a internet traz a facilidade técnica para que o ouvinte se torne em abastecedor, tal como idealizava Brecht (2005), o que acaba por favorecer o desenvolvimento de projetos em contexto escolar.

Para abordarmos esta questão, tendo em conta o pioneirismo de Brecht, é forçoso recuarmos 85 anos. Num texto originalmente publicado em 1932, o dramaturgo alemão já vislumbrava o potencial social da rádio,

defendendo a necessidade de a converter “de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação” (Brecht, 2005, p. 42). De acordo com o teórico,

o rádio seria o mais fabuloso meio de comunicação imaginável na vida pública, um fantástico sistema de canalização. Isto é, seria se não somente fosse capaz de emitir, como também de receber; portanto, se conseguisse não apenas se fazer escutar pelo ouvinte, mas também pôr-se em comunicação com ele. (Brecht, 2005, p. 42)

Ou seja, a rádio precisava de constituir os ouvintes em abastecedores (Brecht, 2005), abrir-se à participação do público. E é com a transição da rádio para a internet que surgem novas condições para permitir que o sonho de Brecht (2005) se torne real. Afinal, em termos técnicos, é ainda mais fácil criar uma *webrádio* e esta tem a “vantagem de poder tornar a sua escuta universal e não apenas limitada aos muros dos estabelecimentos de ensino” (Bonixe, 2015, p. 151).

Perante o potencial educativo da rádio e a facilidade de uso em contexto escolar, encontramos, então, indícios do seu potencial na promoção da literacia mediática, principalmente se tivermos em conta a importância da produção de conteúdos para o desenvolvimento de competências neste âmbito.

A literacia mediática é a “capacidade de aceder, analisar, avaliar e criar mensagens através de variados contextos” (Livingstone, 2004, p. 18). A educação para os média é o processo pedagógico necessário para a promover (Jacquinot-Delaunay, Carlsson, Tayie & Pérez Tornero, 2008) e a escola é, geralmente, o contexto mais apontado para o desenvolvimento de competências neste âmbito (Pinto, Pereira, Pereira & Ferreira, 2011). Relativamente a este contexto, em 2014, deu-se um importante avanço. Foi aprovado o *Referencial de Educação para os Media para a educação pré-escolar, o ensino básico e o ensino secundário*, que também abarca a aproximação dos estudantes ao universo radiofónico (Pereira, Pinto, Madureira, Pombo & Guedes, 2014).

O potencial da rádio na promoção da literacia mediática já podia ser vislumbrado antes da educação para os média ser denominada assim, pelo que podemos encontrar trabalhos sobre o tema que não incluem esta designação (Allen, 1941, por exemplo). Além disso, atualmente, também encontramos projetos que nos permitem vislumbrar este potencial, como, por exemplo, a Rádio Vale do Tamel, em Barcelos (Diegues, 2016). Ainda assim, este meio tem sido aparentemente menosprezado no campo da educação para os média (Bonixe, 2015; Cordeiro, 2015).

Neste sentido, foi desenvolvido um projeto de investigação-ação que olha para o potencial da rádio na promoção da literacia mediática em contexto escolar. No entanto, antes de partir para a ação, era necessário saber se os adolescentes teriam interesse em acolher projetos de rádio na escola e conhecer a sua relação com o meio. Assim, o presente trabalho apresenta de forma sucinta os principais resultados da primeira fase deste projeto – o diagnóstico –, à qual se seguiu desenvolvimento de um *atelier* de comunicação radiofónica.

A RELAÇÃO DO PÚBLICO INFANTOJUVENIL COM A RÁDIO

Em Portugal, são escassos os dados sobre a relação dos mais novos com a rádio. O Bareme Rádio da Marktest apenas considera os ouvintes com 15 ou mais anos de idade e não existem estudos de grandes dimensões centrados numa população mais jovem. Este facto não é exclusivo deste país. Aliás, Balsebre, Perona, Fajula e Barbeito (2011), olhando para um cenário mais global, concluíram que a maioria dos estudos sobre as crianças e os *mass media* se foca em meios visuais e que os que se centram na rádio cedem a perspetivas predominantemente educativas. Ainda assim, é possível encontrar algumas pistas sobre esta temática.

O afastamento do público mais jovem da rádio é visível a partir de diversos estudos (por exemplo McClung, Pompper & Kinnally, 2007; Meneses, 2011a; Meneses, 2015). Em Portugal, segundo Cardoso, Espanha, Lapa e Araújo (2009), em 2008, apenas 34,8% das crianças, dos oito aos 18 anos, não costumavam ouvir rádio, porém, este tempo de consumo era, em termos médios, menor do que o passado na internet ou a ver televisão. Além disso, quando questionadas sobre que atividade seria mais difícil deixarem de fazer, apenas 2,2% referiram “ouvir rádio”.

