

A Representação dos Rurais no Rádio: o caso do programa Nossas Terras Nossas Canções, da rádio 95 FM, na cidade mineira de Viçosa, no Brasil

Representation of Rural Communities on the Radio: The case of the Program "Nossas Terras, Nossas Canções" ("Our land, our songs") of the 95 FM Radio in the town of Viçosa, Minas Gerais, Brazil.

Kátia de Lourdes FRAGA [1](#); Sheila Maria DOULA [2](#); Ana Louise de Carvalho FIÚZA [3](#); Jonathan Fagundes da SILVA [4](#)

Recibido: 20/12/16 • Aprobado: 02/02/2017

Conteúdo

- [1. Introdução](#)
- [2. As teorias das representações sociais](#)
- [3. O caso do programa nossa terra, nossas canções](#)
- [4. Metodologia](#)
- [5. Resultados e análise de dados](#)
- [6. Considerações finais](#)

[Notas](#)

[Referencias bibliográficas](#)

RESUMO:

O objetivo deste artigo é analisar a permanência do rádio no cotidiano de sociedades rurais, mesmo diante das variadas ofertas das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC's) no mundo contemporâneo. Adotou-se como estudo de caso o programa radiofônico Nossas Terras Nossas Canções, veiculado na rádio Viçosa 95 FM, em Viçosa, cidade localizada na Zona da Mata mineira, no Brasil. Utilizou-se como metodologia o estudo de recepção com os ouvintes do programa, por meio de grupo focal com idosos em função da experiência de vida dos mesmos, incluindo aposentados, donas de casa, comerciantes e

ABSTRACT:

The objective of this article is to analyze the presence of radio in the daily life of rural communities, in spite of a profusion of varied information and communication technologies (ICT's) in the contemporaneous world. The case study that was adopted was the radiophonic program "Nossas Terras, Nossas Canções" ("Our land, our songs"), which is broadcast by 95 FM Radio in the town of Viçosa, Minas Gerais, Brazil. The methodology involved a receptive study with the program's listeners by means of focal groups with elderly people because of their life experience. These groups comprised retired people, housewives, local traders or merchants, and

1. Introdução

Apesar dos avanços e inovações das Tecnologias de Informação (TIC's) no mundo contemporâneo, uma das mídias mais tradicionais, o rádio, permanece presente no cotidiano de sociedades rurais no Brasil. Para averiguar essa afinidade eletiva dos moradores do campo com este meio de comunicação, fez-se um estudo de caso do programa *Nossa Terra Nossas Canções*, veiculado há 29 anos na Rádio Viçosa 95 FM. Nosso estudo de caso concentra-se na cidade de Viçosa, onde está situado o estúdio da emissora. Com 77.863 habitantes (IBGE, 2010), Viçosa se destaca pelo renome da Universidade Federal de Viçosa, em função da produção científica e tecnológica ao longo dos 90 anos de existência da instituição. A cidade faz parte da Zona da Mata Mineira, no Brasil. Localizada a sudeste do estado de Minas Gerais, a região, com mais de cem municípios, faz divisa com os estados do Espírito Santo e Rio de Janeiro.

O intuito foi verificar se, e de que forma, esta mídia exerce influência como difusora de representações sociais. Seguindo os princípios conceituais de Moscovici (2001) e Jodelet (2001), entendemos as representações sociais como fenômeno, envolvendo os indivíduos em seus ambientes de pertença social, cujos pensamentos, formas de conduta, experiências de vida são manifestados ou transmitidos pela comunicação social. Esta também deve ser analisada como fenômeno e não apenas como reflexo das relações sociais.

Para esta investigação que emprega como base teórica as representações sociais (MOSCOVICI, 2001) adota-se como metodologia o estudo de recepção (VERÓN, 2004) com os ouvintes do programa em questão. Este artigo divide-se em três partes. A primeira delas dedica-se a uma reflexão teórica sobre representações sociais (MOSCOVICI, 2001; JODELET, 2001).

Posteriormente, discute-se a relação rádio e ruralidades (Rambaud, 1969, 1973; CANDIDO, 1964; GUERRA, 1993; FERRÃO, 2000), no imbricamento com mediação (BARBERO, 2003), memória e identidade (HALBWACHS, 1990; POLLAK, 1989; CANDAU, 2015). Na terceira e última parte do texto, o foco é o estudo de caso com apresentação dos resultados das análises sobre a vinculação entre o rádio e sua audiência.

2. As teorias das representações sociais

Nossa perspectiva conceitual para explicar esta identificação é a teoria das representações sociais, de Serge Moscovici. Originalmente idealizado por Durkheim, o conceito de representações coletivas ganhou novos contornos nos anos 1960 com os estudos de Moscovici, para quem as questões sociais são um fenômeno a partir da abordagem do comportamento, da dinâmica das relações cotidianas, da difusão dos saberes da comunicação, da gênese do senso comum (MOSCOVICI, 2001, p. 44). Surgem, então, as "representações sociais".

