



A PARTICIPAÇÃO DO RÁDIO NAS CONSTRUÇÕES E SENTIDOS DO RURAL VIVIDO E MIDIATIZADO

Graziela Soares Bianchi

UNISINOS

Introdução

As abordagens relacionadas nesse artigo contêm preocupações, reflexões e sistematizações que estão presentes em minha dissertação de mestrado¹. O trabalho aqui proposto está inserido no âmbito da investigação de relações simbólicas existentes entre uma configuração de rural construída e veiculada pela mídia e o rural vivenciado por indivíduos que habitam esse meio. Busca-se compreender de que maneira se constroem e são veiculados os sentidos que se estabelecem entre o *rural vivido e midiaticado*.

Para tanto, busca-se a análise dessas configurações do processo de comunicação, abrangendo as etapas produção, produto veiculado e recepção. Os produtos analisados são dois programas, de duas emissoras distintas. *Hora do Chimarrão*, transmitido pela rádio *Erechim AM* e *Brasil de Norte a Sul*, transmitido pela rádio *Difusão AM*. Ambas as emissoras estão localizada no município de Erechim, situado na região norte do Rio Grande do Sul.

A recepção elencada para fazer parte da pesquisa reside em três comunidades distintas: *Linha Bigolin*, *Povoado Coan* e *Linha Batistela*. Localizam-se próximo ao município de Erechim e são caracterizadas economicamente por sua constituição de pequenas propriedades rurais.

A construção desse percurso objetiva explicitar a maneira como os sentidos relacionados ao rural são construídos e passam a circular nos diferentes ambientes e contextos. Mas não é só isso, o processo de construção da pesquisa aponta para a importância de se levar em consideração as diferentes etapas e as diferentes lógicas presentes no processo comunicacional. Cada uma de suas partes constituintes cumpre um importante papel, que no

¹ BIANCHI, Graziela Soares. Rural Vivido e Midiaticado- relações simbólicas e sentidos produzidos a partir da escuta dos programas radiofônicos Hora do Chimarrão e Brasil de Norte a Sul por ouvintes das comunidades rurais Linha Batistela, Povoado Coan e Linha Bigolin. Dissertação de mestrado/UNISINOS, São Leopoldo, 2003.



conjunto, mobilizam sentidos. Quando relacionados, nos revelam a complexidade de relações que se dão em muitos lugares, de diferentes formas, com resultados distintos e que em função de sua dinâmica, apontam sempre para novas relações, outras formas, diferentes significações.

Construções acerca do objeto

A compreensão dos sentidos gerados no processo comunicacional, articulando a produção midiática, seus produtos veiculados e a recepção dessa oferta representa um desafio na área de estudos em comunicação. A investigação aqui relacionada segue nessa direção, buscando relacionar e compreender mecanismos, apropriações, conflitos, consonâncias e dissonâncias presentes nesse processo onde pode ser evidenciada uma multiplicidade de nuances. Algumas delas se farão aqui presentes.

A investigação das configurações e relações existentes entre o *rural vivenciado* e o *rural midiaticizado* é o principal eixo condutor da pesquisa. Tais relações são investigadas a partir da observação e reflexão do processo comunicacional, analisando então os *campos de efeitos de sentido e marcas discursivas* que se fazem presentes seja na produção midiática, no produto que veicula ou sua recepção.

A partir dessa questão central, presente no processo de condução da pesquisa, busca-se compreender o relacionamento entre o *rural vivido e midiaticizado* no que se refere aos sentidos gerados na relação existente entre as duas instâncias. Busca-se então identificar e investigar de que maneira se dão as apropriações, conflitos, consonâncias e dissonâncias na relação de uma instância com a outra. Nesse relacionamento, a necessidade de se compreender como se configura a presença do rural no midiático e do midiático no rural. Nesse sentido, configura-se a necessidade de se estabelecer relações que acontecem entre os processos midiáticos e os processos socioculturais.

É importante se esclarecer a maneira como se está compreendendo o relacionamento entre o *rural vivido e midiaticizado*. Parte-se do pressuposto de que essas duas configurações possuem pontos de convergência e divergência. Nenhum dos dois aspectos apresenta uma forma ‘pura’, cada um deles exerce influência e tem aspectos da constituição do outro. O vivido participa da existência do midiaticizado e o midiaticizado guarda em si aspectos que compõem o vivido.



Entretanto, cada um deles se relaciona a uma existência específica, com lógicas específicas. No midiático, a presença de especificidades que participam em sua constituição, como suas estratégias, temporalidades, linguagens. Da mesma maneira, o vivido também é detentor de lógicas específicas, como práticas cotidianas, mediações que o constituem, relações que se estabelecem com vistas aos mais diferentes objetivos.

