

Recepção radiofônica: análise da produção acadêmica na década de 90

Nilda Jacks*

Felipe Schroeder Franke**

Resumo

Este artigo apresenta uma análise dos estudos sobre recepção de rádio realizados na década de 90 nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação brasileiros. O objetivo da pesquisa foi levantar o estado da arte dos estudos de recepção no País para traçar o referido panorama e estabelecer uma agenda de investigação.

Palavras-chave: estudos de recepção no Brasil; metodologia.

Resumen

El artículo presenta una análise de los estudios sobre recepción de radio hechos en la década de los 90 en los Pósgrados de Comunicación brasileños. El objetivo de la investigación fue identificar el estado del arte de los estudios de recepción en Brasil para dibujar el panorama y una agenda para los investigadores.

Palabras-clave: estudios de recepción en Brasil; metodología.

Abstract

This article presents the results about television reception studies developed in the brazilian academic field in the 90's. The goal was to identify the state of art about this subject in the PhD Communication Programs to know the scenary and to proposal the new agenda for the researches.

Keywords: brazilian reception studies; methodology.

* Doutora em Comunicação. Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Atualmente está em estágio de pós-doutoramento com Jesus Martín Barbero.

** Bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica - PIBIC.

Os dados aqui apresentados fazem parte da pesquisa “O campo da recepção e a produção brasileira na década de 1990”¹, que teve por objetivo identificar o “estado da arte” da pesquisa de recepção realizada nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação com a finalidade de construir um panorama desta área de estudos e uma agenda para os pesquisadores.

Na década de 90 foram realizadas 1.769 pesquisas², entre teses e dissertações, nos 11 Programas de Pós-Graduação em Comunicação brasileiros, então existentes³. Deste total, apenas 58 possuem como objeto o estudo do rádio, dentre os quais somente nove apresentam em comum o fato de estudarem a recepção deste meio.

Essas nove pesquisas, objeto de análise do presente texto, são dissertações de Mestrado. Sete possuem “abordagem sócio-cultural”⁴, entendida como a adoção de uma visão ampla e complexa do processo de recepção dos produtos midiáticos, levando em consideração múltiplas relações sociais e culturais. Mais do que o estudo do fenômeno de recepção em si, estes trabalhos pretendem problematizar e pesquisar, do ponto de vista teórico ou empírico, sua inserção social e cultural (ESCOSTEGUY, 2004). As duas outras enquadram-se na classificação “outras abordagens”, a qual compreende estudos com distintos enfoques, como análise de discurso ou trabalhos teóricos (ESCOSTEGUY, 2004). A estratégia analítica utilizada para a identificação das principais características desta produção foi o apontamento dos objetos de estudo, problemas de pesquisa, premissas epistemológicas e teóricas, modelos teórico-metodológico, hipóteses, amostras, procedimentos e técnicas de pesquisa, tendências disciplinares, resultados e autores e obras fundamentais utilizados pelo conjunto dos trabalhos.

Fundamentação teórica apresentada

As pesquisas de abordagem sociocultural apresentam duas tendências teórico-metodológicas: a Hermenêutica de Profundidade de John B. Thompson e os Estudos Culturais, de vertente latino-americana. Os trabalhos classificados como “outra abordagem” apresentam dois modelos: Análise de Discurso e Agenda Setting.

Entre os primeiros, nota-se que a discussão das idéias e dos pressupostos sugeridos por Thompson não implica em uma obediência ao modelo, na medida em que não conseguem aplicá-lo metodologicamente. As dissertações que seguem os Estudos Culturais, por sua vez, o fazem de modo distinto entre si: vê-se desde a mera menção da presença das mediações do universo cultural dos receptores até análises concretas de mediações por meio da adoção de modelos, com seus recursos técnicos e instrumentais. Os autores mais utilizados são Martín-Barbero, García Canclini e Orozco Gómez, trabalhados articuladamente ou não.

Um dos trabalhos dentro desta perspectiva entrelaça biografias radiofônicas, estratégia concebida por Hector Gómez Vargas, nas dimensões do presente, passado e futuro dando seguimento às indicações de Jorge González, e ainda explora a “metodologia dos mundos possíveis” recomendada por Jesus Galindo Cáceres, todos autores mexicanos.

Apenas alguns trabalhos socioculturais explicitam premissas epistemológicas. Uma delas parte dos ensinamentos do antropólogo Jack Goody, que propõe análises não baseada nos meios e modos de produção sócio-econômicos (tal como no modelo do materialismo histórico), mas orientada para os meios e modos de comunicação. Para Goody, a cultura pode ser vista como uma série de atos de comunicação, e as diferenças nos meios de comunicação [são] freqüentemente tão importantes como as diferenças nos modos de produção. A noção de cultura, entretanto, talvez seja a central na discussão epistemológica sobre a recepção de rádio. Ou seja, a cultura, como instância do cotidiano e como dimensão que perpassa todas as relações sociais, é assumida como categoria de análise, podendo estender-se inclusive a outras áreas do conhecimento. Para os trabalhos que adotam o modelo de Thompson, a hermenêutica é o norte epistemológico para entender o sentido dado pelos indivíduos para seus gestos e ações – e isso só pode ser obtido através da sua interpretação, chegando-se assim aos significados.