Segundo Moscovici, Durkheim projeta as representações coletivas de forma homogênea e vivida por todos os membros de um grupo de tal forma que perdura por gerações e "exerce uma coerção sobre os indivíduos, traço comum a todos os fatos sociais". Durkheim opõe as representações coletivas às representações individuais por meio de um mesmo critério, desde a estabilidade da transmissão e da reprodução de algumas coisas, numa perspectiva de que o que é comum é obra de uma comunidade e assim não existiria a marca de uma inteligência particular e sim a elaboração de uma inteligência única, por meio da qual todas se reúnem de tal forma a alimentar-se (MOSCOVICI, 2001, p. 46-47).

Moscovici contesta essa divisão sistemática colocando de um lado a coletividade, o conceito e permanência e de outro a individualidade, a percepção, a imagem, o mutável. Para ele, não existe uma inteligência única, que estaria acima de todas as outras inteligências particulares.

Seus estudos se ancoram na Psicologia Social para buscar uma outra vertente das

representações. A Psicologia Social apreende um movimento que se produz “sobo efeito das massas ou no curso da comunicação” (MOSCOVICI, 2001, p.61-62). A nova estrutura preconizada por Moscovici é uma “representação no sentido estrito da palavra, ao mesmo tempo abstrata e figurativa, pensada e concreta”.

No novo cenário, as pesquisas até então reservadas para as sociedades tradicionais abrem espaço para a sociedade moderna, mudando a noção de representações coletivas para representações sociais. Isso porque se tornou necessário considerar uma diversidade de origem seja de indivíduos, seja de grupos, e ainda reconhecer o valor da comunicação que permite a convergência de sentimentos e indivíduos, consentindo que o individual torne-se social e vice-versa. A teoria das representações sociais, portanto, analisa os fenômenos sociais numa perspectiva coletiva, todavia, sem negar a individualidade. O que antes era estático, na visão clássica, agora são interações sociais.

Nessa perspectiva, nos remetemos a Jodelet (2001), que defende a importância das representações sociais na vida cotidiana porque “não estamos isolados” num “vazio social”, já que “partilhamos esse mundo com os outros, que nos servem de apoio, às vezes de forma convergente, outras pelo conflito, para compreendê-lo, administrá-lo ou enfrentá-lo” (JODELET, 2001, P.17).

Conforme Jodelet, existe um consenso na comunidade científica em relação à caracterização da representação social:

[...] é uma forma de conhecimento, socialmente elaborada e partilhada, com um objetivo prático, e que contribui para a construção de uma realidade comum a um conjunto social. Igualmente designada como saber de senso comum ou ainda saber ingênuo, natural, esta forma de conhecimento é diferenciada, entre outras, do conhecimento científico. Entretanto, é tida como um objeto de estudo tão legítimo quanto este devido à sua importância na vida social e à elucidação possibilitadora dos processos cognitivos e das interações sociais (JODELET, 2001, p. 22).

Portanto, vamos analisar nosso objeto de estudo na perspectiva das representações sociais reconhecidas como “sistemas de interpretação que regem nossa relação com o mundo e com os outros” e ainda “orientam as condutas e as comunicações sociais”.

Ao analisar *O papel das mídias na difusão das representações sociais*, Marcos Alexandre (2001) lembra que o foco principal na produção midiática passa a ser não somente o que é comunicado, mas principalmente a maneira e o significado da comunicação para o ser humano. A comunicação, segundo ele, tem o sentido de partilhar, tornar comum, trocar experiências (ALEXANDRE, 2011, p. 17).

Antes da abordagem do objeto de estudo, nos valem de outro estudo que demonstra a ligação do rádio com os ouvintes. Em seu artigo *As Representações da Identidade Cultural no Rádio de Fronteira*, Vera Lucia Spacil Raddatz (2005) parte da teoria das Representações Sociais para verificar como a identidade cultural do espaço de fronteira está representada no rádio local. A análise é feita a partir da observação da programação das rádios Cultura, de Foz de Iguaçu, Brasil, e Rádio Parque, de Ciudad del Este, Paraguai, localizadas na fronteira Brasil-Paraguai. Para a autora, o rádio de fronteira proporciona espaço “para que as diversas representações sociais ali se encontrem, ganhem voz e se expressem, em toda a sua diversidade” (Raddatz, 2005, p.10).

3. O caso do programa *nossa terra, nossas canções*

Aos 67 anos, Divino de Oliveira Amaral, mais conhecido como Divino Amaral¹, é todo sorriso quando fala do programa que comanda há 29 anos. Ao longo dessas décadas, o orgulho do apresentador é saber que *Nossa Terra, Nossas Canções*, da Rádio Viçosa 95 FM faz parte do cotidiano de centenas de ouvintes de Viçosa e regiões vizinhas.