Busca-se então relacionar as duas instâncias, compreendendo de que maneira elas participam na construção de sentido do rural que vai ser veiculado por programas radiofônicos.

Para a análise do processo comunicacional presente na pesquisa estão sendo considerados dois programas radiofônicos: *Hora do Chimarrão*, veiculado pela rádio *Erechim AM* e *Brasil de Norte a Sul*, da rádio *Difusão AM*². As emissoras estão localizadas no município de Erechim, situado na região norte do estado do Rio Grande do Sul. A partir desses programas, estão sendo estudados os mecanismos pelos quais se instaura o rural midiático, desde a etapa relacionada à produção dos programas em análise, sua veiculação e escuta.

Os aspectos pesquisados, no que se refere à produção e aos produtos midiáticos em questão, dizem respeito às estratégias utilizadas para a vinculação do que se está considerando como sentido de rural midiaticizado. Tais estratégias estão relacionadas ao conjunto de mecanismos que se fazem presentes na oferta midiática e que estão relacionados entre a construção de discursos, a utilização de aparatos técnicos, da inserção de música no contexto do programa, dos recursos utilizados pelo apresentador, da presença de notícias, as diferentes inserções do ouvinte, entre outros.

A respeito da construção discursiva, a análise é realizada a partir da identificação de *marcas discursivas* presentes na oferta midiática. Entre os autores que trabalham nessa perspectiva, opta-se pelo conceito trabalhado especialmente por Eliseo Verón.³ A partir de um discurso que apresenta uma configuração material é que poderá ser executada sua análise. Nessa etapa, os textos midiaticizados pelos programas em estudo serão analisados como sendo fragmentos da semiose social.

² Os dois programas são veiculados de segunda a sexta-feira, nos primeiros horários das emissoras, entre 5h e 7horas. Na constituição dos dois produtos midiáticos, a presença de notícias, publicidades, músicas e a participação de apresentadores.

³ VERÓN, Eliseo. *La Semiosis Social – Fragmentos de una Teoría de la Discursividad*. Barcelona: Editorial Gedisa, 1996.



Na presença de *marcas discursivas* irá configurar o lugar ocupado pelo rural midiaticado através do discurso. A existência ou mesmo a ausência de tais marcas no âmbito discursivo é uma das instâncias de análise das estratégias utilizadas nas produções dos programas e que podem ser visíveis nos produtos.

Na perspectiva do uso de aparatos técnicos, a observação se dá no sentido de verificar de que forma esses dispositivos se configuram no contexto do programa, qual seu papel, de que maneira são utilizados e com quais objetivos. Tais dispositivos são representados especialmente por recursos sonoros gravados com o objetivo da produção de efeitos nos programas. Para a avaliação destes aspectos, buscou-se além da escuta sistemática de *Hora do Chimarrão e Brasil de Norte a Sul* a investigação sobre a consideração dos graus de importância dos fatores elencados dada pelos *apresentadores-produtores* dos programas.

Da mesma maneira, observou-se o papel da música como dispositivo constituinte para o sentido que a mídia rádio vincula ao rural, os vínculos que cria, especialmente a partir da utilização de músicas *sertanejas*, produzidas preferencialmente nas décadas de 60 e 70 do século XX, e *gauchescas*. O papel dessas músicas para a criação do *rural midiaticado* é um aspecto que também é investigado.

O sentido que se atribui ao rural, via música, passa não só pela instância da produção como também encontra consonância na recepção. Na relação do uso de tal dispositivo como produtor de sentido vinculado ao rural, a análise é executada de maneira a identificar quais os tipos de músicas que possuem maior incidência nos programas, os tempos e contextos em que são apresentadas, as vinculações que firmam com os comentários dos apresentadores, com as notícias presentes nos programas, no trabalho de construção de um ouvinte imaginado, por parte de apresentadores e produtores.

Considera-se então a música como sendo um dispositivo que possui vinculação com matrizes culturais que remetem os receptores a um sentido de ruralidade, expressos por temáticas relacionadas ao homem do campo, o sertanejo, o peão, o cotidiano no campo, no interior. Relaciona-se então que sentidos são esses, o que significam na vida cotidiana dos ouvintes e de que maneira contribuem na composição do rural midiaticado. Que correspondência existe entre a midiaticação do rural, sua relação com o rural vivido e a audição de músicas preferencialmente dos gêneros *sertanejo e gauchesco*.



