



"Vida Caipira" Da Unesp Fm: A Busca Pelo Caipira Bauruense¹

Wellington César Martins LEITE²

Mestrando em Comunicação Midiática da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - Bauru

Resumo

O presente artigo faz uma análise do programa de rádio Vida Caipira, da UNESP FM - Bauru - SP. Usando conceitos de Jesús Martín-Barbero e Nilda Aparecida Jacks, buscamos um caminho para analisar o programa no que se refere à produção da mensagem: locução, vinhetas e seleção musical. Baseando-nos nos textos de Waldenyr Caldas e Antônio Cândido, percorremos a história do caipira, da sua origem a até meados dos anos 1990. Buscamos também entender como a emissora pública, cultural e educativa representa o caipira (ente ancestral dos bauruenses) nesses tempos de Sertanejo Universitário. A Rádio UNESP FM acaso cumpre o papel de resgate da identidade popular e serve para apresentar às novas gerações a música do passado?

Palavras-chave: Rádio; Música; Caipira, Representação; Comunicação.

1 - INTRODUÇÃO

1.1 - Sobre o termo "sertanejo"

Dos pampas aos seringais: Brasil um país culturalmente homogêneo?

Partimos da pergunta acima pensando nos padrões brasileiros que a mídia insiste em impor-nos e a todos que veem o Brasil pelos meios de comunicação. *Grosso modo*, um país de tamanho continental com o maior carnaval do mundo, língua única, onde talentos futebolísticos nascem espontaneamente nas favelas, cujo povo é simpático e sem preconceitos.

Essas e outras inúmeras qualidades “genuinamente brasileiras” são apenas algumas das frequentes simplificações que os meios de comunicação fazem a respeito de tudo.

As inovações tecnológicas e os estudos de autores brasileiros e latino-americanos da

1. Trabalho apresentado no DT 4 – Audiovisual do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

2. Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da UNESP - Bauru. e-mail: wellington_cml@hotmail.com



Comunicação e outras disciplinas têm dado mostras suficientes das variadas cores que compõem nossa realidade. Podemos fazer coro com a brincadeira popular de que o Brasil é “pura mistura”, assim como toda América Latina também o é. Os motivos todos sabemos e o poeta Olavo Bilac ilustrou bem o início da gente e da cultura brasileiras, no poema “Música brasileira”:

“De selvagens, cativos e marujos:/ E em nostalgias e paixões consistes,
Lasciva dor, beijo de três saudades,/ Flor amorosa de três raças tristes.”
(1964, p.263).

Por “marujos”, além dos portugueses, podemos adicionar todos os que, mais tarde, vieram ao país. Hoje, partes importantes da nossa formação cultural.

Porém, uma das mais populares manifestações culturais brasileiras, fruto de anos dessa mistura, apesar de presente nos meios de comunicação desde os primórdios, sempre foi taxada como “de baixo nível”, cultura popularesca, menor. Nas academias, “baixa cultura”. Estamos falando da cultura sertaneja. Mesmo tratamento dispensado a tudo que é “popular”, aproximadamente até fins do século XX.

Ora, por sertanejo podemos localizar muitos brasileiros, basicamente os do interior dos estados do Rio de Janeiro, Espírito Santo, São Paulo, Minas Gerais, Mato Grosso e Paraná (Tinhorão, 1991, p.193), mesmo que, na década de 1920, os "sertanejos mais famosos" fossem nordestinos (idem, p.207). Darcy Ribeiro (2006, p.312 e 317) defende que os sertanejos estejam no nordeste e centro-oeste do Brasil, destinando aos paulistas o adjetivo "caipira" (idem, 2006, p.346). Antônio Cândido também (1987, p. 21). Aliás, o próprio Antônio Cândido (idem, p.79) identifica um certo "lençol de cultura caipira", mesmo com variações, por toda capitania de São Paulo, abrangendo Minas Gerais, Goiás e Mato Grosso.

Atualmente o adjetivo "sertanejo" é, notoriamente, um termo usado para classificar um tipo de música (não importando sua origem). Pesquisadores como Waldenyr Caldas, Roberto Corrêa, Álvaro Catelan e Ladislau Couto e José Ramos Tinhorão enfatizam uma divisão: caipira é a música dos primórdios, aquela feita no campo e trazida para cidade ou que fala sobre o campo; sertaneja é já o produto da Indústria Cultural, geralmente falando de amor, "dramas passionais e desequilíbrios emocionais do homem urbano" (Catelan & Couto, 2005, p.39).