A verdade é que a rádio parece ter perdido o papel hegemónico na sonorização das nossas vidas, competindo, atualmente, com outros aparelhos que permitem controlar o consumo sonoro, o que afeta sobretudo a rádio musical. Aliás, de acordo com os estudos de Ferguson, Greer e Reardon (2007) e de Albarran et al. (2007), os jovens preferem os leitores MP3 à rádio.

Segundo Gutiérrez, Ribes e Monclús (2011, p. 328), “o consumo musical dos jovens rege-se pela satisfação imediata, quer dizer, o que querem ouvir, quando e donde desejam”, o que coloca a rádio em desvantagem. Contudo, estes autores também verificaram que a música é uma das coisas que os jovens mais gostam na rádio. Meneses (2011b) refere, inclusive,

que é por causa da música que, pelo menos, nas últimas quatro décadas, a rádio e os jovens têm tido uma relação muito forte. No entanto, segundo o investigador, este também é o público que mais se tem afastado da rádio musical, porque é o que mais explora os novos dispositivos.

No que diz respeito à população fora do sistema de medição, é em Espanha que encontramos um estudo ao qual importa dedicar particular atenção. A partir de uma amostra de 212 alunos de cinco escolas da área metropolitana de Barcelona, 120 com oito e nove anos e os restantes com 12 e 13, Balsebre et al. (2011) verificaram que todas as crianças estavam familiarizadas com a rádio e que, no geral, tinham uma visão positiva do meio, sendo que apenas 36% disseram não gostar de rádio. Relativamente aos hábitos de consumo, 61% da amostra declarou ouvir regularmente e a maioria declarou fazê-lo na companhia dos pais ou de outros familiares. As viagens de carro são um momento privilegiado para o consumo radiofónico e a música é o conteúdo favorito das crianças inquiridas. Estes resultados não são muito distintos dos provenientes de outros estudos que olham para um público jovem, mas com idades distintas das dos indivíduos pertencentes à amostra deste.

Em Portugal, Weigelt (2015) inquiriu 80 estudantes entre os 15 e os 18 anos e concluiu que a maioria usa o rádio do carro para este consumo. A partir de duas pequenas experiências, Bonixe (2015) também observou que esta era uma prática frequente entre as crianças do pré-escolar. Ribeiro e Santos (2015) averiguaram o mesmo relativamente aos alunos do 1.º ao 4.º ano durante uma pequena atividade desenvolvida numa escola.

Relativamente às preferências, também outros estudos revelam que entre o público jovem há claramente uma preferência pela música (Cardoso & Rocha, 2011; Magnoni & Miranda, 2015; Weigelt, 2015), seguida pelas notícias e humor (Magnoni & Miranda, 2015) ou pelas notícias e desporto (Weigelt, 2015). Entre as crianças do 1.º ao 4.º ano, Ribeiro e Santos (2015) verificaram que há um consumo mais frequente de conteúdos musicais e humorísticos como *Mixórdia de Temáticas* e *O Homem que Mordeu o Cão*, emitidos pela Rádio Comercial, de segunda a sexta-feira, às 8h15 e 9h50, respetivamente.

Este tipo de consumo pode ser associado às funções atribuídas à rádio por jovens dos 11 aos 19 anos, entre as quais se destaca o entretenimento, seguido pelo escape, utilidade social, passar o tempo e, por último, fornecer informação (McClung et al., 2007).

METODOLOGIA

Tendo em conta a escassez de dados sobre a relação dos adolescentes com a rádio e a necessidade de conhecer o interesse dos estudantes por projetos de rádio, optou-se, então, por aplicar um questionário *online* às 14 turmas do 3.º ciclo do ensino básico da Escola Básica e Secundária de Muralhas do Minho, em Valença (distrito de Viana do Castelo). Para a seleção recorreu-se a uma amostragem por casos típicos (não-probabilística). Esta opção valeu-se de um critério de conveniência: a proximidade geográfica.

Este questionário teve como objetivos traçar um quadro das práticas e das preferências dos adolescentes em relação à rádio, conhecer as perceções e o nível de proximidade com o meio, bem como o interesse em relação a uma experiência de rádio na escola. O seu preenchimento foi feito na presença da autora do presente estudo, durante as aulas de Educação para a Cidadania das diferentes turmas, em janeiro de 2017.