Já no início do programa, veiculado de segunda a sábado das 5 às 9 horas, a produção usa um

slogan para tentar uma proximidade e fazer com que os ouvintes da região rural de Viçosa e regiões circunvizinhas se sintam representados na irradiação: “trazendo o melhor do sertanejo há mais de 20 anos com muita alegria na sua manhã”. A Rádio Viçosa 95 FM entrou no ar em 17 de junho de 1988. Sua programação busca cativar o ouvinte com “carinho e informação aos lares de Viçosa pelas ondas do rádio”, conforme o slogan da emissora.

4. Metodologia

Adotou-se como metodologia o estudo de recepção com os ouvintes do programa *Nossa terra, Nossas Canções*. Inicialmente, realizou-se uma reflexão teórica sobre representações sociais, mediação, memória e identidade, dentre outros conceitos. Posteriormente, discutiu-se a relação rádio e ruralidades.

A etapa seguinte foi a realização das entrevistas em duas vertentes. A primeira dedicou-se a ouvir pessoalmente moradores para saber se percebem a representação do rural nas irradiações. Na perspectiva da produção do programa, o apresentador Divino Amaral foi entrevistado para verificar as estratégias adotadas no processo de fidelização do público rural.

A análise empírica foi desenvolvida, principalmente, por meio de grupo focal com idosos em função da experiência de vida dos mesmos. Isso porque, pessoas com mais idade teriam maior possibilidade de nortear a existência ou não de uma afinidade eletiva dos rurais com esse veículo de comunicação ao longo dos anos. As entrevistas foram caracterizadas pelo cotidiano dos entrevistados, com enfoque nos seus “lugares de pertencimento, territórios de sua existência”, que não são apenas delimitados física e geograficamente, mas também “territórios afetivos que se apresentam e reapresentam sistematicamente em suas falas” (RIBEIRO; BRASILIENSE, 2007).

Nessa perspectiva, utilizamos a técnica da *história oral*, já que segundo Paul Thompson (1992), a fala das pessoas tem um lugar central, permitindo ao pesquisador observar versões de determinado acontecimento ou contexto, sob a perspectiva da palavra falada de diversos narradores. Na abordagem oral, a história é escrita pela própria comunidade ou grupo de pessoas entrevistadas.

Dessa forma, as falas dos ouvintes e do locutor sinalizaram a identificação dos vínculos existentes na relação entre emissor e receptor na constituição de um “contrato de leitura” (VERÓN, 2004) no que se refere ao estudo de recepção. Verón preconiza que esse “contrato de leitura” nos atos da fala estabelece regras que regulam as relações entre os sujeitos. No caso do rádio, o ouvinte concederia uma “autoridade” ao locutor com sua fidelização de audiência em função de uma identificação, de um reconhecimento na ordem discursiva. Esse reconhecimento, por parte do receptor, influencia o radialista no seu discurso midiático, no conteúdo do seu programa, produzindo sentidos entre enunciador e receptor num processo recíproco entre produção e audiência.

5. Resultados e análise de dados

Nesta etapa do artigo, apresentam-se os resultados da pesquisa empírica, descrevendo detalhes das falas, sentimentos e sensações dos entrevistados para averiguar se os rurais são representados no rádio. Ao todo foram seis etapas de abordagem em Viçosa, sendo duas em áreas rurais – Buieie e Córrego São João; duas na cidade – no bairro Santo Antônio e no Vale do Sol; além das interlocuções individuais com o apresentador do programa analisado e dois ouvintes identificados pela pesquisadora em suas incursões: um lavrador rural, que trabalhava cortando cana enquanto ouvia rádio, aparelho colocado num galho de árvore; e uma doméstica que escutava rádio pedalando sua bicicleta em direção ao local de trabalho.

Considerou-se pertinente ouvir pessoas da zona rurale também da cidade, tendo em vista que Viçosa mantém traços de ruralidade, principalmente em função da indissociabilidade observada entre o rural e o urbano na perspectiva de João Ferrão (2000).

Foram abordadas 24 pessoas, quatorze das quais idosos e o restante na faixa etária de 41 a 57 anos. Desse total, dez homens e 14 mulheres, dentre eles aposentados, pensionistas, donas de casa, domésticas, comerciantes e autônomos, sendo 75% com renda entre um a dois salários mínimos. Em termos de escolaridade, 80% têm primeiro grau incompleto, apenas dois concluíram o segundo grau. Os demais são analfabetos.

As entrevistas em grupo, em sua maioria, foram realizadas na casa de um dos colaboradores, que se responsabilizava em organizar a reunião. Os principais questionamentos da abordagem giraram em torno do significado e da importância do rádio, da representação do rural nas irradiações e de aspectos ligados com modos de vida, identidade, memória e mediação. Para tanto, considerou-se importante fazer nossa análise estabelecendo uma discussão entre os dados levantados na entrevista com esses conceitos.