No que se relaciona à presença de notícias nos programas em análise, a observação de uma construção discursiva vinculada ao campo do jornalismo como um dispositivo também utilizado na construção do *rural midiaticizado*. O espaço destinado às notícias opera de maneira legitimadora de um discurso que constrói o rural veiculado pelos programas em análise. O jornalismo figura como um *‘atestado de veracidade’* acerca do que se constrói discursivamente em relação ao rural. Relacionam-se essas construções a partir de um recurso tipicamente midiático como instaurador e/ou legitimador de sentido do rural.

As informações divulgadas nos espaços noticiosos dos programas são vistas pelos receptores como essenciais não só na constituição dos programas, mas também revelam-se como preponderantes no seu cotidiano. Busca-se relacionar então o que significam essas informações para esses ouvintes, que sentidos produzem não só na relação com as demais partes do programa, mas também no dia a dia desses indivíduos.

Relaciona-se também à importância que se atribui ao conteúdo informativo divulgado pelos programas, a relação desses aspectos como a temporalidade com que essa informação é consumida. O consumo verificado não se dá de maneira linear, sendo atravessado por diversas outras mediações cotidianas como o trabalho, a família, a escola. Entretanto, cabe salientar que perpassando essas e outras mediações existentes está o rural, figurando como a mediação que atravessa todas as demais.

O conteúdo informativo é diversificado e diversificadas também são suas apreensões, relações, aceitações, recusas. Percebe-se que no que se refere à temática relacionada ao rural, o interesse exposto pelos ouvintes pesquisados é relevante, sendo sobreposta em quase todas as expressões à insatisfação com o pouco espaço destinado à informação rural. Observa-se então como essa questão é vista por parte da produção dos programas. Investigam-se os critérios de noticiabilidade utilizados e a posição assumida no que se refere às notícias relacionadas ao rural.

Para tanto, é necessária a compreensão da maneira como são concebidas as informações divulgadas, as fontes consultadas, a existência ou não de uma equipe de jornalismo, além é claro da análise das notícias veiculadas, seu formato, os assuntos tratados, sua contextualização. Nesse aspecto, recorre-se ao discurso jornalístico, analisando-se as *marcas discursivas* que de alguma maneira vinculam o sentido ao rural midiaticizado.



A partir de uma outra lógica, a importância de se observar o papel do espaço publicitário presente em diferentes configurações no decorrer dos programas. O comercial gravado, narrado pelo apresentador, os produtos anunciados e seus sentidos que também se vinculam ao rural. Dois estilos de publicidade apresentam-se como preponderantes (o comercial gravado pelo apresentador do programa ou outro profissional e o comercial narrado ao vivo). Relaciona-se então os sentidos presentes na sua constituição e o significado da escolha dessas duas formas de se fazer publicidade.

De certa maneira, os comerciais não exercem somente a função relacionada diretamente ao consumo, mas estão inclusos em uma lógica de consumo simbólico, além de figurarem, em algumas ocasiões, como estratégia de convencimento utilizada pelos apresentadores. Tal expressão é visível no caráter de humor empregado, na possibilidade de relações e atribuições de juízos de valor utilizadas no espaço comercial. É estabelecida a compreensão da forma como a parcela publicitária dos programas se revela na construção do rural midiaticizado. Para tanto, relacionam-se os anunciantes presentes nos programas, o formato dado às publicidades, as vinculações existentes entre o espaço publicitário e o jornalístico, entre o espaço de intervenção dos apresentadores, com o espaço musical, tendo como horizonte o sentido relacionado ao rural midiaticizado.

A presença de comentários, humor e a necessidade evidenciada pelos indivíduos que ocupam a posição de apresentadores dos programas de um permanente diálogo com os ouvintes, como se fossem instauradas relações face a face, é também um aspecto investigado. No que se refere ao humor, a compreensão da maneira como esse recurso é empregado, em quais circunstâncias, com quais objetivos, especialmente relacionado ao sentido dado ao rural midiaticizado. Para tanto, a explicitação de contextos em que o humor se faz presente, figurando como uma estratégia de produção de sentido.

Ocupando um espaço de mediador, de condutor dos diferentes gêneros presentes nos programas, o apresentador utiliza-se do humor como uma estratégia também de reconhecimento e legitimação, que teriam como resultante uma maior audiência. Essas relações, tomadas pela produção dos programas como sendo de garantida eficácia, no que diz respeito à audiência são tencionadas e revelam aspectos presentes em sua constituição .

A tentativa de se estreitar o caráter relacional entre apresentador/ouvinte é expressa em uma espécie de diálogo que o apresentador procura estabelecer com o receptor. O espaço



opinativo do qual dispõe, interferindo diretamente na produção do programa é investigado na medida em que contribui de maneira efetiva na construção do rural midiaticizado. Para isso, além da escuta, a realização de entrevistas com os apresentadores, investigando de que maneira se constrói o posicionamento do apresentador enquanto mediador e condutor do programa, constituindo esse aspecto em uma estratégia produtiva.