As premissas teóricas mais importantes encontradas no conjunto dos trabalhos versam sobre o receptor. Quase todos eles entendem-no como um agente ativo no processo da comunicação: porta-se criticamente ante as mensagens, é um agente social, construtor de significados e com o advento do controle-remoto, seu poder de escolha e decisão aumenta. O receptor não recebe o significado da mensagem, mas o nego-

cia diante de diversas circunstâncias. O entendimento da recepção como dependente de fatores particulares de cada indivíduo também é ponto comum entre os trabalhos, o que resulta numa recepção sempre única e distinta: as pessoas lerão, ouvirão e prestarão atenção com base nas suas próprias experiências e características (poder financeiro, conhecimentos, educação, posição social). O ambiente da recepção modifica a atenção e a retenção da informação pelo receptor, podendo um mesmo produto ser recebido de formas diferentes.

Nos trabalhos com outras abordagens, as premissas que relacionam-se com a utilização da Agenda Setting, levam a quatro questões principais: a aquisição de informação não se dá única e exclusivamente pelo contato do receptor com algum meio de informação, pois o indivíduo informa-se também com outros que tiveram acesso às informações, chegando ao extremo de que alguém pode informar-se sem nem mesmo entrar em contato direto com algum meio; o contato do receptor com as informações depende do seu interesse e de sua motivação pelas mesmas: pessoas mais interessadas hão de inserir-se com maior profundidade nesse agendamento do que outras mais alheias; ainda é apontado que a agenda do público comporta apenas um determinado número de assuntos - dessa forma, para que uma nova pauta entre em discussão, é provável que uma outra tenha de sair; o trabalho que adota a análise do discurso tem por base a proposta de Eliseo Verón, acrescida das categorias de Oralidade (Zumthor), Retórica e Argumentação (Perelman e Olbrechts-Tyteca).

O rádio, por sua vez, é pensado, pelas duas abordagens, como um meio essencialmente prático, barato e abrangente, tanto do ponto de vista do emissor como do receptor, causas que lhe atribuem um caráter democratizante e emancipador das classes populares. A pluralidade deste meio é diretamente dependente de sua popularidade, ou seja, para ser plural é necessário atingir tanto os públicos organizados como os não-organizados. É lembrado que ele, desde seus primórdios, caracterizou-se como um fenômeno essencialmente popular. É considerado também como instaurador de novas sociabilidades e, conseqüentemente, como um agente de mudanças sociais, lingüísticas e estéticas. Como o mais interativo dos meios, dispensa inclusive a "presença do rosto", visto que promove a imaginação humana. Difunde novos conhecimentos,

mas pode também promover padrões e contratos já existentes com a audiência.

O processo de comunicação não é mais visto como um fenômeno de mão única, como propunham as teorias funcionalistas e críticas, e sim como um processo complexo e de mão dupla. Nele há expressão e produção de sentido tanto do lado dos emissores quanto dos receptores, cujo significado no processo de recepção não é definido pelos interesses dos emissores, mas sim mediante uma negociação desses sentidos por parte dos receptores.

A compreensão do processo de comunicação só é possível por meio de uma aproximação com o cotidiano e com a realidade social e histórica dos receptores, porque é no dia-a-dia que se revelam as mediações culturais que dão significado à recepção. As rádios populares, estudadas por alguns dos trabalhos analisados, necessitam, portanto, conhecer o cotidiano e a cultura dos grupos a que se destinam, para construir uma programação com a qual o indivíduo realmente identifique-se. Alguns autores salientam que a comunicação é o processo social básico, para cujo entendimento não basta a análise dos meios, sendo necessário também saber quem os controla. A comunicação de massa, por outro lado, depende de um feixe de relações sociais relativamente estáveis e de grupos interessados na produção e difusão generalizada.

Os trabalhos com outras abordagens apresentam uma visão similar: não é possível sistematizar rigorosamente o processo de consumo de programas, pois um mesmo produto pode ser apropriado por pessoas distintas, bem como um mesmo grupo social pode entrar em contato com produtos midiáticos diversos, uma vez que o consumo se dá através de uma opção pessoal por determinados programas. Mesmo assim, o processo de comunicação é marcado, por parte do emissor, por um alto grau de tentativas de persuasão por meio de técnicas discursivas.

Apenas um trabalho sociocultural apresenta premissas sobre a mensagem. Com base na hermenêutica de profundidade, apropria-se dos conceitos de formas simbólicas para explicar as mensagens radiofônicas. Essas formas simbólicas, que compreendem desde ações e gestos até textos e programas televisivos, podem ser analisadas de acordo com os seguintes aspectos: o *convencional* (a produção e o emprego das formas simbólicas envolvem regras e códigos), o *estrutural* (tal como

frases ou textos, as formas simbólicas podem ser analisadas de acordo com sua estrutura, a qual é formada por elementos inter-relacionados), o *referencial* (as formas simbólicas sempre são construções que estão no lugar de algo e são dirigidas a alguém), e o *contextual* (as formas simbólicas são construídas e inseridas em determinados contextos sócio-históricos).