Como este procedimento depende da autorização dos encarregados de educação, da presença dos alunos na aula e do consentimento dos mesmos para a participação, a amostra do estudo não corresponde à totalidade de alunos da escola a frequentar o 3.º ciclo aquando da aplicação do questionário (292 estudantes). A amostra ficou reduzida a 229 alunos.

Tratando-se essencialmente de uma abordagem quantitativa, os dados provenientes do questionário foram tratados e analisados através do programa SPSS.

Como já referimos, este estudo corresponde à primeira fase de um projeto de investigação-ação.

BREVE CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

Os 229 estudantes inquiridos têm entre 12 e 17 anos, sendo a média das idades 13,43. Como seria expectável, já que os inquiridos são alunos do 3.º ciclo, os jovens entre os 16 e 17 anos representam uma pequena parte da amostra (3,1%). Os diferentes anos de escolaridade estão representados de forma bastante equilibrada (32,3% dos inquiridos são do 7.º ano, 32,3% do 8.º e 35,4% do 9.º). Relativamente ao sexo, também há uma representação bastante equilibrada, sendo que 50,2% são do sexo masculino e 49,8% do feminino.

A RELAÇÃO COM A RÁDIO

Apenas 7,9% dos inquiridos afirmam não gostar de ouvir rádio. As razões apontadas estão frequentemente associadas à impossibilidade de escolher as músicas emitidas, o que coloca este meio em desvantagem face a outros dispositivos. Apesar de não ser nosso objetivo comparar o consumo feito através da rádio e de outros dispositivos, nem termos dados para tal, importa referir que estes resultados mostram que o consumo radiofónico se vê, por vezes, afetado pela existência de outras formas de consumo sonoro. Esta ideia é ilustrada por respostas como, por exemplo, “porque não gosto das músicas e prefiro baixar no telemóvel e ouvir lá”.

Por outro lado, entre os que gostam de rádio, o facto deste meio emitir música surge como a principal razão para tal, sendo que 53,2% dos adolescentes referem unicamente a música na resposta e 14,9% indicam esta e outro conteúdo (11,2% música e notícias, 3,2% música e jogos de futebol e 0,5% música e humor).

“Música” foi a palavra mais utilizada para definir rádio (21,8%), o que sublinha a sua importância na relação destes adolescentes com a rádio. Em segundo lugar ficou “divertida” (19,9%), seguida por “entretenimento” (14,7%), “fixe” (8,1%) e “informativa” (4,3%). Apesar de só a segunda palavra o exprimir diretamente, as primeiras quatro sugerem que o consumo é feito sobretudo numa lógica de entretenimento.

Entre as respostas contabilizadas para a análise, apenas 3,9% das palavras usadas podem ser consideradas de cariz negativo, o que indica que há uma visão maioritariamente positiva do meio.

Quanto aos hábitos de consumo, mais de metade dos inquiridos (58,5%) diz ouvir rádio todos os dias e apenas 2,2% referem nunca ouvir.

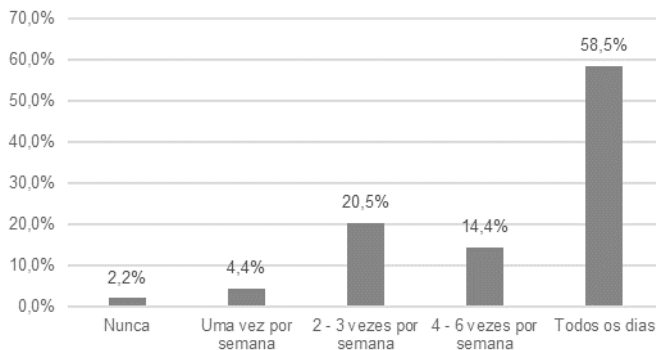


Gráfico 1: Em média, durante uma semana, quantas vezes ouvem rádio (N=229)

Na linha do que já haviam demonstrado estudos anteriores (Balsebre et al., 2011; Bonixe, 2015; Ribeiro & Santos, 2015; Weigelt, 2015), o carro é um elemento chave no consumo radiofónico destes adolescentes. O principal dispositivo utilizado pela maioria dos inquiridos é o rádio do carro (73,7%), seguido do telemóvel (19,2%). O uso dos restantes dispositivos enquanto primeira forma de acesso ao conteúdo radiofónico é bastante residual. O segundo dispositivo mais usado pela maioria dos inquiridos é o telemóvel (34,8%) e há uma percentagem considerável de adolescentes a usar apenas um dispositivo (25,9%).