Nesse sentido, a investigação de relações que estão presentes na produção e no próprio produto e que evidenciam a concepção de um ouvinte ao qual o programa se destina também é analisada. Relações essas que se apresentam na forma de tratamento nominal dispensado pelos apresentadores a determinados ouvintes, determinação e tratamento de ouvintes pela profissão ou localidade que habitam. Tais aspectos estão presentes e participam da estratégia produtiva do programa, via apresentador.

No que se relaciona à recepção destes programas, são investigados ouvintes que residem em três comunidades rurais distintas, todas localizadas na região do município de Erechim, são elas: *Linha Bigolin*, *Povoado Coan*, *Linha Batistela*. Essas comunidades, que sintonizam diariamente a mídia rádio, tiveram seus participantes escolhidos para a investigação em função da escuta dos programas elencados e da possibilidade de se analisar as relações simbólicas existentes no relacionamento com o rural construído e veiculado pela mídia e o rural do qual fazem parte, que experenciam em seu cotidiano⁴.

Busca-se então estabelecer a maneira como se dá esse relacionamento entre o *rural vivido e midiaticizado* a partir das apropriações, indiferenças, rejeições que os ouvintes que participam da pesquisa fazem da oferta midiática, representada aqui pelos dois programas radiofônicos que estão sendo analisados. Participam desse contexto mediações configuradas pelo cotidiano, por relações interpessoais, familiares, sociais e que, situadas em um contexto de consumo midiático, adquirem uma significação que está inserida no processo comunicacional.

O relacionamento diário com a mídia rádio e observando especialmente a relação com os programas em análise, constitui relações simbólicas entre o *rural vivido e midiaticizado*. É nessa relação que compreende a escuta dos programas, mas também temporalidades situadas antes e depois de sua duração, que irão ocorrer às apropriações e (re) significações do que irá

⁴ Participaram três ouvintes de cada uma das comunidades.



se constituir como manifestações, representadas através do sentido, do que seja o relacionamento entre o *rural vivido e mediatizado*.

Nessas relações são revelados usos cotidianos da mídia, táticas, aceitações e recusas da oferta midiática. Para a percepção e compreensão de tais manifestações é que foi de grande importância a utilização de entrevistas, buscando analisar de que maneira se dá a expressão desses aspectos, sejam vinculados ao consumo de mídia, mas também nas relações que são estabelecidas para a configuração desse relacionamento. Além disso, a importância de se executar a *entrevista com inserção radiofônica* como forma de se acompanhar e analisar tais apropriações no momento da audição. Sabe-se que a recepção de uma oferta midiática não acontece de maneira única e isolada no instante da escuta, consistindo-se em um mecanismo de significação que vai além do espaço da veiculação, entretanto, é neste momento em que algumas manifestações podem ser observadas em sua expressão inicial.

Relações que abrangem *espaço/tempo*, as identificações entre *global/local*, mediações relacionadas à família, trabalho, religião, idade, gênero, e especialmente ao ambiente rural em que estão inseridas, são importantes considerações na medida em que irão determinar, em diferentes graus, como se dará o consumo midiático.

Tempo/espaço são mediações fundamentais e de certa maneira determinantes no consumo dos programas em análise. As temporalidades dos programas se relacionam e precisam, de acordo com cada ouvinte, ser adequadas às temporalidades existentes no cotidiano da recepção. De alguma maneira, há uma imposição das temporalidades do indivíduo em relação às temporalidades dos programas. Busca-se compreender então esse processo de maneira mais efetiva, tentando estabelecer as relações existentes e os respectivos sentidos gerados.

Espaços e temporalidades que determinam a escuta estão relacionados de maneira direta ao trabalho, mas perpassados por outra mediação determinante na vida dos indivíduos pesquisados: o rural. Funcionaria então como uma espécie de tempo que se sobrepõe aos demais, e que de alguma maneira estabelece as demais temporalidades, como da família, do trabalho e do consumo midiático.

O espaço rural, mediação fundamental a ser considerada nessa investigação, revela uma multiplicidade de aspectos que são revelados para além do comunicacional, mas que em alguma medida, possui implicação na sua constituição. Sua especificidade, se relacionado ao



urbano, reside no fato de apresentar vínculos, em diferentes campos, que diferem em muito das configurações urbanas. No aspecto sociocultural, a caracterização de relações de proximidade, perpetuação dos laços de vizinhança e parentesco, manutenção de práticas religiosas, de lazer, que passam de geração para geração. No que se refere à economia, o esforço de manter o setor agropecuário em atividade, mesmo frente às exigências e imposições cada vez maiores, vindas muitas vezes de um espaço que ultrapassa o rural.