As premissas relativas à mensagem encontradas nas outras abordagens são as seguintes:

- 1) os assuntos escolhidos pelos apresentadores são sempre do interesse do público – ou, dito de outra forma, os apresentadores veiculam assuntos que atrairão a atenção do público;
- 2) para o Agenda Setting, três aspectos da mensagem influem: sua origem, seu conteúdo e o veículo pelo qual é emitida; e
- 3) diferentes mensagens possuem diferentes aceitações, bem como as notícias são selecionadas pensando-se nos interesses do receptor.

Premissas relativas ao gênero também foram pouco encontradas entre os trabalhos analisados. Nos trabalhos socioculturais, todas são direcionadas ao estudo do rádio popular, mas referem-se à comunicação popular como um todo. As rádios populares tentam fazer com que a população participe da elaboração da programação; mas essa tentativa, no entanto, por vezes não evita que a direção do veículo comunitário seja autoritária, impedindo uma construção coletiva da mensagem e surgindo assim um funcionamento vertical, similar ao da comunicação massiva. A consequência dessa comunicação popular comandada por um pequeno grupo é um crescente distanciamento entre a programação e a realidade dos ouvintes.

A comunicação popular torna-se significativa aos receptores na medida em que se aproxima de seu cotidiano e torna-se útil a eles, fornecendo informações pertencentes ao seu mundo. Mesmo neste âmbito do popular, um estudo destaca o aspecto autoritário dos alto-falantes, por vezes utilizados por rádios comunitárias, justificado pela impossibilidade do ouvinte trocar de emissora ou simplesmente parar de ouvir quando assim o desejar. Apenas um trabalho com outra abordagem possui premissa: para o jornalismo, gênero caracterizado pela

instantaneidade, o veículo mais adequado é o rádio, especialmente pela sua possibilidade de transmitir a notícia no momento em que o fato está acontecendo.

Há, por fim, duas assertivas sobre o emissor: ele é um porta-voz autorizado, um especialista capacitado a falar sobre tudo, e sua atividade nunca é desinteressada, sempre objetivando a captura do receptor.

As pesquisas: problemas, hipóteses e procedimentos

O grupo de pesquisas com abordagem sociocultural estuda o uso, influência, relação, impacto e recepção do meio rádio entre seus ouvintes, enquanto que as com outras abordagens preocupam-se com o discurso dos apresentadores de dois programas radiofônicos (para identificar o receptor ideal constituído pelos mesmos) e com a influência e o uso do rádio numa reserva extrativista. Tais tópicos, por sua vez, são analisados sob a ótica de diferentes públicos: uma comunidade indígena, mulheres, comunidades populares, comunidades rurais, e adolescentes.

Notam-se quatro tendências quanto aos problemas e questionamentos levantados nos trabalhos socioculturais:

- 1) chegada do rádio: quais são as influências e repercussões que um meio tecnológico como o rádio pode causar em uma comunidade indígena? Como se dá a inserção de um programa radiofônico dirigido ao meio rural na vida cotidiana de seus receptores?
- 2) papel da *cultura* na recepção radiofônica popular: quais são os papéis desempenhados por valores do universo popular e por suas mediações na identificação de receptores com a programação da rádio estudada e com a própria proposta de um projeto de rádio popular? Qual é o sentido de uma rádio popular para o seu público ouvinte, constituído de mulheres?
- 3) apropriação das mensagens pelos receptores: de que modo o receptor realiza seus percursos e estratégias com vistas à construção e à negociação de sentido? Como se dá a recepção e a apropriação dos meios de comunicação pelos adolescentes?
- 4) Interesse pela questão do gênero: como se realizam as relações de poder entre homens e mulheres nas práticas radiofônicas da Igre-

ja Católica? O ouvinte percebe o modelo de dominação masculina existente nas rádios? As perguntas levantadas pelos trabalhos com outras abordagens são:

- a. Qual a influência e os impactos deste meio de comunicação oral em culturas essencialmente orais? O que os habitantes locais pensam dos meios, como desejariam que eles fossem, se consideram benéficos ou maléficos, e que tipo de serviço gostariam que prestassem?
- b. Qual é o perfil do receptor idealizado pelos apresentadores de dois programas determinados?

A leitura dos estudos de abordagem sócio-cultural revela que nem todos construíram hipóteses⁵. As encontradas são as seguintes:

- 1) é provável que determinados fatores sócio-culturais condicionem o reconhecimento do conteúdo e do discurso do programa radiofônico; e
- 2) o rádio deve interferir nas formas de sociabilidade através da dimensão imaginária aguçada pelo mesmo.

Há uma hipótese centrada nas relações de gênero, segundo a qual haveria uma diferença entre o discurso normativo e a prática cotidiana acerca das relações de gênero dentro da Igreja Católica: o papel da mulher dentro da organização da Igreja seria dimensionado verticalmente em relação ao homem, enquanto que, na vida cotidiana, ter-se-ia a presença feminina igualitária à masculina. Há por fim uma hipótese de cunho epistemológico: a cultura, enquanto instância presente em todas as relações humanas, pode tornar-se um ilimitado código de acesso na investigação dos sentidos da escuta radiofônica popular.