Modos de vida rural

Sobre modos de vida rural, tomou-se como ponto de partida a pesquisa referencial de Antônio Cândido (1964) que, em sua tese de doutorado, analisou os caipiras paulistas no município de Bofete, nos anos de 1948 a 1954. O termo caipira, para Cândido, expressa um “modo-de-ser”, um estilo de vida e não um tipo racial. O objetivo do estudo foi conhecer os meios de vida entre caipiras paulistas para entender a vida social dos mesmos, suas formas de organização, dentre outros aspectos. No viés antropológico, ele buscou reconstruir a história por meio de relatos dos informantes, e na perspectiva sociológica, analisando dados históricos e estatísticas.

Os idosos, principalmente os avós, exercem papel importante como agentes mediadores, demarcando os elementos que devem ser ordenados, que têm coerência e sentido na transmissão da memória (CANDAU, 2015). Dentre os entrevistados de Cândido (1964), os idosos também foram fundamentais para identificar traços da cultura caipira tradicional, de tempos antigos.

Foram entrevistados vários idosos por entender a função desses agentes sociais no resgate de lembranças, traços de cultura e também da tradição que, segundo Candau (2015), se liga num passado atualizado no presente, incorporando o imaginário, a exemplo de um dos relatos:

“No tempo do meu pai a gente morou numa fazenda, ficamos muitos anos lá. Lá a gente fazia de tudo, lida na roça, tirava leite. O fazendeiro morreu ficou o filho dele, aí tem umas vacas que dão de 30 a 40 litros de leite por dia. O rádio fica amarrado no alto assim. Diz ele que as vacas dão leite por música. A fazenda fica lá em Porto Firme. O Rádio fica ligado direto quanto ele tira leite, é por máquina e é mais fácil” (homem 4, aposentado, morador do bairro Santo Antônio, 76 anos).

Na sociedade caipira tradicional, a solidariedade aparece como uma marca significativa, independente do tipo de moradia, pois as relações de vizinhança “constituem entre família e o povoado, uma estrutura intermediária que define o universo imediato da vida caipira, e em função da qual se configuram as suas relações sociais básicas” (CÂNDIDO, 1964, p. 40).

A mediação no processo de reconhecimento do rural no rádio

Placide Rambaud (1969, 1973) sinaliza que a comunicação é um elemento importante na sociedade rural. O autor utiliza o exemplo do jornal impresso para discutir as práticas comunicacionais dessa população. Esta mídia estaria associada diretamente com o cotidiano da cidade, difundindo informações e cultura tipicamente citadinas, longe das tradições do campo. O jornal propõe para a sociedade rural modelos sociais dentro das normas e dos desejos da cultura dominante. Todavia, a mídia escrita desperta menos interesse dos rurais, principalmente dos agricultores, por ser mais abstrata que a comunicação oral.

O rádio, por sua vez, tornou-se um meio que permitiu conectar o que vem das culturas camponesas com o mundo da sensibilidade urbana. Conservando suas falas, suas canções e os traços de seu humor, o rádio faz a mediação entre a tradição e a modernidade (BARBERO,

“Tem músicas que falam sobre a roça. Ah, tem uma que fala do ovo, da batata frita e do leite, de Teodoro e Sampaio. Fala da lida na roça, da comida” (mulher 11, moradora do Córrego São João, 46 anos).

Nesse viés, uma entrevistada conta um caso ligado a tradição da roça, de uma forma bem humorada:

“Tem uma música que fala da água no leite, que mexeu com muita gente. Os cargueiros vendiam de charrete na porta da gente. Teve gente que já viu um deles pegar água do córrego que tinha aqui antigamente pra completar o leite pra lucrar mais” (mulher 11, moradora do Córrego São João, 46 anos).

O que torna o rádio popular é sua ligação com a vida das pessoas, conforme percebemos em algumas falas dos entrevistados:

“**O rádio é o pai e a mãe da comunicação**” (homem 4, morador do bairro Santo Antônio, 76 anos).

“**A gente tem identificação com o Rádio** porque o rádio é muito importante, tem muitas notícias, tem coisa que a gente fica sabendo através do rádio” (homem 3, morador de Nova Viçosa, 64 anos).

Segundo Barbero (2003, p. 306-328), as características regionais dimensionam o funcionamento de emissoras, com foco nas necessidades locais e nos apelos à participação coletiva em ações de apoio às demandas populares.

“Quando a gente tem algum evento aqui na roça ele sempre divulga. Divino é muito popular e aí é bom divulgar as coisas no programa dele que o povo fica sabendo e vai” (mulher 12, moradora do córrego São João, 51 anos).

A conexão com o cotidiano da cidade também foi destacada na perspectiva de consumo e das relações sociais:

“As promoções a gente fica sabendo pelo rádio, né, no supermercado, na loja. A gente junta um dinheirinho e pede alguém que vai na cidade pra trazer. Pede assim: fulano você vai na cidade hoje? Pode trazer isso e aquilo pra mim? Porque as vezes a gente não pode ir” (mulher 5, moradora de Buieieí, 42 anos).