A partir de configurações no âmbito das relações econômicas, sociais, culturais, e tendo como horizonte o lugar em que elas se dão -o rural- é que as questões pertinentes à investigação do processo comunicacional são compreendidas de maneira mais consistente. Compreende-se então o meio rural como um espaço com características específicas que fazem com que as apropriações do midiático aconteçam de maneira singular.

Essa especificidade atribuída à escuta da mídia rádio em indivíduos que vivem em comunidades rurais é evidenciada por uma série de questões que são próprias do rural. Laços sólidos de amizade, vizinhança, parentesco que são perpetuados por um tempo que na maioria das vezes ultrapassa a própria duração da existência de cada indivíduo, sendo valores passados de geração a geração; a ligação estreita com a terra e vínculos estabelecidos a partir dela, relacionados ao trabalho, à subsistência, à herança que é passada de pai para filho; à religiosidade, que se revela como uma referência de conduta, de valores.

Se por um lado considera-se uma série de aspectos que caracterizam o meio rural como um espaço de características singulares e que podem ser traduzidos em uma singularidade revelada no processo comunicacional, considera-se também o fato de que o meio rural está cada vez mais inserido em uma *sociedade global* em que o meio urbano revela-se como espaço de legitimação.

O meio rural ocupa um espaço que tem sido marcado por muitas transformações ao longo dos últimos anos. Antes mesmo de ser atravessado pelas mudanças decorrentes dos processos de globalização, o meio rural já passava por transformações, especialmente geradas em função da propagação de um sistema de industrialização do país, iniciando nas décadas de 40 e 50 do século XX.

O desenvolvimento industrial, seguido da globalização, são aspectos que se apresentaram como determinantes na transformação nas condições de trabalho e de vida no



meio rural. O campo passa a ser industrializado e urbanizado, ao mesmo tempo em que é crescente a migração de indivíduos e grupos para os diferentes centros urbanos⁵.

O meio rural já não representa mais um lugar isolado, marcado por características vinculadas ao atraso social, econômico, cultural, mas está cada vez mais próximo da cidade, proximidade esta que não se revela somente no espaço geográfico, mas por uma série de práticas que não se apresentam mais como sendo tipicamente urbanas. Conserva em sua constituição marcas presentes desde sua concepção, mescladas com manifestações tipicamente urbanas.

Os meios de comunicação representam um dos mecanismos que fazem com que haja a quebra de uma delimitação do que seriam características marcadas pela espacialidade do urbano e do rural. O atravessamento de práticas, usos, costumes entre os dois espaços é em grande parte auxiliado pela oferta midiática. Nessa pesquisa investiga-se também a participação da mídia na configuração desses atravessamentos que se estabelecem entre o rural e o urbano a partir das configurações evidenciadas no relacionamento entre *rural vivido e midiaticizado*.

Especificamente nesse artigo, são abordadas relações que se estabelecem entre os ouvintes pesquisados e os programas radiofônicos, como a participação do rádio na construção da história pessoal e as mediações na escuta passada.

Esses dois aspectos mostram-se fundamentais para a compreensão da relação entre o *rural vivido e midiaticizado*, inserido também nessa abordagem o relacionamento dos ouvintes com a mídia radiofônica, fato que faz notar competências midiáticas desenvolvidas e formas de compreensão do cotidiano via rádio.

São apresentadas não só as reflexões acerca de percepções sobre o tema, mas fragmento da fala desses ouvintes, obtidas em entrevistas realizadas em 2002. Nessas falas, as *marcas* que também figuram na construção de relações e sentidos entre o rural vivido e midiaticizado.

⁵ O nível de informatização de instrumentos de trabalho das propriedades onde residem os indivíduos pesquisados é praticamente nulo. Exceto poucas máquinas agrícolas utilizadas, especialmente o trator, grande parte do trabalho é executado



Participação do rádio na construção da história pessoal

De formas diferenciadas, com diferentes intensidades, todas as pessoas que participaram da pesquisa têm o rádio como parte integrante de suas vidas. Mais do que isso, a escuta radiofônica está diretamente vinculada à construção da história de cada indivíduo, a trajetória de vida que se estabelece e onde o midiático também marca presença.

As manifestações da presença do rádio como elemento de construção da história individual se dão de diversas maneiras. Vinculações são estabelecidas através de identificações com matrizes radiofônicas, especialmente gêneros de programas em que estão presentes o musical, o jornalístico, a publicidade, o apresentador como um elemento que exerce o papel de mediador entre os diferentes gêneros existentes em um programa e também acaba transformando seu espaço de intervenção em um outro gênero.