Os trabalhos com outras abordagens levantam as seguintes hipóteses:

- 1) se houver afinidade ou sintonia entre receptor e emissor, pode-se encontrar o ouvinte-alvo desses programas através da análise de discurso de seus âncoras;

- 2) é possível aplicar as hipóteses do Agenda Setting para estudar a inserção do rádio numa determinada comunidade indígena.

As amostras estudadas variam bastante entre si no conjunto das pesquisas. Vai-se do estudo de mulheres e adolescentes a estudos de comunidades como indígenas e rurais, além de grupos de ouvintes de rádios católicas e de grupos populares urbanos. Quanto ao número de pessoas pesquisadas, nota-se nova variação: há amostras de 10, 50, 105, 167 indivíduos, incluindo três pesquisas que não indicam o tamanho da amostra. Quando informado pelas pesquisas, o nível sócio-econômico dos pesquisados tende a ser o médio ou baixo. Quanto às outras abordagens, um trabalho apresenta somente um *corpus* composto por dez edições dos programas radiofônicos estudados; o outro não especifica quantas pessoas foram ouvidas, mas são listados depoimentos de sete indivíduos: seis de homens (numa média etária de 45 anos), e um de uma mulher de 41 anos; todos os setes são habitantes da mesma região e participam das atividades econômicas ou políticas locais.

Os trabalhos, entretanto, apresentam certa convergência nos procedimentos e técnicas de pesquisa. Seis dos sete têm a entrevista⁶ como técnica central na pesquisa: individual ou sob a forma de discussões em grupo, livre ou semi-estruturada, a entrevista aparece como a principal técnica de coleta de dados. Intimamente ligada à entrevista, mesmo que menos freqüentemente, estão a etnografia e a pesquisa participante, funcionando como procedimentos auxiliares ou como procedimentos principais (quando o pesquisador insere-se numa comunidade indígena). O questionário é utilizado em apenas três pesquisas, geralmente com o objetivo de levantar dados quantitativos como sexo, idade, profissão, grau de escolaridade. Por fim, um trabalho complementa sua análise com uma pesquisa documental sobre o município onde as pessoas da amostra residem e com análise de conteúdo das edições de um programa radiofônico.

Com outras abordagens os trabalhos optam, em um caso, por análise de discurso, e, noutro, por entrevistas e observação, não sendo mencionadas maiores especificações sobre estas técnicas.

Os sete estudos, como possuem em grande parte uma aproximação com estudos culturais, acabam por possuir uma abordagem

interdisciplinar. Nomeadamente, esses trabalhos em comunicação apresentam relação com antropologia, ciências sociais e sociologia. As duas tendências dos trabalhos com outras abordagens são a lingüística e a sociologia.

Resultados parciais

O ponto comum entre os resultados dos sete trabalhos de abordagem sociocultural é a consideração da recepção como um fenômeno ativo e da importância do contexto da recepção. O receptor é definido como um negociador de significados, como um tradutor que converte as mensagens dos meios à sua realidade. Tomamos como exemplo, Silva Neto (1997) que define três momentos do processo de comunicação:

- 1) através do “diálogo” entre emissores e receptores, as músicas são escolhidas e a programação é ordenada⁷;
- 2) no momento da recepção, os indivíduos participam da escuta cada um à sua maneira e o modo pelo qual cada um recebe (individual ou coletivamente) é determinante na negociação e na construção de sentido;
- 3) após a audição, o sentido do programa e da recepção será interpretado, vivido e modificado, ratificando a continuidade do processo de comunicação.

Assim, os entendimentos sobre a recepção ativa e o contexto da recepção mesclam-se na definição de que não há uma “captura total da mensagem” ou um significado final e completo. Entre os trabalhos analisados destacamos a relevância dos seguintes aspectos:

1. Sobre o impacto do rádio em comunidades indígenas e extrativistas (Cavalcante, 1997; Pinheiro, 1999)

Em um trabalho de abordagem sociocultural, o rádio, ao ser introduzido numa aldeia de índios, coloca em conflito um dos aspectos mais básicos da mesma: o extremo respeito existente entre as diferentes gerações de indivíduos. Nessa cultura, as crianças e os jovens são educados, treinados e até “fabricados” sempre e somente pelos indivíduos mais ve-

lhos e sábios, com os quais aprendem tudo aquilo de que necessitam para a vida. É justamente essa tradição de extremo respeito aos sábios que o rádio, com sua chegada à aldeia, coloca em conflito. O rádio permite aos jovens um aprendizado que, além de se distinguir do antigo e mítico, é alcançado de modo não convencional, quebrando assim a tradição cultural dos anciões e destituindo esses de seu papel de educadores naturais. Por outro lado, o acesso ao mundo dos brancos é não apenas ideológico mas também físico e social. Os mais velhos temem a desobediência às normas tradicionais e uma depreciação do passado e, conseqüentemente, da história. Em última instância, há o medo de que o índio “morra simbolicamente”, perdendo sua identidade e tornando-se branco. E nisso ocorre uma contradição: os líderes da aldeia, percebendo a tentação dos jovens pelo rádio e notando seu poder, passam a utilizar eles próprios o sistema radiofônico para impedir ou diminuir a invasão da cultura do homem branco e, ao mesmo tempo, usar toda a fascinação exercida pelo rádio para promover e difundir a própria cultura indígena. Essa estratégia, não obstante, exige que os adultos e velhos revejam a própria cultura, lutando para adaptá-la à nova conjuntura. Assim, se bem sucedido, esse movimento favorece a comunidade como um todo, uma vez que dá legitimidade aos líderes e também satisfaz os jovens.