Para Tinhorão (1991, p. 198), o interesse do público urbano pelas primeiras modas-de-violão que idealizavam o campo e o bucolismo era fruto do choque de realidade



(desemprego, carestia, falta de paz, etc.) causada pela expansão das primeiras indústrias nos centros urbanos. Mas, não se pode dizer que seja um produto exclusivo da cultura da paulista (Caldas, 1979, p.12).

Sua abrangência também não, como mostra o Quadro 1:

Primeiras 5 posições do Ranking "Compositores + Rendimento" do ECAD					
	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Janeiro de 2010	1- Victor Chaves 2- Sorocaba 3- Rick 4- Dorgival Dantas 5- Euler Coelho	1- Victor Chaves 2- Roberto Carlos 3- Erasmo Carlos 4- Beno César 5- Solange de César	1- Victor Chaves 2- Rick 3- César Augusto 4- Zé Henrique 5- Nando Reis	1- Victor Chaves 2- Roberto Carlos 3- Nando Reis 4- Rick 5- Sorocaba	1- Victor Chaves 2- Sorocaba 3- Rick 4- Dorgival Dantas 5- Euler Coelho
Janeiro de 2011	1- Roberto Carlos 2- Sorocaba 3- Erasmo Carlos 4- Pe. Zezinho 5- Pitty	1- Roberto Carlos 2- Victor Chaves 3- Erasmo Carlos 4- Ramon Cruz 5- Nando Reis	1- Sorocaba 2- Victor Chaves 3- Humberto 4- Rick 5- Zé Henrique	1- Sorocaba 2- Victor Chaves 3- Thiaguinho 4- Roberto Carlos 5- Erasmo Carlos	1- Sorocaba 2- Victor Chaves 3- Rick 4- Thiaguinho 5- Zé Henrique
Janeiro de 2012	1- Victor Chaves 2- Pe. Zezinho 3- Sorocaba 4- Erasmo Carlos 5- Pe. Reginaldo Manzotti	1- Victor Chaves 2- Roberto Carlos 3- Thiaguinho 4- Erasmo Carlos 5- Paula Fernandes	1- Victor Chaves 2- Sorocaba 3- Gustavo Lima 4- Euler Coelho 5- Paula Fernandes	1- Victor Chaves 2- Sorocaba 3- Thiaguinho 4- Roberto Carlos 5- Erasmo Carlos	1- Sorocaba 2- Victor Chaves 3- Gustavo Lima 4- Thiaguinho 5- Paula Fernandes

Fonte ECAD

Uma explicação é necessária para melhor compreensão deste quadro dos compositores mais lucrativos dos últimos três anos: Victor Chaves é o autor da dupla sertaneja Victor & Léo. Sorocaba é o autor da dupla Fernando e Sorocaba. Rick faz dupla com Renner. Dorgival Dantas é compositor, sanfoneiro e cantor potiguar de forró. Zé Henrique também atua no sertanejo universitário em dupla com Gabriel. Humberto faz dupla com Alencar. César Augusto fazia parte da dupla César & César, até a morte do parceiro e hoje ostenta mais de duas mil composições, desde o sertanejo romântico dos anos 1990.



Euler Coelho, além de autor, é empresário da dupla João Bosco e Vinícius. Ramon Cruz é baiano e compositor de axé. Paula Fernandes é cantora solo e compositora de músicas sertanejas, bem como Gustavo Lima. Thiaguinho é autor de pagodes.

Os padres Zezinho e Reginaldo Manzotti e os compositores Beno César e Solange de César dedicam-se ao ramo religioso.

E para fecharmos a explicação, acreditamos que Erasmo Carlos, Roberto Carlos, Nando Reis e a roqueira baiana Pitty são os nomes mais facilmente reconhecíveis dessa lista.

Se antes o consumo desse tipo de músicas era considerado precário, em segundo plano nas gravadoras e lojas de disco, Caldas nos lembra que além dos parques consumidores na capital e no interior, havia uma verdadeira multidão de "consumidores em potencial" (1979, p.28 a 35), esperando melhorar sua condição de vida para poder consumir também.

Hoje, talvez essa hipótese se confirme, devido à melhora da economia das últimas décadas.

Findaram-se a alta e a baixa cultura (pelo menos a busca por delimitações). Hoje, podemos sentir um movimento distinto do que ocorria décadas atrás: o popular tornou-se admirável e rentável.

Em entrevista a um programa de televisão, o cantor e compositor Renato Teixeira registrou que a música brasileira sofreu um deslocamento do eixo Rio-São Paulo para o interior.