Todos esses aspectos possuem relação direta ou indireta com a forma como foram sendo estabelecidas as referências de cada indivíduo e principalmente a maneira como se construiu o consumo midiático.

Para os participantes da pesquisa, é muito forte o relacionamento que estabeleceram com o rádio desde a infância. Vinculam então relações entre o rádio do passado e o rádio atual, buscando estabelecer estas mesmas relações com as suas próprias vidas.

“Eu devia ter uns cinco anos, eu mal me lembro. Nós compramos um rádio desses grandes, eu tenho ainda lá no porão, é bem antigo, um radião a bateria, o pai comprou, daí as primeiras vezes que eu ouvi assim, **tinha o terço de noite**. Na minha casa minha mãe era muito religiosa, o pai também. Eles rezavam o terço. Era assim, a gente jantava, lavava a louça e depois ia pra sala e rezava o terço, todo mundo de joelhos. Quem rezava era sempre minha irmã que fazia o catecismo, então ela rezava o terço e ficava todo mundo lá. Depois veio o terço no rádio e todo mundo ouvia. Quando o pai trouxe o rádio, Mamma Mia, que alegria! Ninguém se segurava, sentava todo o mundo pra escutar o rádio. **Aquilo era uma coisa de sentar e ouvir o rádio**” *Cristina*.

“Naquele tempo era bem diferentes, **não era que nem hoje que cada um tem seu rádio, televisão no quarto**. Tinha um só rádio, a bateria. Se

mecanicamente.



escutava só alguns momentos, porque tinha o trabalho, tinha o colégio”.
Adilon.

Essa vinculação que se estabelece entre o vivido e o midiático não acontece de maneira automática, é fruto de construções simbólicas que são efetuadas ao longo de toda a vida. O midiático não se apresenta de maneira isolada na vida dos indivíduos, ele estabelece sentidos com todas as demais mediações que se apresentam na vida das pessoas.

Da escuta radiofônica do passado, guardam-se recordações de matrizes radiofônicas que acabam sendo recriadas, repetidas, reconfiguradas com o passar dos anos. Dos programas que se ouvia em anos passados, se têm poucas lembranças de detalhes, nomes de apresentadores ou mesmo dos próprios programas. O que se tem vivo na lembrança são os formatos principais apresentados, evidenciando ou não a presença de músicas, publicidades, jornalismo. Esses programas radiofônicos que foram ouvidos e que em sua grande maioria já não existem mais são lembrados especialmente por apresentarem o local, o regional. Essa relação com o local é determinante na identidade dos ouvintes, no seu reconhecimento como pertencentes a um lugar, como parte ativa em uma sociedade, como pessoas úteis pelo trabalho que desenvolvem.

“As rádios que se escutava eram **sempre as de Erechim**. O pai trabalhava na roça e era professor também aí ele **precisava pegar as notícias daqui**. Ele ligava nas notícias e ninguém podia fazer barulho”. *Matilde.*

As relações que são estabelecidas com produtos midiáticos que eram consumidos no passado não revelam somente um relacionamento de muita proximidade com todas as mediações do cotidiano, construindo uma história pessoal em que o midiático participa ativamente, mas revelam também a construção de um sentido e relações entre o midiático passado/ vida passada e o midiático atual/vida atual. Na grande maioria dos casos, o que passou é considerado sempre melhor. O hoje é visto como muito ruim. O amanhã não se sabe ou então será pior.

Essa relação que é expressa com riqueza de detalhes quando há referência ao dia-a-dia, as histórias de família, trajetórias de trabalho, no midiático, o detalhamento é diminuído, mas de alguma maneira sempre referendando e enaltecendo as produções passadas.



“**Naquele tempo era bem melhor**, não tinha tanto assalto, tanto roubo que nem hoje. **Eram notícias sempre boas**. De ruim era quando falecia alguém, se não era um comercial, aquelas notícias boas. Eu acho que as coisas mudaram, porque a cada dia é uma surpresa na vida da gente né. No **rádio também tudo é muito diferente**. Tem programas bons também hoje, mas eu acho que **uma vez era melhor**”. *Ivani*.

Os sentidos que são vinculados ao passado, deixando transparecer marcas simbólicas que evidenciam que o que já não existe mais era o melhor, estabelecem relação com matrizes de uma cultura tradicionalista, conservadora, saudosista. Isso pode ser vinculado também ao fato dos ouvintes pertencerem a uma mesma faixa etária, tendo participado e vivenciado situações que concernem a uma mesma época.

De uma outra perspectiva, pode-se dizer que essa vinculação tão forte com o passado atue como uma espécie de mecanismo de defesa, uma maneira de se assimilar a realidade presente, caracterizada por dificuldades na agricultura, pelo abandono do campo pelos filhos, pela falta de perspectivas de um futuro promissor.