O rádio toma dimensões de amigo, de companheiro de todas as horas:

“Eu gosto por todo motivo: é música, informação. Também quando a gente tá em casa trabalhando, distrai a mente, alegra a vida da gente” (mulher 12, moradora do córrego São João, 51 anos).

Na lida da lavoura o radinho à pilha é companhia certa:

“Levo o rádio para onde eu vou. Ele me distrai. Quando eu tô aqui cortando cana com o radinho ligado, esqueço dos problemas, o tempo passa rapidinho e quando pensa que não, o serviço acabou” (homem 9, 61 anos, lavrador rural, morador de Buieieí).

Até mesmo no percurso para o trabalho ele é imprescindível, como é o caso da entrevistada que pedala aproximadamente 40 minutos do seu bairro até o condomínio onde trabalha como doméstica:

“Venho na bicicleta ouvindo Divino Amaral pra me distrair, pra ficar mais alegre. O tempo passa mais rápido. Só não ouço mais quando o celular descarrega (...) o rádio pra mim é alegria. Todo dia quando acordo, às 5 horas, eu tenho que ligar o rádio. Se não ligar eu sinto que alguma coisa tá faltando. Aí em penso assim: nossa, hoje eu não ouvi Divino Amaral” (mulher 14, moradora do bairro Amoras, 40 anos).

A ligação com o rádio chega a ser tão intensa como constatamos em alguns relatos, que podemos considerar que ele passa a ser uma extensão do corpo:

“Eu sem rádio não sou ninguém. Não saio pra rua sem meu radinho. Acordo às 5 horas da manhã e a primeira coisa que eu faço é ligar o rádio. As vezes ligo e volto a dormir mais um pouquinho. Eu levanto e o rádio vai pra cozinha comigo também. Quando saio pra fazer caminhada ele vai comigo” (mulher 6, moradora do Vale do Sol, 72 anos).

A comunicação torna-se, assim, uma questão cultural não só de conhecimentos, mas de “reconhecimento” (BARBERO, 2003). E os ouvintes se reconhecem na figura do locutor, que também tem seu perfil associado com a roça:

“Ele é da roça, né. Tem um sítio aí pra baixo que tem sempre encontro de cavaleiro aí ele tá sempre junto, vem sempre. Ele participando dos eventos da gente {} Ele é mais verdadeiro, tá perto das coisas da gente...participa de cavalgada, de eventos da igreja. Tá sempre perto da gente” (mulher 11, moradora do Córrego São João, 46 anos).

A representação a partir da participação e da identificação dos ouvintes

Assim, as *estratégias* de produção e as *táticas* de recepção (CERTEAU, 1994) são mediadas pelos movimentos de sociabilidade, em suas mudanças na trama das relações cotidianas, resultando em modos e usos coletivos de comunicação. No rádio, os ouvintes tornam-se produtores de conteúdo da programação e reforçam os laços identitários. Esses agentes transmitem informações, impressões, ideias notadamente absorvidas pela equipe do programa e “como em qualquer fenômeno memorial, as informações adquiridas são arranjadas pelo grupo ou pelo sujeito, condição indispensável para a inovação e para a criação” (CANDAUI, 2015, p. 154-155).

Exemplo disso é uma vinheta do programa idealizada por um dos ouvintes de forma bem criativa:

“{}ele fala de curral, né, manda alô pro pessoal que trabalha no curral tirando leite. Aí ele fala **‘não existe curral sem Divino Amaral’** (risos, mencionando uma vinheta do programa). E Quem criou isso (vinheta) foi um morador aqui da região, o Zé Antônio Guimarães. Ele tava contando um caso pra Divino, e disse assim: pois é Divino, não existe curral sem Divino Amaral. Daí divino colocou isso no ar” (mulher 11, moradora do Córrego São João, 46 anos).

As pesquisas mais recentes dos modos de vida dos rurais centram-se na análise da relação entre as diferentes práticas cotidianas nos ambientes de trabalho, de vida familiar, de consumo e lazer e, por outro lado, entre as relações que o conjunto destas práticas cotidianas estabelecem com as relações sociais mais gerais (GUERRA, 1993).

Ela situa os “modos de vida” nos estudos de processos de “interação”, “interpenetração” entre os “sistemas pessoais” e os “sistemas sociais”. Nessa dimensão sociológica incluindo “práticas”, “estruturas” e “representações”, surgem novos conceitos como o de “identidade”, que permeia as questões relacionadas como os modos de vida (Guerra, 1993, p. 66), norteando a integração entre percepção e ação do indivíduo no mundo, suas articulações numa rede de pertença a categorias sociais ou comunidades.

Nativo de Viçosa e filho de família de tradição rural, Divino Amaral percebe a identificação, o sentimento de pertencimento do seu público em relação ao programa. Ele faz questão de demonstrar que é um legítimo representante do “povo da roça”. “Eu falo a língua deles, sou igual a eles, toco as músicas que eles gostam”, assinala ao mencionar que quando chega em um canto ou outro de comunidades rurais sempre vem alguém dizer “Oh, Divino, a gente gosta de você porque você fala que nem nós”.