Se antes alguém ouviria um programa policial ou de músicas popularescas com algum receio, escondendo-se de possíveis testemunhas e do preconceito (Caldas, 1979, p.31), ou dizendo que tomou conhecimento sobre o fato ou música no rádio da “empregada”, hoje o inverso: programas policiais e músicas popularescas dominam a televisão, o rádio, o jornal impresso, a internet.

Os que ouvem o sucesso do momento ostentam-no sem pejo nos sons automotivos e nos aparelhos pessoais de reprodução de músicas, frequentam feiras agropecuárias ou salões nobres, usam roupas e acessórios dos seus ídolos, publicam conteúdo nas redes sociais, etc.. Ou seja, consomem e reproduzem o conteúdo preferido.

Atualmente, a bola da vez é o chamado “sertanejo universitário”. Talvez pela desfragmentação dos vários sertões nas metrópoles, esse gênero antigo, antes ligado ao trabalho, à religião, às “coisas” do campo, aos relacionamentos familiares e a algumas piadas ou “causos”, transformou-se: é a música da festa, da “balada”, da “pegação”, bebedeiras e liberdade sexual misturada com desbragado romantismo. Caldas (1979,



p.11) identifica o nascimento dessa situação na década de 1970: seria um efeito das horas escorchantes de trabalho por baixo salário, péssima qualidade dos serviços públicos e sua substituição por privados. Tudo o que se quer é "não sentir solidão na cidade grande". Cansados da dura realidade, preferem a música que fala de amor e diversão.

Assim, a temática do campo, da religiosidade e dos causos caipiras, sem mencionar os desafios entre violeiros e as coreografias, usados na lida campestre cedeu espaço à essa música "desterritorializada" de hoje. Antes masculina e hoje permitindo que mulheres toquem, cantem e componham. Antigamente, reflexo das Entradas e Bandeiras que originaram São Paulo e os estados de Minas Gerais, Paraná, Mato Grosso e Espírito Santo. Hoje, a soma das guitarras e efeitos sonoros de todas as partes do mundo.

Para finalizar mais uma parte, Waldenyr Caldas (1979, p.145) menciona em sua pesquisa o caráter conformista e alienante da música caipira. Característica que também identifica na música sertaneja, mais voltada para o consumo. De nossa parte, indicação importante, porém, nosso objetivo é encontrar o caipira da cidade de Bauru e o que pensa a respeito.

2 - RELAÇÕES ENTRE A RÁDIO E A CULTURA CAIPIRA

A cidade de Bauru, região centro-oeste do Estado de São Paulo, tem um histórico bastante distinto de algumas outras regiões. É "chão de passagem" (Sant'Agostino, 1995) por excelência: devido aos primeiros caminhos e os posteriores entroncamentos ferroviários (comunicação no seu sentido mais primário), à posição estratégica bem no centro do Estado, nunca teve os olhos voltados somente para a sua gente e sua cultura. Os "caipiras" daqui sempre tiveram muito contato com os turistas que circulavam pela cidade, espalhando as notícias dos centros mais desenvolvidos.

Mas, como as demais cidades do interior paulista, as programações musicais das suas emissoras de rádio estão repletas de música sertaneja há muitos anos. Sertanejo comercial desde sempre, seja o "romântico" dos anos 1990, seja o "universitário" dos últimos anos. Dentre essas emissoras, a cidade destaca-se por ter duas emissoras culturais e educativas, uma pública e outra privada.

Como sabemos, às emissoras culturais e educativas resta o que poucos querem: música erudita, instrumental de quaisquer gêneros e músicas que não fazem sucesso comercial. São elas a opção.



Buscando uma programação plural e mantendo a tradição das antigas músicas caipiras no rádio, a UNESP FM de Bauru, continua transmitindo as chamadas “modas de viola” em horário típico: no início da manhã, às 6 horas.

O programa “Vida Caipira”, apresentado pelo locutor Walter Lisboa, seguindo a programação de Sérgio Magson, tenta, como diz sua abertura, resgatar os valores e bens simbólicos das pessoas “simples do campo”. Por caipira, leia-se zona rural do estado de São Paulo (Cândido, 1987, p.22). E nessa programação musical, nada de “sertanejo universitário” nem “romântico”.

Usando os pressupostos de Jesús Martín-Barbero e Nilda Jacks vamos analisar dois programas “Vida Caipira”, no quesito “produção”: falas do locutor, vinhetas de abertura e encerramento e uma visão geral sobre a seleção musical. Assim, esperamos entender como se dá a representação do caipira nas ondas da UNESP FM.