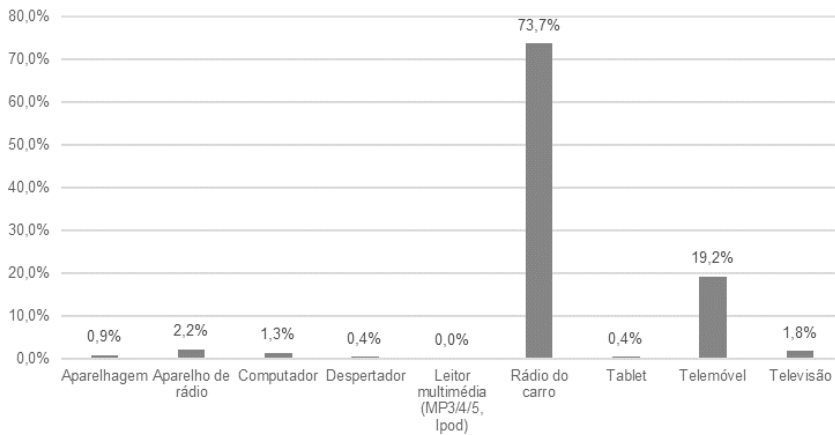


Gráfico 2: O dispositivo mais utilizado para ouvir rádio (N=224)

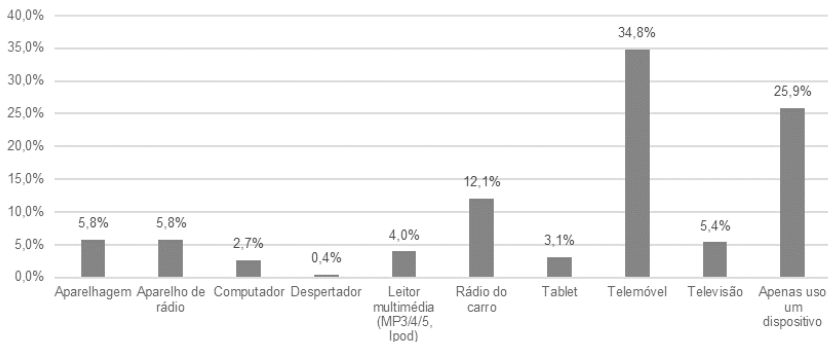


Gráfico 3: O segundo dispositivo mais utilizado para ouvir rádio (N=224)

O carro é um espaço privilegiado para a escuta, tal como seria de esperar tendo em conta o dispositivo mais usado para o consumo. Se olharmos para as situações em que os inquiridos dizem ouvir sempre rádio, “nos transportes públicos” é a segunda situação em destaque, apesar de o valor ser muito menor do que o relativo ao carro. Estes resultados sugerem que a escuta radiofónica acontece frequentemente em movimento.

	NUNCA	RARAMENTE	ALGUMAS VEZES	MUITAS VEZES	SEMPRE
Em casa	21,4%	27,2%	26,3%	16,5%	8,5%
Na escola	54,9%	34,4%	8,5%	2,2%	0,0%
No carro	1,8%	4,5%	9,8%	19,2%	64,7%
Enquanto caminha	41,1%	24,1%	18,3%	11,2%	5,4%
Nos transportes públicos	37,1%	18,8%	19,2%	10,7%	14,3%
Noutra situação	96,0%	2,2%	0,4%	0,4%	0,9%

Tabela 1: Frequência de consumo radiofónico em distintas situações (N=224)

A manhã é o período do dia frequentemente referido como aquele em que ouvem rádio mais vezes (50,0%), seguido da tarde (38,8%), da noite (9,8%) e da hora de almoço (1,3%). Quase metade ouve rádio, na maioria das vezes, na companhia dos pais (48,7%) e há ainda uma percentagem considerável de adolescentes que costumam ouvir rádio sozinhos (23,2%).

A música é o conteúdo predileto e, se atentarmos nas percentagens relativas ao “sempre”, verificamos que o humor (12,1%) e o desporto (9,4%) ficam em segundo e terceiro lugar, respetivamente. Contudo, esses valores são muito inferiores aos relativos à música. Estes resultados são similares aos obtidos noutros estudos (Cardoso & Rocha, 2011; Magnoni & Miranda, 2015; Weigelt, 2015).