O conceito de identidade é parte integrante “do vocabulário e dos níveis de análise dos modos de vida” (GUERRA, 1993, P.70). A identidade é constituída em duas dimensões: uma pessoal pela imagem que o sujeito faz de si e social a partir da identificação e do sentimento de

pertença social a grupos, como observamos em nossas entrevistas:

“O Divino é roceiro que nem nós. Fala sempre do pessoal da roça, dá alô pro pessoal da roça. Ah, me identifico mesmo com ele porque ele fala a mesma língua da gente, né?! (homem 9, lavrador rural, morador de Buieíé, 61 anos).”

A identidade e a memória estão coadunadas, segundo Candau (2015). A memória forte corresponde a uma identidade forte e ambas mobilizam a cultura de um grupo social. A construção da memória é classificada por Halbwachs (2006) como “fenômeno coletivo e social”, que passa por “flutuações, transformações e mudanças constantes”. A constituição dessa “memória coletiva” possibilita o surgimento de uma “comunidade de afeto”, na concepção de Halbwachs (2006). Pollak (1989) sugere que existem mediadores autorizados pela alteridade, capazes de despertar o sentimento de pertencimento, de identidade:

A construção da identidade é um fenômeno que se produz em referência aos outros, em referência aos critérios de aceitabilidade, e que se faz por meio da negociação direta com os outros (POLLAK, 1992, p. 205).

Os meios de comunicação têm um lugar central nesse processo, potencializando o exercício de identificação, de reconhecimento, por intermédio do discurso midiático. Todos os entrevistados foram unânimes em dizer que percebiam traços do rural nas irradiações do programa em estudo e em irradiações de outras emissoras de Viçosa, cidade marcadamente delineada por elementos de ruralidade:

“Ele dá mais atenção pro pessoal da zona rural. A gente se sente valorizado. Ele lembra do pessoal da roça. Ele prestigia a gente. Ele manda abraço todo dia. Vai falando o nome do pessoal das ruas, de rua em rua...do Córrego São João” (mulher 12, moradora do córrego São João, 51 anos).

“Aqui tem muito curral, né. Aí Divino manda alô pra Alessandro, pra Beto, pra esses meninos que tira leite. Quando a gente passa por esses curral aí afora ouve os rádio tudo ligado no programa dele” (mulher 12, moradora do córrego São João, 51 anos).

A família como elemento central na representação do rural na mídia radiofônica

A partir dos depoimentos identificamos a existência de uma representação de “família” constituída pelos ouvintes em torno da programação, tendo o locutor como mediador dessa instituição por envolver o público numa relação íntima, de proximidade, ao usar um tom coloquial, divertido e, por vezes, emotivo, confidencial, criando assim uma sensação de familiaridade.

No rádio, especificamente em programas similares ao do nosso estudo de caso, a família é automaticamente constituída pelo apresentador e compartilhada pelos ouvintes. Alguns ouvintes dessa “família” nem se conhecem mas compartilham dos mesmos anseios, gostos, e de preferências semelhantes. Outros se conhecem e interagem pessoalmente ou na programação.

“No rádio, a gente é uma família. A gente faz amizade, tem preocupação um com o outro, sente saudade. Quando dou falta de uma amiga que não fala no ar faz tempo eu ligo e pergunto logo: cadê fulana, ela tá sumida, tô sentindo falta dela.” (mulher 6, moradora do Vale do Sol, 72 anos).

Em alguns casos os laços de parentesco se concretizam nas famílias de origem:

“{} Além de tudo é amigo da gente (falando de Divino Amaral). A mãe dele é madrinha de uma filha minha, então é muito importante. É nosso familiar nesse sentido” (homem 4, aposentado, morador do bairro Santo Antônio, 76 anos).

Quem não gosta de visitar seus parentes de maior estima? Entre os ouvintes essa é uma prática usual. Ir ao estúdio e ficar perto do locutor preferido, tido como um ente familiar, é sempre um grande prazer, como podemos exemplificar em duas falas:

“A rádio é nossa casa. Nossa turma vai lá fazer visita e a gente fecha o estúdio (risos) leva salgado, refrigerante...depois do programa a gente vai pra nossa cozinha [risos, mencionando o espaço do estúdio onde os ouvintes são recebidos] (mulher 6, moradora do Vale do Sol, 72 anos).

Segundo os entrevistados, é exatamente pela família que o gosto pelo rádio começa:

Aprendi a gostar de rádio com minha mãe. Enquanto minha mãe não ouvia o Momento de Fé (referindo-se a outra emissora), com as músicas e as mensagens ele não levantava para fazer o café.” (mulher 7, dona de casa, 53 anos, moradora do Centro).