De modo diverso do que Nilda Jacks, que analisou o renascimento dos movimentos gauchescos e os modos tradicionais dos sulistas – que acabaram por influenciar a mídia local –, deparamo-nos com o modo tradicional caipira relegado ao passado. O ouvinte sertanejo de hoje parece não ter apego aos costumes da roça, pelo menos não se manifesta dessa maneira. Pelo que observamos nos meios de comunicação, o sertanejo atual é vendido como algo novo, bem-sucedido, alegre e contagiante, não à toa, “universitário”.

Claro que todo o conteúdo veiculado não está livre de transformações por parte de quem o recebe. Há variações, nuances no uso que, em momento oportuno, gostaríamos de pesquisar.

Já o que Martín-Barbero denomina “hegemonia comunicacional do mercado na sociedade” (2004, p.35) explica a verdadeira máquina de incluir, transformar e excluir culturas (de todos os tipos) no onipresente “tempo-espço do mercado e das tecnologias globais”. Conseguiu-se transformar o sertanejo em fórmula de sucesso (Martín-Barbero, 2004, p.84). Nos últimos anos, o gênero foi e continua sendo usado para suprimir linguagens diferenciais e ampliar o público. Multiplicar o consumo. Do popular, construiu-se o maciço (idem, p.119). Caldas (1979, p.22) reforça a ideia: os agentes da Indústria Cultural fazem com que a cultura caminhe “*pari passu* com o dinheiro”.

Até aí nenhuma novidade gritante: como gênero, o sertanejo transforma-se desde o século XIX (Caldas, 1987, p.15).

O caipira aceitava as novidades e adaptava-as a sua realidade dura entremeada de folguedos, trabalho familiar e trabalho comunitário, resistindo à implantação das



fazendas (Ribeiro, 2006, p.352). Depois de vencido, integrou as culturas dos imigrantes europeus a sua.

Agora, o que mudou foi a amplitude. Ou, como bem observou Maria Immacolata Vassalo de Lopes (2001, p.31), num passado não muito distante, “a participação das classes populares no conjunto do mercado cultural” foi dos fenômenos culturais mais “escamoteados e simplificados em sua importância”. As “mestiçagens” corriqueiras que estavam restritas a comunidades, pequenas cidades e regiões, agora, extrapolaram suas próprias fronteiras, tomaram o Brasil e até o exterior.

Se antes, como atesta Lopes (1988, p.117) era, no mínimo, "curiosa" a lucratividade e sofisticação de grandes emissoras de rádio e o pouco ganho ou baixo status de seus ouvintes, hoje esse público ampliou-se e tornou-se a famosa "classe c", alvo da maioria das empresas (de comunicação ou não). Para Caldas (1979, p.22) na década de 1970 o uso da música caipira pela Indústria cultural torna essa realidade mais complexa, pois o consumidor “independentemente da classe social à qual pertence, já não possui autonomia suficiente para estabelecer seu próprio gosto estético”, ou para optar pelo gosto de sua classe.

Seguindo os passos de Martín-Barbero (2004, p.355): se as comunidades tradicionais aceitam facilmente “instrumentos tecnológicos e as imagens da modernização”, mas só dolorosa e lentamente recompõem seus valores mais antigos, podemos perguntar: A UNESP FM cumpre esse papel de resgate da identidade popular, de Bauru e região, mantendo em sua grade 45 minutos de músicas “caipiras”? O programa serve para apresentar às novas gerações a música do passado?

Após as leituras dos livros de Martín-Barbero, Jacks, Lopes e outros autores de grande importância para a comunicação, não é possível desconsiderar a realidade local, o contexto, ao se analisar um meio de comunicação. A dialogicidade (Freire, 1983, p.42), apregoada por Paulo Freire, ecoa nos conceitos sobre mediação. Como ser autêntico e atual sem dialogar com seus ouvintes?

Em nossa visão, as emissoras culturais e educativas seguem três padrões distintos que, às vezes, podem mesclar-se: as que seguem o objetivo primordialmente educativo, alfabetizante e que pouco estão presentes no Estado de São Paulo; as que defendem a posição de Roquete Pinto e são pontos de divulgação da cultura erudita; e as que usam a linguagem das FMs comerciais (e até músicas comerciais) para difundir informações de toda ordem a um público variado. Essas são a maioria.



A UNESP FM segue este último modelo: sua programação é plural, mas não-comercial. Procura aproximar a universidade da comunidade externa e valoriza os gêneros e informações que os meios de comunicação comerciais evitam.