Um trabalho com outra abordagem, estudando o impacto do rádio em uma comunidade extrativista, chega a conclusões distintas: o rádio funciona unicamente como entretenimento e utilidade pública, não tendo mais o poder de definir as temáticas do dia-a-dia como supõe a hipótese do Agenda Setting. Como prova, o autor levanta o fato de que os receptores não têm o menor receio de exporem opiniões contrárias à política vigente. Isso nega o modelo da “Espiral do Silêncio”, segundo o qual as pessoas, com medo de encontrarem-se sozinhas em função de suas próprias opiniões e críticas, omitem suas verdadeiras idéias, passando a adotar os conceitos e posicionamentos dominantes na sociedade. A dissertação conclui que, se não aplicável à situação do rádio numa comunidade extrativista, a teoria da Agenda Setting poderia ser verificada com a televisão, principal meio de comunicação, ou com o rádio em 1920, quando era então o principal veículo⁸.

2. Rádio e comunicação popular

(Cogo, 1994; Silva Neto, 1997; Fonseca Júnior, 1998)

As que abordam o tema chegam a uma mesma conclusão: há uma grande dificuldade, entre as emissoras de rádio popular, em manter uma programação que encontre boa recepção entre seu público ouvinte. O problema deriva, principalmente, do extremo distanciamento entre os produtores e os receptores: os primeiros, isolados no contexto de produção, possuem pouco ou nenhum vínculo com a realidade cotidiana e com os valores sociais realmente importantes para os segundos, acabando por produzir uma programação que se afasta tanto em forma como em conteúdo da realidade da comunidade. O problema não se resolve quando a liderança da rádio é composta por pessoas ligadas à comunidade, pois elas, ao ingressar na produção, acabam por perder o vínculo inicial. Outro fator detectado é o elitismo intelectual por parte de alguns produtores, os quais, no intuito de construir uma programação educativa, culta e laica, acabam justamente por negar as mediações verdadeiramente significativas para os ouvintes. Tal conflito pode ser resumido entre uma concepção de utilidade, por parte dos programadores, e outra de entretenimento, por parte dos ouvintes. Há uma oscilação entre as comunicações massiva e popular. Negam a diversão com o intuito de preservarem os elementos de educação e conscientização. As soluções provenientes deste impasse são distinguidas entre as “racionais” – propostas pelos produtores – e as “emocionais”, advindas dos ouvintes. As primeiras tentam uma aproximação baseada em movimentos populares e idéias educativas, enquanto as segundas optam por programas que envolvam mais a sedução e o “coração”. Apesar do impasse, é também na própria tentativa de sua resolução, que identidades vão sendo formadas, questionadas e redefinidas⁹.

O estudo de um caso sobre rádio comunitária revela a preponderância dos avisos comunitários sobre todos os demais tipos de mensagem e é na veiculação desses avisos de utilidade prática e pública que a rádio mais encontra a sua audiência e a sua razão de existir. Esses avisos remetem à freqüente transição de pessoas entre os meios rural e urbano em virtude de trabalho e problemas de saúde (típico da comunidade estudada), bem como à interação existente entre esses vá-

rios indivíduos. A rádio caracteriza-se, portanto, por esse forte vínculo entre a dinâmica e a comunicação sociais.

3. Rádio, cultura e recepção

(Cogo, 1994; Fonseca Júnior, 1998; Grisa, 1999; Silva Neto, 1997)

Confirmam-se os pressupostos do papel da cultura como mediação, como agente determinante na recepção. Entre as principais mediações, apontam-se a família e a religião. O espaço familiar caracteriza-se como um ambiente ético e propício ao desenvolvimento de valores cristãos. São estas duas mediações que explicam o fracasso de programas “profanos” e modernos que tratam de temas como sexo ou drogas. Tal como essas mediações, outro local de reconhecimento do universo popular é a rua: nas relações de vizinhança e familiares, nas festas do bairro e nos grupos se dá a mediação dos valores e da cultura popular. As interações entre receptor e mensagem conduzem à concepção do rádio como um produtor de novas sociabilidades e, enquanto tal, promotor tanto de mudança como de manutenção de padrões já estabelecidos. As distintas apropriações do rádio resultam da interação do universo particular, local e tradicional com o mundo exterior, estrangeiro e moderno.