A música é outro elemento identificador dessa “família”. Todos os entrevistados foram unânimes em apontar o estilo sertanejo ou caipira como repertório preferido deles e um elemento de representação do rural no rádio. Conservada na memória dessa audiência, a moda de viola tem o rádio como principal mediador, criando laços identitários com seu público por levar ao ar suas canções, seus costumes, seu modo de ser:

“Meu público gosta mesmo das músicas sertanejas. Eu toco o caipira de raiz, a música de viola e o sertanejo universitário também, porque Viçosa é uma cidade universitária, né?! Então eu tenho que atender a todos os pedidos” (Divino Amaral, apresentador).

A música remete lembranças profundas do passado.

Há um mês atrás eu perdi meu pai e o que meu pai mais gostava de fazer era tocar sanfona. Hoje mesmo eu passei perto da casa de um vizinho que estava com o rádio ligado e estava tocando uma música só com o toque da sanfona e eu lembrei dele na hora (homem 6, morador do bairro Santo Antônio, 41 anos).

Observou-se nas entrevistas uma memória constituída por uma espécie de família modelada em torno do programa analisado. Seguindo o prisma de Moscovici (1984) todas as representações têm o propósito de transformar algo que não é familiar em familiar ou a não familiaridade em familiar, motivo pelo qual as pessoas constroem as representações sociais. Candau (2015) sinaliza que a memória familiar procede de uma identidade individual, histórica, social e cultural, obedecendo ao princípio de localidade, ou seja, do enraizamento nos lugares.

6. Considerações finais

A partir do estudo de recepção, da reflexão teórica e das observações diante do programa Nossas Terras Nossas Canções, avaliamos que o rádio ainda permanece presente no cotidiano dos rurais, proporcionando sensações de intimidade e de proximidade. A modernidade parece não ameaçar essa mídia tradicional, que ainda consegue criar vínculos identitários, laços afetivos, e promover a representação social do rural em suas irradiações.

Comprovamos isso no sorriso largo e no brilho do olhar entre os ouvintes entrevistados quando a prosa do dia girava em torno do rádio na nossa pesquisa empírica. Durante as conversas ou nas pausas para um cafezinho, com direito a alguns quitutes mineiros, muitas gargalhadas ressoavam histórias antigas e atuais sobre os traços de identificação entre o público e o radialista preferido.

Esse vínculo com o rádio, muitas vezes com tom de euforia ou emoção, foi demonstrado de forma tão significativa que tornou-se nítida a constituição simbólica de uma “família” em torno de uma programação, tendo como base fundamental a grande interatividade do público. Assim como na família sanguínea, esses vínculos se mostravam intensos de várias formas: por meio de participação telefônica para um dedinho de prosa com o locutor, para pedidos de músicas ou recados para alguém especial, como uma mensagem de aniversário, dentre outras.

A exemplo do ambiente familiar, o público ouve rádio para se divertir, se emocionar, dialogar, desabafar, pedir ajuda, se solidarizar. O tom acolhedor do locutor, mandando um abraço para um, dedicando uma música para outra pessoa, citando nomes de quem está na lida da roça e de outras tantas pessoas conhecidas, são estratégias para conquistar a fidelização do público,

que está em sintonia constante com essa “família”.

No programa Nossas Terras Nossas Canções, o apresentador Divino Amaral utiliza estratégias pontuais como as citadas ao longo deste artigo para gerar uma familiaridade com seu público, sobretudo o rural. A começar pela escolha do repertório musical, estruturado pelas melodias caipiras, sertanejas. Outra faceta é a referência ao campo, a lida na roça, ao momento em que o leite da vaca está sendo tirado, ao café da manhã com broa de milho.

São apropriações vivenciadas por ele em seu cotidiano familiar, pois morava na roça, ouvia programa de rádio desde menino ao lado dos irmãos e dos pais, e até criou uma dupla de viola com um dos irmãos. Trouxe a herança familiar rural para o rádio e dessa forma cativa seus ouvintes há mais de duas décadas. O radialista busca transmitir a tradição oral de grupos envolvidos em seu programa. É o uso social da memória.

Assim, as pessoas do campo se sentem representadas nas irradiações, tendo como mediador o apresentador Divino Amaral, que utiliza uma linguagem jocosa, um jeito de homem simples, que conta “causos”, e transforma seus ouvintes em personagens. A partir do estudo de caso deste programa popular, podemos considerar que o rádio é um veículo mais coadunado com a vida de comunidades rurais por se aproximar das práticas comunicacionais cotidianas dessa população. Este veículo de comunicação constitui-se, então, como um espaço de encontro, local onde as sociabilidades são refundadas.

Notas

1. Todas as entrevistas com o apresentador e os ouvintes do programa do estudo de caso foram concedidas no período de 2 de setembro a 2 de novembro de 2015.

Referencias bibliográficas

Alexandre, Marcos. **O papel das mídias na difusão das representações sociais**. *Comum* - Rio de Janeiro - v.6 - nº 17 - p. 111 a 125 - jul./dez. 2001.

BARBERO, Jesús Martín. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

CANDAU, Joël. **A Antropologia da Memória**. São Paulo: Instituto Piaget, 2015.