	NUNCA	RARAMENTE	ALGUMAS VEZES	MUITAS VEZES	SEMPRE
Música	1,3%	2,2%	5,8%	23,2%	67,4%
Desporto	31,3%	20,5%	24,6%	14,3%	9,4%
Informação	23,2%	23,7%	27,7%	17,9%	7,6%
Humor	14,3%	18,8%	23,7%	31,3%	12,1%
Fóruns	57,1%	26,3%	10,7%	2,7%	3,1%

Previsão do tempo	22,8%	27,7%	23,2%	18,3%	8,0%
Informação de trânsito	30,4%	24,6%	25,0%	13,4%	6,7%
Outro	99,6%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%

Tabela 2: Frequência de consumo radiofónico de distintos tipos de conteúdo (N=224)

Estes dados voltam a sublinhar a importância da música nesta relação do público mais jovem com a rádio. Além disso, voltam a dar indícios de que este consumo é feito sobretudo numa lógica de entretenimento. Esta ideia é ainda reforçada pela principal função que estes adolescentes atribuem à rádio. No entender de 41,5% dos inquiridos, a principal função do meio é entreter. Em segundo lugar fica a “difundir música” (27,1%) e em terceiro “informar” (25,8%).

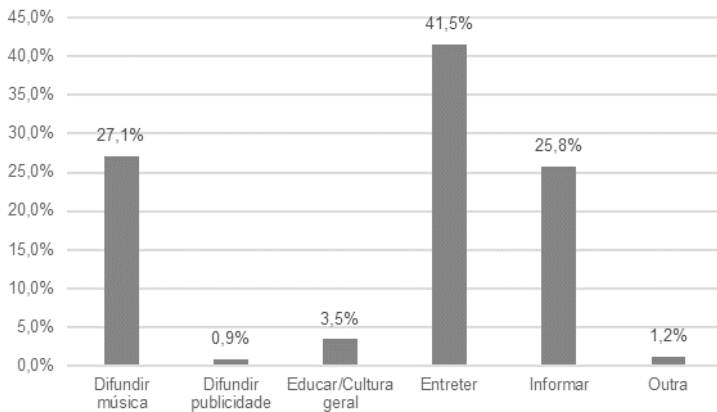


Gráfico 4: A principal função da rádio (N=229)

A RFM é a emissora favorita de 66,1% dos inquiridos que ouvem rádio e 25,4% preferem a Rádio Comercial. Parece, então, que os gostos destes adolescentes são semelhantes aos da faixa entre os 15 e os 24, já que, de acordo com a Marktest (2017), estas são as duas emissoras mais ouvidas por esta faixa populacional.

○ INTERESSE POR PROJETOS DE RÁDIO EM CONTEXTO ESCOLAR

No que diz respeito à rádio escolar, 36,7% dos adolescentes consideram que a sua principal função é informar. Em segundo lugar fica o “entretêr” (24,5%) e em terceiro “difundir música” (20,5%). Verifica-se aqui uma diferença entre as funções associadas à rádio e à rádio escolar, sendo que há um aumento das respostas relativas à função informativa e educativa. Outra diferença está no aumento de respostas na categoria “difundir publicidade”, o que não era expectável dada a dissonância desta função com a essência da rádio escolar.

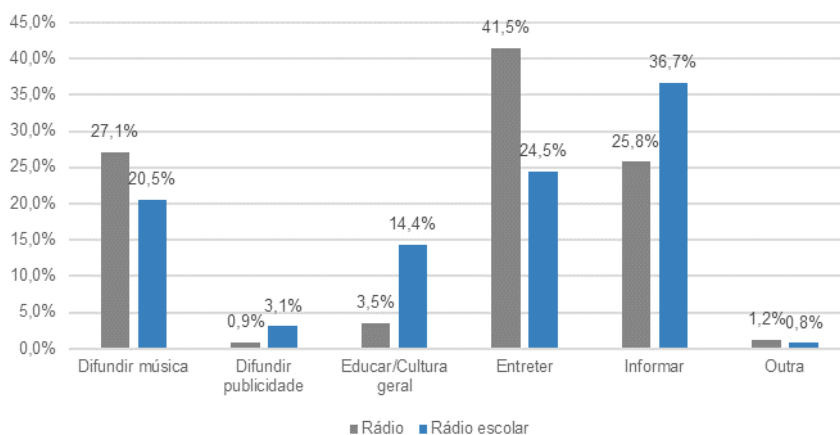


Gráfico 5: A principal função da rádio e da rádio escolar (N=229)

Contudo, apesar de “informar” ter um lugar de destaque, este resultado contrasta com os tipos de conteúdos que os estudantes gostavam que fossem emitidos numa rádio escolar, pois os conteúdos informativos não têm um lugar de especial destaque. A música é o conteúdo que mais adolescentes gostavam que fosse emitido (90,8%), o humor fica em segundo lugar (48,9%) e o desporto em terceiro (31,4%), o que sugere que gostavam que fossem emitidos aqueles conteúdos que mais ouvem na rádio. Esta contradição pode estar associada à diferença entre aquilo que entendem por rádio escolar e aquilo que preferiam que fosse, ou seja, “informar” pode ser a resposta que os adolescentes julgam ser a expectável.