Um dos trabalhos constata a existência de vários tipos de sentidos produzidos na recepção de uma rádio de audiência popular. São sentidos ligados às razões que fazem com que as pessoas entrem em contato com o meio, às sensações das pessoas durante as audições, e ao significado existente por trás dessa relação. Os sentidos são analisados de acordo com o momento de vida de cada pessoa. Assim, são sempre vistos mediante a perspectiva do passado, presente e futuro (ou projeções para o mesmo).

O sentido mais constante e forte nos relatos é o de *solidariedade*, pois a rádio é vista como promotora da ajuda, preocupada com os doentes, necessitados, desamparados e aflitos que, sozinhos, não conseguem superar suas dificuldades. Essa postura, no entanto, não indicaria um clientelismo por parte da audiência, podendo ser entendida de outra forma, sob uma perspectiva cultural da solidariedade. O sentido *lúdico* é responsável pela promoção da alegria, do lazer e da diversão. O rádio serve tanto como apoio às situações adversas como um verdadei-

ro instrumento de diversão. Surge como uma esfera de liberdade, na qual algum prazer impossível nas situações reais da vida torna-se concreto. O sentido lúdico não está ligado ao futuro, o que se explica pela postura anti-hedonista das mulheres frente à vida. Próximo a esse há o sentido *afetivo*, que promove à relação entre mulheres e rádio certa intimidade, pois ela não nega os sentimentos da ouvinte, mas vale-se dele para poder se aproximar. Dos sentidos, lúdico e afetivo, advém o de *parceria*, no qual a rádio torna-se uma companheira em situações de solidão das ouvintes, como durante o trabalho onde não têm com quem conversar. Há uma convergência do lar e do trabalho na vida das mulheres, justamente possibilitada pela mobilidade e praticidade do rádio. Através do sentido de *distinção social*, por outro lado, as ouvintes adquirem a noção de si, enquanto membros de uma determinada camada social, uma espécie de consciência da sua inserção dentro da malha social. Aliado a este sentido, há o de *segurança ontológica*, com o qual as ouvintes obtêm a afirmação de sua identidade humana¹⁰. Há também o sentido *pedagógico*, pois com o rádio as ouvintes aprendem, e este aprendizado não é apenas formal ou pontual, por meio de notícias ou eventos, mas também humano e “total”, responsável por uma conscientização mais ampla do mundo e da vida¹¹. Outro sentido típico do passado é o de *ritualização*. O ato de ouvir rádio era evento raro e excepcional à vida, caracterizando-se assim como um momento mágico e marcante, no qual boa parte da família e amigos se reuniam para escutar os programas. No presente, entretanto, dada a rotineira presença do rádio na vida das ouvintes, perde-se o sentido ritualístico, tornando-se a audição um fato cotidiano. Por fim há o sentido de *comunhão*, porque a rádio é também uma unificadora e integradora dos espaços sociais ocupados e vividos pelas suas ouvintes.

Esses sentidos tornam o rádio um meio verdadeiramente ligado à mediação da cultura popular. Os sentidos são vistos como ponto de convergência do universo popular e o cotidiano como local de produção de sensibilidades. O verdadeiro sentido da comunicação está, pois, no uso do mesmo ao longo do dia-a-dia do ouvinte.

4. Sobre rádio e relações de gênero (Corazza, 1998)

Estudo relativo a produtores e receptores, constata a existência de duas realidades: há uma proveniente do discurso oficial da igreja, para a qual as relações entre homens e mulheres dentro de emissoras católicas são hierarquizadas, na quais as mulheres são discriminadas e destinadas a cargos de menor importância e menor prestígio; por outro lado, existe uma realidade oriunda do trabalho cotidiano na rádio que revela o crescimento da mulher dentro do mundo da comunicação. Em ambas as realidades, no entanto, ocorre uma dicotomia: os homens são tidos como frios, egoístas, extremamente ligados à racionalidade e destinados aos assuntos políticos, enquanto as mulheres são vistas como emotivas, mais humanas e dedicadas aos problemas domésticos, mais simples e leves. Assim, a presença da mulher em altos cargos dentro da direção das rádios confere um aumento da qualidade da emissora, provando que suas características de emoção e sensibilidade podem aprimorar o exercício profissional.

○ estudo verifica que a carência pessoal, a ausência de auto-estima e a falta de valorização são os principais fatores ligados ao interesse das mulheres pelo rádio. ○ uso do rádio por elas é motivado por suas necessidades e carências.

5. Recepção e meio rural (Fonseca Júnior, 1998; Silva Neto, 1997)

Um estudo constata que as mensagens radiofônicas, mesmo sendo produzidas e recebidas no meio rural, não são totalmente "rurais", pois sofrem interferência do processo de produção, no qual se padronizam. A este processo somam-se as valorizações econômicas e simbólicas, através das quais às mensagens são agregados preços (fazendo com que os avisos, dependendo do custo, fiquem restritos a uma parcela da população com poder econômico) e simbolismos (relação dos conteúdos com os receptores). Surgem também problemas em relação ao conteúdo de certos avisos, havendo casos de controle e censura, impedindo assim que se divulguem mensagens socialmente inaceitáveis. Não são, entretanto, todas as interferências feitas no sentido de controlar ou influenciar a audiência, pois é relatado um caso em que mensagens foram lidas

de modo diferente devido a um problema de visão do próprio locutor, mostrando assim algumas "alterações involuntárias" dos conteúdos.