Nesse cenário está inserido o programa Vida Caipira. Para a análise, selecionamos duas gravações, amostragem que se mostrou suficiente, já que o programa tem um roteiro bem rígido. Abertura e primeira fala do locutor (cumprimentos e fala sobre efemérides e santos do dia e anuncia os cantores que cantarão no programa). Seguem três ou quatro músicas e a segunda fala, dizendo quais músicas tocaram e qual a próxima atração. Depois de mais três ou quatro canções, a terceira fala também é dedicada a anunciar e "desanunciar" músicas. Depois do outro bloco de modas-de-viola, a quarta e última fala é dedicada a dizer quais músicas acabaram de tocar, um texto do tipo "auto-ajuda", de aconselhamento e o anúncio da última música do programa com a despedida. Todo esse esquema rígido é "recheado" de improvisações, desabafos e comentários.

Ouvimos os programas dos dias 30 de novembro de 2011 e 1º de dezembro de 2011. Cada um deles com 10 músicas e quatro falas, preenchendo 45 minutos da grade da UNESP FM.

2.1 – Sobre o programa

O Vida Caipira já está nessa grade há 20 anos, desde a inauguração da emissora. O apresentador também é o mesmo desde então. Em princípio, atendia ao público “caipira” que levantava cedo para ouvir música de raiz e enviava cartas para pedir suas canções prediletas e tecer comentários.

Começou ao vivo, com o nome de "Mundo Rural", de segunda a segunda, com uma hora de duração e, atualmente, é gravado e tem apenas 45 minutos. É seguido por um jornal chamado “Notícias do Campo” há poucos anos. Ambos parecem deslocados no tempo, mantendo clichês radiofônicos, tais como: o ouvinte rural acorda cedo e quer notícias sobre cotações de produtos agropecuários, valoriza falas com conotações religiosas e de aconselhamento, receitas culinárias, etc. Certamente um estudo de recepção poderia confirmar a validade desses clichês do rádio.

Ademais, a escolha por esse horário descumpriria o objetivo de uma rádio cultural e educativa não fosse o tipo de música sertaneja que veicula: as modas de viola. Podemos ouvir em quase todas as outras emissoras em frequência modulada da cidade - exceto uma - a música sertaneja nesse mesmo horário. A diferença é que nas outras, toca apenas o sertanejo lançado recentemente.



Como o gênero musical não se renova com a mesma frequência como nos tempos da estreia, o programa funciona mais como uma seleção de flashbacks. Poderíamos dizer que, em sua maioria, as modas de viola datam de antes da década de 1990, época que o romantismo sertanejo ganhou força no Brasil. Percebe-se que o programador garimpa canções rurais em discos de cantores e duplas mais recentes. Mas, inevitavelmente, toca músicas de Tião Carreiro e outros compositores da "velha guarda".

Num cálculo rápido e aproximado, podemos dizer que, os cinco programas semanais, integralizam 240 apresentações anuais. Essa pesquisa é iniciada com a análise de duas amostras, mas outras vinte e oito serão dissecadas.

2.1.1 - Bastidores

Aproveitando o convívio com os colegas da rádio Unesp FM, a título de registro, gostaríamos mostrar como funcionam as gravações do programa "Vida Caipira".

Como é semanal, normalmente o locutor grava todos os cinco programas de uma vez. Ainda no esquema locutor de um lado e operador de áudio de outro, enquanto está ao vivo apresentando outros programas (Conjuntos e Orquestras e Musical Unesp) Walter Lisboa aproveita os intervalos entre suas intervenções para gravar (os gravados são, além do Vida Caipira, Caindo no Choro).

Os operadores de áudio e editores envolvidos são Paulo Sérgio de Carvalho ou Luiz Aparecido Silvestre. Usam o *software* de edição *CoolEdit* para gravar e editar as falas. Depois de prontas, os *offs* são programados com as músicas caipiras já catalogadas no sistema InfoAudio. Esse sistema automatizou a programação da emissora, não sendo mais necessária a presença de locutores ao vivo.

2.2 – Vinheta de abertura

Os causos e crenças, promessas contidas na abertura do programa não apareceram nas edições analisadas - exceto as experiências do próprio apresentador e nas letras das canções.

Após introdução instrumental da música “Cheiro de Relva” (composição de Dino Franco e José Fortuna) e seus primeiros versos, o locutor Mário Moraes diz: “A UNESP FM apresenta...”.

Em seguida sobe a música de fundo (BG), e os cantores Chitãozinho e Xororó cantam “cheiro de relva”, confirmando ao ouvinte que a música de fundo é o famoso clássico do cancionário caipira e que é um exemplar desse sertão idealizado por migrantes.



Após alguns segundos, volta o locutor da vinheta: “Vida Caipira! Programa que retrata através da música de raiz, causos, lendas, crenças, a história da gente simples do campo!”