Mediações na escuta passada

Um relato que se apresenta como característica comum nas construções discursivas dos ouvintes quando se estabelecem relações vinculadas à memória midiática radiofônica diz respeito a toda uma ritualidade que se construía em torno do uso do rádio.

Os primeiros exemplares de aparelhos radiofônicos que começaram a ser popularizados eram movidos à bateria. As temporalidades de escuta do rádio eram determinadas pelo uso desse equipamento. Em todos os casos, a fonte de energia possível de ser utilizada vinha de rodas d'água dos moinhos de farinha. Esses moinhos estavam localizados em pontos estratégicos das comunidades rurais, sendo que para os moradores que viviam em lugares mais afastados, o tempo dispensado para que se levasse a bateria para ser recarregada era grande.

Nas casas, além da mediação familiar na escuta, representada pelo poder de decisão do pai sobre os momentos e programas a serem ouvidos, todos precisavam conviver com as restrições impostas pela dificuldade que representava o processo de recarregar a bateria.



“Em casa, antigamente, tinha aquele **rádio a bateria**. As vezes a gente tava lá na roça e meu finado pai não sabia ligar o rádio baixinho, ele ligava aquele rádio allllto que lá de cima a gente escutava aquela barulheira lá. **Quando acabava aquela carga de bateria aí a gente colocava numa caixa enrolada em sacos de estopa e ia, ia em um riozinho que tinha um rodão onde carregavam. Aquela bateria ficava lá, cinco, seis dias**”. *Irene*.

“Rádio faz uns 63, 64 anos que eu ouço. Foi lá m casa mesmo, rádio a bateria. **Meu finado padraço tinha comprado um rádio, mas era um caixão, maior que essa TV. Tinha que ir longe para carregar a bateria, num moinho. As vezes levava três, quatro dias pra carregar a bateria e a gente sem rádio**”. *Ebraima*.

Considerações Finais

O processo comunicacional é o lugar por onde circulam os sentidos produzidos por produção e recepção e onde os produtos midiáticos também se encontram. É nele que as relações simbólicas adquirem um formato dinâmico, onde os discursos são significados e resignificados. Compreender que a comunicação midiática é composta por tais articulações representa um dos pontos de partida nesta investigação. Não se isola nenhuma parte, mas se relacionam modos, formatos, contextos que estão presentes na constituição do processo.

O *receptor*, elemento que tem um destaque muito significativo, é visualizado como construtor e mobilizador de sentidos, assim como o são a produção midiática e os produtos a ela vinculados. Parte-se então da perspectiva que o receptor mobiliza seus referenciais, constituídos por inúmeras mediações, para se apropriar do que o midiático oferta.

Os ouvintes dos programas radiofônicos *Hora do Chimarrão e Brasil de Norte a Sul*, ao longo de todo o percurso da pesquisa, representaram a maneira como se dá o relacionamento entre mídia e recepção. Diferenciados usos, temporalidades, cenários, mediações fazem parte da escuta diária e revelam mais do que o simples gostar ou não gostar, ouvir ou não, permanecer em uma mesma emissora ou sintonizar outra. Esses aspectos revelaram um relacionamento com o midiático que é marcado por uma vivência, por histórias vividas com o rádio, situações marcantes em que o rádio estava presente. Para eles, o rádio é mais que um aparelho onde encontram a informação, o entretenimento, é um elemento que faz



parte da constituição de suas vidas, que mobiliza a lembrança de outras épocas, outras pessoas, outros sentimentos. A trajetória pela qual atravessou o rádio nas últimas décadas está mesclada as suas próprias trajetórias. É desta maneira que o rádio deixa de ser somente um instrumento de comunicação, mas passa a ser também a história, as lembranças, os sentimentos, as tristezas, as alegrias de cada um de seus ouvintes.

O rádio está presente em muitos ambientes, auxilia na construção de muitos cenários. Para os ouvintes que participaram da investigação, o espaço preponderante da escuta é da cozinha, relacionado à temporalidade estabelecida pelo trabalho. É na cozinha que se dá o início de um novo dia, que se estabelecem os primeiros diálogos com a família. A escuta que inicia em grupo pode acabar individual e vice-versa.

A informação, a distração, a companhia, uma palavra de esperança, a crítica, todos esses são aspectos que fazem parte do que os ouvintes buscam no rádio. Esse instrumento sempre presente, e que faz parte da própria história de seus consumidores, relaciona sentidos e sentimentos, aceitações e recusas, admirações e repulsas.