Devido a diversas causas e etapas do processo, o programa de anúncios não pode ser visto como uma representação *exata* da realidade, não obstante, vem a ser uma *boa* representação, pois serve como um indicador social, econômico e social da região.

6. Rádio e recepção adolescente (Martins, 1997)

A identificação dos jovens e dos adolescentes com as diferentes mídias é proporcional ao nível de segmentação e especialização das mesmas. Em vista do momento de vida dos jovens, caracterizado por altas mudanças e uma identidade oscilando entre a infância e o mundo adulto, é numa programação feita especialmente para eles, que fale sua linguagem e veicule seus interesses, que mais se verificará a audiência dos adolescentes. É, portanto, o rádio, devido à sua grande segmentação, ao predomínio da música como principal mensagem e à linguagem rápida e fragmentada, o meio com o qual os adolescentes mais se identificam¹². E a recepção adolescente, por sua vez, é um hábito cada vez mais solitário. A audiência se divide em seus interesses específicos e passa assim a entrar em contato com os meios de modo isolado e sem diálogo.

7. Sobre o receptor idealizado (Gália, 1997)

Aspecto analisado por um dos trabalhos classificados como "outra abordagem", que faz uma análise do discurso de dois programas radiofônicos, pela qual é construído o perfil dos receptores. Assim, o receptor idealizado por um dos programas ("Gaúcha Hoje") é de classe média alta, composta por profissionais em ascensão no mercado de trabalho, com tendência a um posicionamento neoliberal. Eles vêem o mundo do trabalho a partir de um ponto de vista patronal, considerando injusto punir os que ganham mais e lutaram por esta posição de vida; como profissionais em ascensão, são em geral jovens, e se interessam pela cultura e pela história veiculadas na mídia. Já o receptor do outro programa ("Flávio Alcaraz Gomes Repórter") tem algumas características distintas: pertence às classes média e média-alta, é mais atrelado às tradições religiosas do Estado; valoriza a cultura francesa, em especial, está ligado a uma corrente de pensamento tradicional e con-

servadora. Em relação às demais pessoas, condenam moralmente as transgressões na sociedade, são caridosos mas mantêm um certo distanciamento aos outros grupos, sempre olhando-os “de cima para baixo”, não sentem o popular como constituinte de sua própria cultura. Respeitam os políticos, não obstante os criticam e têm interesse por história, mas a buscam nos livros. Ambas as audiências sentem o Brasil como dependente de outras culturas – com a diferença que o modelo a ser seguido por um programa são os Estados Unidos, enquanto que para o outros é a França. Por fim, a conclusão é de que os dois públicos receptores, identificados com os demais povos platinos, vêem os gaúchos como superiores, como um povo que trabalha para que o resto do Brasil se divirta.

Considerações finais

Um dos avanços teórico-metodológicos identificados nesses trabalhos é a concepção de cultura como modo de vida, prática cotidiana e materialidade do tempo presente. A noção de cultura, entretanto, é encontrada não apenas no passado e no presente, mas também no futuro. Além do mais avançou-se na compreensão de gostos e costumes de classe, somado ao fato de que a produção de sentido pode englobar e promover uma aproximação entre as classes.

A articulação com outras áreas do conhecimento como a antropologia, por exemplo, pode resultar em um limite quando a pesquisa enfoca mais a vida comunitária do que a influência do rádio sobre seus habitantes, entretanto, as aproximações interdisciplinares são no geral bastante produtivas para os estudos de recepção. Alguns estudos do grupo analisado apresentam limites metodológicos pela falta de destreza no uso dos instrumentos de pesquisa ou mesmo por inadequação das estratégias e procedimentos em relação ao problema de pesquisa, assim como outros apresentam deficiências formais na apresentação do relatório final ou pecam por não seguirem a racionalidade da construção de um trabalho científico. Nenhum trabalho refletiu sobre o problema da reflexividade na construção e análise dos dados empíricos, fator cada vez mais relevante para os estudos de comunicação uma vez que esta envolve a configuração social de forma multidimensional.

Três novas hipóteses são levantadas pelos trabalhos de abordagem sociocultural:

- 1) o rádio, bem como a escrita, há milênios, pode vir a estabelecer um novo modo de produção de pensamento;
- 2) o ambiente da comunicação pode tornar-se um local de verificação do processo de ascensão profissional da mulher;
- 3) os sentidos gerados pela escuta radiofônica poderão ser utilizados não apenas no estudo da comunicação, mas também em fenômenos de outras áreas das ciências sociais e humanas.

Estas hipóteses, tanto de ordem teórica, quanto empírica são algumas pistas que podem ser seguidas pelos pesquisadores da área, como meio de fazer avançar de forma rápida e orgânica o conhecimento sobre a relação da audiência com o entorno da comunicação, procedimento que nenhum dos trabalhos aqui analisados realizou e que certamente teria sido mais produtivo para o campo.