A rádio na vida dos adolescentes: a relação com o meio e o interesse por projetos de rádio em contexto escolar

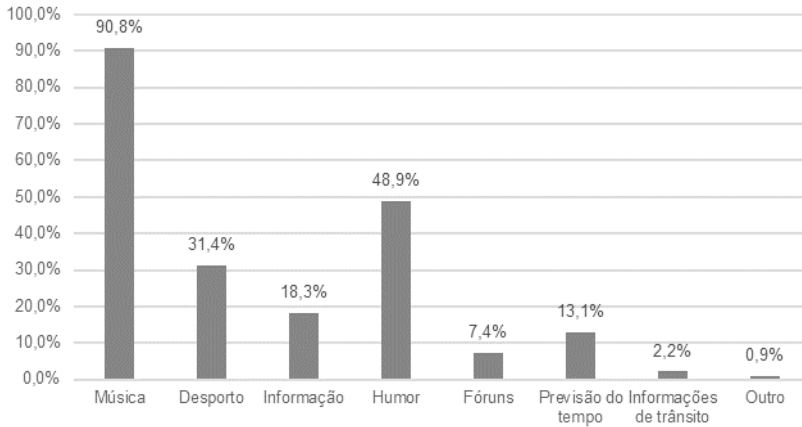


Gráfico 6: Conteúdos que gostavam que fossem emitidos se existisse uma rádio escolar (N=229)

Quanto à possível existência de uma rádio escolar, apenas 11,4% disseram que não gostavam ou detestavam. Além disso, é considerável o número de respostas afirmativas de maior intensidade (28,8% adoravam).

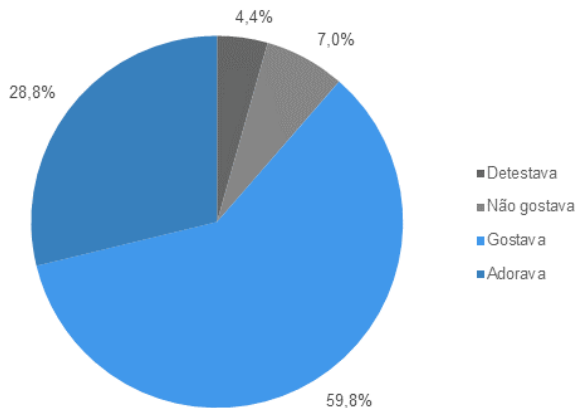


Gráfico 7: Opinião sobre a possível existência de uma rádio na escola (N=229)

Àqueles que disseram que gostavam ou adoravam ter uma rádio na escola foi ainda perguntado se gostariam de participar. Nesta pergunta, aumenta o número de respostas negativas. No entanto, ainda há um predomínio de respostas afirmativas. E, se olharmos para a totalidade da

amostra, verificamos que 51,9% dos alunos dizem que gostariam ou adorariam participar.

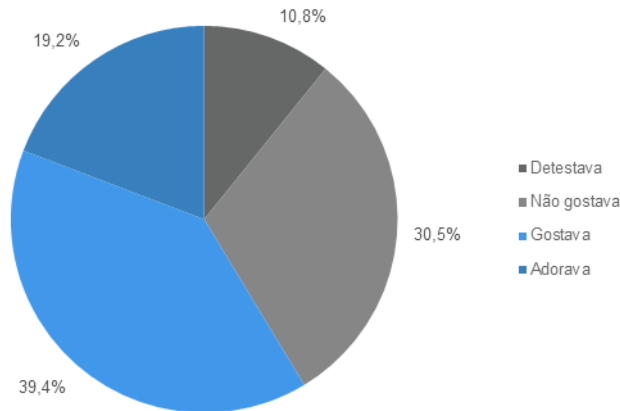


Gráfico 8: Opinião sobre a possível participação numa rádio na escola (N=203)

Entre as razões apontadas para dizerem que não gostavam ou detestavam, são comuns respostas relacionadas com o desconforto com a exposição (25 respondentes dizem que são tímidos ou que têm vergonha de falar em público). Contudo, essa é uma contrariedade e não uma limitação, podendo ser um elemento ultrapassável com a prática. Além disso, a participação numa rádio escolar não tem necessariamente que implicar uma exposição direta, já que, como referem Santos, Brites e Jorge (2016), “a rádio só na superfície é voz” (p. 133).