CANDIDO, A. **Os parceiros do Rio Bonito**. Estudo sobre o caipira paulista e a transformação dos seus meios de vida. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1964.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

FERRÃO, João. **Relações entre mundo rural e mundo urbano: evolução histórica, situação actual e pistas para o futuro**. IN: *Sociologia, Problemas e Práticas*, nº 33, 2000, pp. 45-54. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/pdf/spp/n33/n33a02.pdf> >. Acesso em 15 de setembro de 2015.

GUERRA, Isabel. **Modos de vida**: novos percursos e novos conceitos. *Sociologia – Problemas e Práticas*. 1993. p. 59-74.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=317130/>>. Acesso em 15 de setembro de 2016.

JODELET, Denise. **Representações sociais: um domínio em expansão**. In: JODELET, Denise (Org.). *As representações sociais*. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2001. P. 17-44

MOSCOVICI, Serge. **Das Representações coletivas às representações sociais: elementos para uma história**. In: JODELET, Denise (Org.). *As Representações sociais*. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2001. p. 45-65.

Raddatz, Vera Lucia Spacil. **As Representações da Identidade Cultural no Rádio de Fronteira**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação- Mesa temática: Comunicação Cultura e Fronteira, 2005, Rio de Janeiro. CD Rom do 28º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005.

RAMBAUD, Placide. **Société Rurale et Urbanisation**. 1ª ed. Paris: Ed. du Seuil, 1969.

_____. **Sociedade rural e urbanização**. Paris: Edições de Seuil, 1973, 2ª edição.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; BRASILIENSE, Danielle Ramos. **Memória e narrativa jornalística**. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; FERREIRA, Lúcia Maria Alves (Orgs.). *Mídia e memória. A produção de sentidos nos meios de comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007. p. 219-236.

THOMPSON, Paul. **A voz do passado: história oral**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: UNISINOS, 2004.

1. Possui graduação em Jornalismo pela Universidade Federal do Espírito Santo (1989); especialização em Gestão em Assessoria de Comunicação pela FAESA (Faculdades Integradas Espírito-santenses), em 2002; mestrado em Comunicação, Imagem e Informação pela Universidade Federal Fluminense, UFF, Niterói (2005). Desde 2006 é professora de Jornalismo na Universidade Federal de Viçosa (UFV/MG), tendo ocupado o cargo de Coordenadora de Comunicação Social da mesma instituição (2008-2015). Atualmente é doutoranda no Programa de Pós-graduação em Extensão Rural da UFV/MG. email: katiafraga@ufv.br

2. Possui graduação em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo (1984), mestrado em Antropologia Social pela Universidade de São Paulo (1991) e doutorado em Antropologia Social pela Universidade de São Paulo (1997); e pós-doutorado no Programa Postdoctoral de Investigación en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud da CLACSO. Atualmente é Professora Departamento de Economia Rural da UFV e também do Programa de Pós-graduação em Extensão Rural na mesma instituição. Tem experiência na área de Antropologia, com ênfase em Antropologia Rural, atuando nos seguintes temas: 1) cultura, processos sociais e identidades; 2) políticas culturais no meio rural; 3) extensão rural e grupos étnicos; 4) geração e juventude no meio rural. É coordenadora do Observatório da Juventude Rural (UFV).

3. Possui graduação em Ciências Sociais na Universidade Federal de Juiz de Fora (1992), especialização em Ciências da Religião, também, na Universidade Federal de Juiz de Fora (1993); mestrado em Extensão Rural pela Universidade Federal de Viçosa (1997); doutorado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (2001); pós-Doutorado no Centro de Investigações em Ciências Sociais da Universidade do Minho, em Portugal (2013). Atualmente é professora do Departamento de Economia Rural da UFV e também do Programa de Pós-graduação em Extensão Rural na mesma instituição. É Coordenadora do GERAR: Grupo de Estudos Rurais: Agriculturas e Ruralidades, no qual desenvolve pesquisas sobre os seguintes temas: 1) Gênero e geração de tecnologia nas Ciências Agrárias; 2) Relações de gênero e geração no campo; 3) Mudanças nos modos de vida no campo; 4) Mobilidade cotidiana entre campo e cidade; 5) Mudanças nos usos dos meios de comunicação no campo. Exerce, ainda, as atividades de editora do Boletim Por Extenso, do referido Programa de Pós-Graduação; membro do Conselho Editorial da UFV; e presidente da Comissão de Pesquisa do Departamento de Economia Rural.

4. Estudante do curso de Jornalismo na Universidade Federal de Viçosa; e atualmente é bolsista da FAPEMIG (Fundação de Amparo à Pesquisa de MG); e integrante do grupo de pesquisa GERAR (Grupo de Estudos Rurais: Agriculturas e Ruralidades).

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 38 (Nº 27) Año 2017

[Índice]

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a webmaster]

©2017. revistaESPACIOS.com • Derechos Reservados