Notas

1. Realizada com o apoio do CNPq, 2003-2005.
2. Não são considerados aqui os dois primeiros anos desta década, pois a CAPES só começou a divulgar os resumos sobre esta produção acadêmica a partir de 1992.
3. No final da década os Programas somavam 20.
4. Assume-se a classificação proposta por Escosteguy (2004) que analisou o mesmo *corpus*, classificando-o como abordagem sócio-cultural, comportamental e outras.
5. Há apenas um trabalho que levanta hipóteses empíricas: comunidades rurais com mais afinidades com a cultura da região mostrarão maior identificação com os programas da rádio estudada.

6. Dois trabalhos aliam a entrevista às técnicas da história de vida, história oral e biografia radiofônica, pelas quais conseguem aprofundar a coleta de dados.

7. Silva Neto aponta aqui uma leitura semiológica, segundo a qual a ordem em que os signos são dispostos é determinante do significado final, sendo os produtos “consumidos simbolicamente através de um processo de semantização, muito antes da sua apropriação no plano concreto”.

8. Isso acaba por revelar uma possível contradição nas conclusões da pesquisa. Dizer que o Agenda Setting é aplicável à TV de hoje ou ao rádio da década de 20 é dizer que esse paradigma é válido para o veículo preponderante de uma determinada época. Sendo assim, o Agenda Setting deveria funcionar com o rádio na comunidade estudada, pois nesse ambiente é o veículo principal. Mesmo assim, prevalece o fato do rádio ser considerado um meio de entretenimento e utilidade pública, o que acaba por negar o marco teórico.

9. Silva Neto ainda aponta para a influência de alto-falantes: eles contribuem para a negociação e crítica do sentido da rádio uma vez que constituem uma segunda fonte de informação e sentido. Sua conclusão final é a ratificação das novas investigações sobre os meios de comunicação, as quais prestam menos atenção para a influência dos meios sobre os receptores e um maior cuidado a como estes se relacionam com aqueles.

10. Os sentidos de distinção ontológica e de distinção social se fundem numa espécie de auto-afirmação, um baseando-se na identidade ou “unidade” entre as pessoas, e o segundo, numa distinção e diferenciação entre as mesmas.

11. Esse pedagogismo não é normalmente tido como presente nos rádios de audiência popular, ficando pois destinado às populares. A rádio de audiência popular seria a voltada à diversão, ao entretenimento e aos gostos das classes baixas, enquanto a rádio popular se aproxima

ria da comunitária, envolvida em questões sociais e de emancipação de comunidades pobres.

12. Depois vem a revista como meio que “mais fala a linguagem dos jovens”, dispondo-lhes os assuntos de seu interesse e por fim figura a televisão, com a qual os jovens dizem pouco se relacionar, alegando não encontrar elementos do seu mundo e de seus interesses, dado o amplo e heterogêneo público à qual é destinada.

1. Corpus – trabalhos socioculturais

COGO, Denise Maria. *No ar uma rádio popular: o uso dos alto-falantes como emissora popular no Brasil*. USP, 1994.

CAVALCANTE, Iêda Maria da Silva de. *A presença dos meios de comunicação tecnológicos na aldeia Yawalapítí: um estudo sobre a influência do rádio e da radiofonia*. UnB, 1997.

MARTINS, Sílvia Koch. *Adolescência e recepção: a mídia em ritmo de vídeo-clip*. PUCRS, 1997.

SILVA NETO, Casemiro. *No ar, o Som das Águas! Projeto radiofônico, da gênese à recepção*. UFRJ, 1997.

CORAZZA, Helena. *Comunicação e relações de gênero em práticas radiofônicas da Igreja Católica no Brasil*. USP, 1998.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. *Alô Pantanal: estudo sobre a relação entre um programa de rádio e três comunidades rurais do município de Corumbá – MS*. UMESP, 1998.

GRISA, Jairo Ângelo. *Os sentidos culturais da escuta: rádio e audiência popular*. UFRGS, 1999.

2. Corpus – trabalhos com outras abordagens

GÁLIA, Magda. *O receptor idealizado pelo discurso radiofônico: uma análise do emissor em 'Gaúcha Hoje' e 'Flávio Alcaraz Gomes Repórter'*. PUCRS, 1997.

PINHEIRO, Francisco. *Impactos de veículos de comunicação de massa numa reserva extrativista no estado do Acre*. UnB, 1999.

Referências

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. Notas para um estado da arte sobre os estudos brasileiros de recepção nos anos 90. In: MACHADO, J.; LEMOS, A.; SÁ, S. (Orgs.) *Mídia*. Porto Alegre: Sulina, 2004.

CAPPARELLI, Sérgio; STUMPF, Ida Regina C. *Teses e dissertações em comunicação no Brasil: 1992 - 1996. Resumos*. Porto Alegre: Gráfica UFRGS, 1998.

_____. *Teses e dissertações em comunicação no Brasil: 1997 - 1999. Resumos*. Porto Alegre: Gráfica UFRGS, 2001.