2.3 - A locução

O locutor também foge do que se espera de um apresentador de FM: alonga-se em suas intervenções e, para isso, usa de muita repetição, interjeições e simula uma conversa com o ouvinte, perguntando e logo respondendo - como se estivesse em uma rádio AM. Como sabemos, a locução AM é mais "personalista", exige do comunicador um domínio maior da técnica e do assunto, sempre espontaneamente. A prioridade é a simulação da "conversa" com o ouvinte.

A locução FM é, normalmente, pensada a não "atrapalhar" a programação musical (com melhor definição sonora, se comparada às AMs). Na rádio Unesp FM, as diferenças entre locução AM e FM persistem (inclusive o próprio Walter Lisboa, na apresentação de programas de outros gêneros musicais). Na imensa maioria das vezes, as locuções são curtas, comedidas, exatas, mesmo usando um ritmo mais lento do que a locução de FMs comerciais.

O locutor do Vida Caipira usa expressões como “comadre”, “compadre” a fim de estabelecer cumplicidade com seus ouvintes. Por exemplo:

- Bom Dia amigos, muito bom dia! Hoje é quarta-feira, quarta-feira 30! Aêh! 30 de novembro de 2011! E hoje é o último dia do mês de novembro, hein, compadre? 30 de novembro, bom dia! Amanhã, dezembrão! Eh, dezembro, hein? Muito bom! Então, começando aqui pela sua UNESP FM, em 105,7mhz, Bauru, São Paulo, mais uma edição do Vida Caipira! Eh, vidão!

De modo diferente do que faz em outros horários em que também é apresentador (nos quais tem linguagem padrão, palavras ditas de maneira clara, frases curtas e sem emotividade) o locutor “come” sílabas, fala cantado e com forte sotaque interiorano paulista (usando o famoso erre retroflexo), faz desabafos pessoais e exprime um lado emotivo. Como podemos constatar a seguir:

- No Vida Caipira vocês curtiram Almir Sater, dele e Paulo Simões, Pagode bom de briga. As irmãs Galvão, do Serrinha, O que tem a Rosa. Daqui a pouquinho vamos completar com Gonzaguinha, participação do Luiz Gonzaga, eh, Gonzagão! Na verdade o Gonzagão... estão iguais aí na música, até porque essa música vai lembrar muito aí o... o velho pai. A música é do Luiz Gonzaga e do Hervê Cordovil, eh! Essa mesmo: a vida do viajante! Naqueles tempos, mesmo, a vida do viajante era assim mesmo... não sei porque



eu estou muito saudosista, aliás, eu sou muito saudosista, confesso, né? Já deu pra perceber... não sei, os tempos atuais estão tão diferentes, né? Está muito bom, a tecnologia, medicina evoluída, coisa e "tar", coisa e "tar" mas antigamente, não sei porque... eh, meus tempos de criança, meus tempos de mocidade... [ri], muito bom, vamos lá, então? Mas a gente é moço ainda, né compadre? É claro! Cada um tem a idade que quer ter mesmo... é, temos uma idade boa! Estamos dançando, estamos curtindo, estamos fazendo outras peripécias, né? É isso aí!

Porém, considerando que o rádio é feito dessa “particular capacidade” de “mediar o popular” tanto técnica quando discursivamente (Barbero, 2003, p.327), o apresentador demonstra grande habilidade profissional. Ouvindo seu desempenho no decorrer da programação da UNESP FM, percebemos que o locutor age como se fosse um personagem em cada programa.

A abertura do programa, previamente gravada, tenta, de forma idílica, justificar a existência do programa. A participação do locutor-apresentador é fundamental, já que sempre abre com as efemérides e santos do dia, além de preparar o ouvinte para algumas das duplas que cantarão no decorrer do programa. O roteiro é seguido rigidamente. É o ritual que o rádio, fugaz, exige. Vejamos:

- Vida Caipira! Até as 7 horas! Daqui a pouco tem Campano e Cuiabano, vamos ouvir! Tônico e Tinoco, Luizinho, Limeira e Zezinho. Bom dia moçadinha! Muito bom dia! Bom dia compadre! Bom dia comadre! Meus respeitos, comadre! Bom dia!
Bom, dia primeiro de dezembro! Hoje, quinta-feira, hoje é dia do imigrante! I-mi-gran-te. Dia mundial da luta contra a AIDS... então, nossos cumprimentos, né? A todos aqueles que lutam, que todos nós tenhamos, enquanto não aparece a vacina, que está em experiência e coisa e tal, ainda não temos comprovação, aqueles que lutam contra a AIDS. E também nossos cumprimentos ao imigrante, àquele que escolheu o Brasil como sua pátria. Imigrante vem lá, distante e coisa e tal... e o Brasil acolhe a todos, né? Sempre muito hospitaleiro, muito democrático, muito amor, né? O Brasil é o Brasil, aparte do evangelho. Então, parabéns a todos envolvidos na efeméride.
No capítulo "Santos do dia", hoje é dia de santas Natália, Eloi e Elígio. Santos do dia, santo Eloi, santo Elígio e santa Natália. Santos deste dia primeiro de dezembro, são Elígio, são Eloi. Eloi é o santo protetor dos ourives, né? Eloi, é... e santa Natália. Muito bom!
Nosso Vida Caipira começa com Tônico e Tinoco, do Chico Valente e Danilo Bernardes, Filho Pródigo!