NOTAS FINAIS

A rádio faz parte do quotidiano da grande maioria dos adolescentes inquiridos, já que apenas 2,2% dizem nunca ouvir. É frequente estes adolescentes ouvirem rádio, as viagens de carro constituem-se enquanto situações privilegiadas para este consumo e é frequente ouvirem de manhã e com os pais. A visão do meio é maioritariamente positiva e a maioria gosta de ouvir rádio. A música é um elemento essencial nesta relação.

No que diz respeito aos projetos de rádio em contexto escolar, há um interesse considerável, sendo que mais de metade dos inquiridos dizem que gostavam ou adoravam participar numa rádio escolar.

Apesar de estarmos cientes de que os resultados obtidos neste estudo não podem ser extrapolados à população, acreditamos, contudo, que as conclusões obtidas dão indícios de que a rádio não é um meio a descurar no âmbito da educação para os média. Afinal, apesar de diversos estudos demonstrarem que o público mais jovem se tem vindo a afastar da rádio, a verdade é que, a rádio ainda tem lugar na vida destes adolescentes. E, além disso, como refere Rodero (1997), o fascínio por este meio também surge quando é oferecida a oportunidade de o conhecer.

Deste modo, acreditamos que a rádio pode ser uma poderosa aliada no campo da educação para os média, podendo ser um excelente meio para implementar o *Referencial de Educação para os Media* nas escolas. Foi precisamente com esta convicção que avançamos, então, para o desenvolvimento do *ateliê* de comunicação radiofónica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albarran, A. B.; Anderson, T.; Garcia Bejar, L.; Bussart, A. L.; Daggett, E.; Gibson, S.; Gorman, M.; Greer, D.; Guo, M.; Horst, J. L.; Khalaf, T.; Lay, J. P.; McCracken, M.; Mott, B. & Way, H. (2007). "What Happened to our Audience?" Radio and New Technology Uses and Gratifications Among Young Adult Users. *Journal of Radio Studies*, 14(2), 92-101. doi: 10.1080/10955040701583171
- Allen, G. M. (1941). A Secondary-School Radio Workshop. *NASSP Bulletin*, 25(98), 49-52. doi: 10.1177/019263654102509808
- Balsebre, A.; Perona, J. J.; Fajula, A. & Barbeito, M. (2011). The Hidden Radio Audience in Spain: Study on Children's Relationship with the Radio. *Journal of Radio & Audio Media*, 18(2), 212-230. doi: 10.1080/19376529.2011.615778
- Bonixe, L. (2015). A rádio, o som e a infância—o relato de experiências de programas de rádio elaborados por crianças do pré-escolar. In M. J. Brites et al. (Eds.), *Metodologias Participativas: Os media e a educação* (pp. 149-157). Covilhã: LabCom Books. [eBook]. Retirado de <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/41822>
- Brecht, B. (2005). Teoria Do Rádio (1927-1932). In E. Meditsch (Ed.), *Teorias do Rádio - Textos e Contextos, Vol. I* (pp. 35-45). Florianópolis: Insular.
- Cardoso, G.; Espanha, R.; Lapa, T. & Araújo, V. (2009). *E-Generation 2008: Os Usos de Media pelas Crianças e Jovens em Portugal*. Lisboa: Observatório de Comunicação. [eBook]. Retirado de <https://obercom.pt/e-generation-2008-os-usos-de-media-pelas-criancase-jovens-em-portugal-mar2009/>