Busca-se o presente através do rádio, por suas notícias, pelos comentários atualizados, pelas ofertas que trás em seus comerciais. O tempo presente é fundamental na criação e na manutenção das práticas cotidianas. No entanto, o rádio mobiliza no imaginário de seus ouvintes lembranças de tempos passados, não apenas pelas mensagens que veicula, mas pelo caráter simbólico contido em sua estruturação. O ouvinte sente-se bem em recordar como era o tempo em que teve acesso ao rádio pela primeira vez, o tempo em que o rádio estava vinculado à dificuldade, a restrições em função de sua pouca praticidade. Esse tempo estabelece vinculação não apenas como o rádio e suas lógicas, mas com a sua própria vida, seu passado, sua história.

É importante situar e ressaltar algo que desde o início deste trabalho refletia-se: o relacionamento entre o *rural vivido e midiaticizado*. Os consumos que são realizados acerca do que a mídia nos oferece propiciam o estabelecimento deste tipo de relação. As duas instâncias possuem uma existência própria, são detentoras de lógicas particulares. No entanto, é a percepção de um intercruzamento, de sentidos que se tocam, de relações que se estabelecem e que fazem com que o vivido se encontre no midiaticizado e que o midiaticizado busque as suas próprias referências no vivido.



Os sentidos mobilizados, não só pela recepção, mas também na produção e nos produtos midiáticos, constituíram-se em importantes pontos de referência durante todo o percurso da pesquisa. Sentidos estes que não estão contidos em redutos isolados, mas que circulam no processo comunicacional.

Referências bibliográficas

- CALLOU, Ângelo B.F. **A pesquisa em comunicação rural na INTERCOM – 1991/2000**. Apresentado durante o XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação/INTERCOM, Campo Grande, Mato Grosso do Sul, set.2001, mimeo.
- CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**. São Paulo: EDUSP, 1998.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano. 1. Artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 1994.
- DEL BIANCO, Nélia R e MOREIRA, Sônia V. (org). **Rádio no Brasil- tendências e perspectivas**. Rio de Janeiro: EDUERJ/Editora UNB, 1999.
- FONSECA, Wilson C. da. **Alô Pantanal: construção e recepção do imaginário pelas ondas do rádio**: GT Rádio Intercom, 1999.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Cultura y comunicación: entre lo global y local**. La Plata/ Argentina: Universidade de La Plata, 1997.
- GONZÁLEZ, Jorge A. **Más (+) Cultura (s). Ensayos sobre realidades plurales**. México: Consejo Nacional para la cultura e las artes, 1994.
- GRISA, Jairo A. **Os sentidos culturais da escuta: rádio e audiência popular**. Dissertação de Mestrado/UFRGS, Porto Alegre, 1999.
- HARVEY, David. **A condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1992.
- HAUSSEN, Doris F. **Rádio e política – Tempos de Vargas e Perón**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.
- IANNI, Octávio. **Teorias da Globalização**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1995.
- _____. **A Sociedade Global**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1997.
- _____. **A Era do Globalismo**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1999.
- KAPLÚN, Mario. **El comunicador popular**. Buenos Aires: editorial Lumem Hvmnitas, 1996.



_____. **Producción de programas de radio: el guión- la realización.** Quito: Ciespal, 1978.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones.** México: Gustavo Gilli, 1987.

_____. **Processos de comunicação y matrices de cultura/ Itinerario para salir de la razón dualista.** México: Gustavo Gilli, 1988.

MATA, Maria C. **De la cultura massiva a la cultura mediática** In Diálogos de la Comunicación. Lima, n50, 1999.

_____. **De la presencia a la exclusión. La obliteración del conflicto y el poder en la escena mediática.** In Diálogos de La Comunicación, Lima, n51, 2001.

MAZZARINO, Jane M. **A cidadania da escuta- os ouvintes como produtores de sentido, inseridos no processo comunicacional mediado pelo rádio- um estudo de caso do programa Acorda Rio Grande, da rádio Independente, de Lajeado, RS:** Dissertação de Mestrado/UNISINOS, São Leopoldo, 2001.

NETO, Antônio F. **Ensinando à televisão – Estratégias de recepção da TV Escola.** João Pessoa: Editora Universitária, 2001.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico informacional.** São Paulo: Hucitec, 1994.

SILVEIRA, Miguel A, CANUTO, João C. **Estudos de comunicação rural.** São Paulo: Loyola, 1988.

SOUSA, Mauro Wilton de. **Sujeito, o lado oculto do receptor.** São Paulo: Brasiliense/ECA-USP, 1995.

VERÓN, Eliseo. **La Semiosis Social – Fragmentos de una Teoría de la Discursividad.** Barcelona: Editorial Gedisa, 1996.