No encerramento não há gravações prévias. O apresentador narra alguma história do tipo "auto-ajuda", dando conselhos, usando uma locução mais próxima daquela que usa



em outros horários: calma, clara, sem sotaque evidente, mas tentando emocionar o ouvinte. E encerra agradecendo a Deus e chamando uma última música:

- Os americanos sempre aprenderam que só os maricas é que choram. O doutor [irreconhecível] cita o caso do esquimó que é livre para chorar sem que esteja sob ameaça de desdém. Ao mesmo que observa que, entre os esquimós, raramente ocorrem problemas psicossomáticos. As emoções profundas que não se manifestam pelas lágrimas, fazem os outros órgãos chorarem. Estudos especiais feitos pelo exército dos Estados Unidos mostram que os homens recorrem a outros subterfúgios antes de darem vazão às lágrimas: rangem os dentes, apertam os pulsos, vomitam e até mesmo desmaiam. Mas se forem jovens e corajosos americanos não chorarão. Isto é para os molengões. Suponhamos que você veja um homem conhecido, um homem por quem tem grande consideração chorando. Você deixaria de respeitá-lo? Você, você mesmo, não se viu em situações em que se viu prestes a chorar?

A mensagem do dia “Os homens também podem chorar” por Rapf [irreconhecível].

Bem, moçadinha, vamos completando o Vida Caipira desta quarta-feira, quarta-feira 30, 30 de novembro de 2011. Vamos completar com Ataíde e Alexandre, do Alexandre e Darci Rossi, Estrada do Amor.

Amanhã, logo às 6 da manhã, com a graça de Deus – sempre! – novamente aqui estaremos para mais uma edição do Vida Caipira. Um abraço, moçadinha, e bom dia!

De modo geral, o programa é uma peça radiofônica que confia nos seus vinte anos de história e é veiculado como se fosse um hábito. Da emissora e do ouvinte.

3 - CONCLUSÃO

Perante o que foi exposto, podemos concluir que o programa Vida Caipira carece de renovação, mas corresponde às expectativas mais tradicionais: seu horário de exibição coincide com os horários de outros programas sertanejos. Outro horário seria possível, mas nenhuma outra emissora dedica-se à música de raiz.

Os eventos tradicionais da cidade, como o grupo de catira, os violeiros e compositores locais estão fora da programação. Talvez, isso poderia subsidiar a programação e ainda aproximar o público jovem (público ideal de qualquer emissora, já que o rádio necessita dessa audiência para justificar sua existência no futuro). A apresentação ao vivo, atendendo a pedidos por telefone, correio eletrônico e outros meios e a divulgação de uma agenda de eventos sertanejos também não existe, o que também poderia ajudar.

Além da falta de contato com o público que se quer atingir, a separação entre "produção" e "recepção" pode explicar a desatualização do programa Vida Caipira. Há ainda um predomínio do emissor sobre o receptor. Não se conhece o público-alvo e não se sabe quais os pontos de contato entre os amantes das modas de viola e do sertanejo



universitário (Escosteguy & Jacks, 2005, p.62). Sentimos a ausência de uma "relação dialética" entre a comunicação e a cultura popular (Jacks, 2003, p.14), pois prescinde da realidade bauruense atual. Segundo Ferrareto (Carvalho & Magnoni, 2010, p.39) esta seria a tendência do rádio neste período de convergência tecnológica: englobar as experiências comunitárias.

Isto posto, podemos dizer que, hipoteticamente, o "caipira da cidade de Bauru" não é representado na atual programação por não mais participar dela. Mas os valores mais antigos são resgatados pela programação musical. E é possível usar novas ferramentas e modos de produção que despertem o interesse do ouvinte mais jovem.