- Cardoso, R. L. & Rocha, C. M. F. (2011). A relação do público jovem com o rádio na atualidade. *Comunicação, Mídia e Consumo*, 8(8), 167-186. Retirado de <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/141724>
- Cordeiro, P. (2015). O papel da rádio na educação para os media: A rádio como elemento de dinamização urbana e cultural. In M. J. Brites et al. (Eds.), *Metodologias Participativas: Os media e a educação* (pp. 279-287). Covilhã: LabCom Books. [eBook]. Retirado de <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/41822>
- Diegues, V. (2016). Webrádio Vale do Tamel: inovação nas Práticas educacionais em Portugal. In M. R. Momesso; E. Yoshimoto; A. A. Carvalho; V. Diegues & M. Meirelles (Org.), *Educar com podcasts e audiobooks* (pp. 111-127). Porto Alegre: CirKula. [eBook]. Retirado de <https://estudogeral.sib.uc.pt/jspui/handle/10316/36176>
- Ferguson, D. A.; Greer, C. F. & Reardon, M. E. (2007). Uses and Gratifications of MP3 Players by College Students: Are iPods More Popular than Radio?. *Journal of Radio Studies*, 14(2), 102-121. doi: 10.1080/10955040701583197
- Gutiérrez, M.; Ribes, X. & Monclús, B. (2011). La audiencia juvenil y el acceso a la radio musical de antena convencional a través de internet. *Comunicación y Sociedad*, 24(2), 305-331. Retirado de <http://search.proquest.com/openview/db1ba9858a7c755c2158a8f9d784f349/>
- Jacquinet-Delaunay, G.; Carlsson, U.; Tayie, S. & Pérez Tornero, J. M. (2008). Introduction: Empowerment Through Media Education. An Intercultural Approach. In U. Carlsson, S. Tayie, G. Jacquinet-Delaunay, J. M. Pérez Tornero (Eds.), *Empowerment through media education: an intercultural dialogue* (pp. 19-33). Göteborg: Nordicom.
- Livingstone, S. (2004). What is media literacy?. *Intermedia*, 32(3), 18-20. Retirado de <http://eprints.lse.ac.uk/1027/>
- Magnoni, A. F. & Miranda, G. V. (2015). Novos Cenários Radiofônicos: Convergência; Jovens Digitais e Tendências. *Vozes e Diálogo*, 14(02), 57-70. Retirado de <http://repositorio.unesp.br/handle/11449/135501>
- Markttest (2017). *Anuário de Media & Publicidade 2016*. Lisboa: Markttest.
- McClung, S.; Pompper, D. & Kinnally, W. (2007). The Functions of Radio for Teens: Where Radio Fits Among Youth Media Choices. *Atlantic Journal of Communication*, 15(2), 103-119. doi: 10.1080/15456870701215842
- Meneses, J. P. (2011a). Os jovens e a rádio (em Portugal): Uma geração perdida?. *Observatorio (OBS*)*, 5(2), 53-78. Retirado de <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/469>

- Meneses, J. P. (2011b). A Geração iPod e a Rádio: de Brecht aos novos utilizadores activos. *Comunicação e Sociedade*, 20, 77-94. Retirado de <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/884>
- Meneses, J. P. (2015). Rádio, jovens e pesquisa de audiências—a nova realidade portuguesa. In M. Oliveira & F. Ribeiro (Eds.), *Radio, sound and Internet* (pp. 40-47). Braga: CECS. [eBook]. Retirado de http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2163
- Pereira, S.; Pinto, M.; Madureira, E.; Pombo, T. & Guedes, M. (2014). *Referencial de Educação para os Media para a educação pré-escolar, o ensino básico e o ensino secundário*. Lisboa: Ministério da Educação e Ciência. Retirado de <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/30320>
- Pinto, M.; Pereira, S.; Pereira, L. & Ferreira, T. (2011). *Educação para os Media em Portugal: Experiências, actores e contextos*. Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social. Retirado de <http://www.erc.pt/pt/noticias/estudo-sobre-a-educacao-para-os-media-em-portugal-experiencias-actores-e-contextos>
- Ribeiro, F. F. & Santos, L. A. (2015). A rádio aos olhos das crianças: reflexões em torno de uma experiência numa escola no Dia Mundial da Rádio 2013. In M. J. Brites et al. (Eds.), *Metodologias Participativas: Os media e a educação* (pp. 159-170). Covilhã: LabCom Books. [eBook]. Retirado de <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/41822>
- Rodero, E. (1997). La Radio Educativa. Retirado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodero-emma-radio-educativa.pdf>
- Santos, S. C.; Brites, M. J. & Jorge, A. (2016). Descobrimo o som, a palavra e a comunidade: implementação de uma webrádio educativa. In M. R. Momesso; E. Yoshimoto; A. A. Carvalho; V. Diegues & M. Meirelles (Eds.), *Educar com podcasts e audiobooks* (pp. 129-137). Porto Alegre: CirKula. [eBook]. Retirado de <https://estudogeral.sib.uc.pt/jspui/handle/10316/36176>
- Weigelt, D. (2015). O rádio e os jovens em Portugal: usos e hábitos. In M. Oliveira & N. Prata (Eds.), *Rádio em Portugal e no Brasil: trajetória e cenários* (pp. 99-111). Braga: CECS. [eBook]. Retirado de http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/issue/view/179/showToc

Citação:

Mourão, M. (2017). A rádio na vida dos adolescentes: a relação com o meio e o interesse por projetos de rádio em contexto escolar. In S. Pereira & M. Pinto (Eds.), *Literacia, Media e Cidadania – Livro de Atas do 4.º Congresso* (pp. 337-351). Braga: CECS.