A fim de constatar informalmente os resultados primários da análise, registramos que, no dia 14 de maio de 2012, estivemos no ensaio dos catireiros de Bauru, no famoso "Clube da Vovó", às 20 horas. Lá, cerca de vinte e uma pessoas. Mais da metade eram homens. Dois terços com mais de 70 anos (idade do apresentador do programa Vida Caipira). Havia um menino de 13 anos (cavaleiro que disputa provas na hípica da cidade) e uma menina de 10 (bailarina). Muitos tinham suas próprias duplas, mas integravam o grupo por entender que a Catira é um bem cultural importante.

Trocavam músicas através de seus *pendrives* e alimentavam um blogue com fotos e informações sobre as apresentações. Nas conversas, todos os presentes afirmaram conhecer o programa "Vida Caipira" e aprovavam sua seleção musical.

Registraram apenas duas reclamações: quando o locutor chama uma música e entra outra (problema que pode ocorrer, já que as falas são previamente gravadas e inseridas na programação, hoje, totalmente feita por computador); e a ausência do locutor Walter Lisboa nos eventos, o que o faz ignorar a agenda das duplas e do grupo de catira.

Elogiaram a execução das composições próprias enviadas pelas duplas locais que já gravaram CDs e DVDs. O contato entre duplas e locutor era feito no horário comercial da rádio Unesp FM, enquanto Walter Lisboa está ao vivo, apresentando outro programa (Conjuntos e Orquestras, a partir do meio-dia).

O encontro mostrou-nos a importância do contato com o público: nesse caso, amantes da cultura caipira, saudosos das modas-de-violão e alijados da programação das emissoras comerciais. A música sertaneja, como produto da Indústria Cultural, não é nova. Mas não é folclore (CALDAS, 1979, p.85). Alguns deles reclamaram do chamado "sertanejo universitário", o que pareceu-nos normal (é essa a lógica dos programas de *flashback*: o saudosismo dos que viveram a juventude embalados por determinadas canções e estilos musicais).



Assim, podemos concluir que o programa atende aos seus propósitos. Mesmo que a promessa de renovação de público esteja comprometida e o uso de novas ferramentas não aconteça.

Referências bibliográficas

BILAC, Olavo. **Poesias**. 23ª edição. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves, 1964.

CALDAS, Waldenyr. **O que é música sertaneja?** São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

_____. **Acorde na Aurora: música sertaneja e Indústria Cultural**. 2ª Edição. São Paulo: Ed. Nacional, 1979.

CÂNDIDO, Antônio. **Os parceiros do Rio Bonito: estudos sobre o caipira paulista e a transformação dos seus meios de vida**. 7ª edição. São Paulo: Livraria Duas Cidades Ltda., 1987.

CATELAN, Álvaro; COUTO, Ladislau. **História da Música Caipira no Brasil**. Goiânia: Kelps UCG, 2005.

CORRÊA, Roberto Nunes. **Viola Caipira**. Brasília: Editora Musimed, 1983.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina; JACKS, Nilda Aparecida. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

FERRARETO, Luiz Artur. O Rádio e as formas do seu uso no início do século XXI: uma abordagem histórica. **In: CARVALHO, Juliano Maurício de; MAGNONI, Antônio Francisco. O Novo rádio: cenários da radiodifusão na era digital**. São Paulo: Editora Senac, 2010.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação?** Trad. Rosisca Darcy de Oliveira. 7ª edição. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1983.

JACKS, Nilda Aparecida. **Mídia Nativa: Indústria cultural e cultura regional**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2003. **In: www.bocc.ubi.pt/pag/jacks-nilda-midia-nativa.pdf**. Acessado em 8 de março de 2012.

_____. **Pesquisa de Recepção e Cultura Regional**. **In: SOUSA, Mauro Wilton de. Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.



LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em Comunicação**. 8a Edição. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

_____. **Rádio dos Pobres**. São Paulo: Edições Loyola, 1988.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de Cartógrafo**: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

_____. **Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia**. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro** - a formação e o sentido do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

SANT'AGOSTINO, Lúcia Helena Ferraz. **Bauru, "Chão de Passagem"**: Entreposto de Valores na Rota Atlântico-Pacífico. Dissertação (Mestrado em Estruturas Ambientais Urbanas) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, USP, São Paulo, 1995.

SOUSA, Mauro Wilton de. Recepção e Comunicação: a busca do sujeito. **In**: SOUSA, Mauro Wilton de. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

TINHORÃO, José Ramos. **Pequena História da Música Popular** - da modinha à lambada. 6a Edição Revista e Ampliada. São Paulo: Art Editores, 1991.

Sítios acessados: <http://www.ecad.org.br/viewcontroller/publico/RankingAutoral.aspx>
e <http://clubedavioladebauru.blogspot.com.br/>)