

DE UM AMIGO COMPANHEIRO A UM VELHO ARCAICO: As representações sociais sobre o rádio entre discentes do meio rural

Tamires Lopes PEREIRA¹

Ana Louise de Carvalho FIÚZA²

Universidade Federal de Viçosa – UFV

Resumo: Este artigo apresenta os resultados de um estudo sobre as representações sociais que o rádio assume para os discentes do curso de Licenciatura em Educação do Campo. A proposta foi conduzida por uma vertente qualitativa, utilizando-se da participação de 32 estudantes. Foi disponibilizado um questionário online composto por dezesseis questões, mesclando múltiplas escolhas e abertas. Dentre os resultados obtidos, constatou-se que o rádio possui uma representação predominantemente positiva com eixos significativos que variam entre informação, distração, hábito cultural e companhia. Por outro lado, constatou-se também evocações que designava o rádio como um meio de comunicação arcaico. De modo geral, este veículo tem possibilitado acessos básicos e essenciais para a comunicação dos sujeitos rurais, sendo um fator de mediação entre a inserção social e a rotina rural.

Palavras-chave: Representações sociais. Rádio. Discentes. Meios de comunicação. Rural.

Abstract: This article presents the results of a study on the social representations that radio assumes for students of the degree course in Field Education. The proposal was guided by a qualitative approach, using the participation of 32 students. An online questionnaire was made available, consisting of sixteen questions, mixing multiple and open choices. Among the results obtained, it was found that the radio has a predominantly positive representation with results ranging from information, distraction, cultural habit and company. On the other hand, it was also found evocations that designated the radio as an archaic means of communication. In general, this vehicle has provided basic and essential access to the subject's communication, being a mediating factor between social insertion and rural routine.

Keywords: Social representations. Radio. Students. Media. Rural.

041

Introdução

A história da radiofusão brasileira exprime os limites e propagações de um veículo comunicacional multifacetado em distintas classes sociais. Isto é, mesmo que as primeiras experiências de uso do rádio brasileiro sejam

¹ Possui graduação no Curso Bacharel em Cooperativismo pela Universidade Federal de Viçosa (2016). Mestre em Estudos Rurais pela Universidade Federal do Vales do Jequitinhonha e Mucuri (2016-2018). Doutoranda em Economia Doméstica pela Universidade Federal de Viçosa (2019-2023). E-mail: tamires.pereira@ufv.br

² Professora Titular do Departamento de Economia Rural da Universidade Federal de Viçosa (UFV). Socióloga formada na Universidade Federal de Juiz de Fora (1992). E-mail: lousiefiuzza@ufv.br

descritas em meados de 1923, sua difusão dentro do país se deu de forma heterogênea, ocorrendo uma popularização na década de 30 e o seu apogeu nos anos 40 (FRAGA, 2018).

Muitos elementos contribuíram para este cenário de introdução do rádio brasileiro, até mesmo nas regiões rurais dispersas geograficamente e o fator político foi um bom exemplo. Juntamente à política de aceleração, modernização e urbanização do país adotada pelo presidente Getúlio Vargas nos anos 30, o rádio ganha força na propagação dos acontecimentos políticos, como a criação do programa "A Hora do Brasil", e também na irradiação da cultura citadina. "O rádio tornou-se um meio que permitiu conectar o que vem das culturas camponesas com o mundo da sensibilidade urbana" (FRAGA, 2018, p.41).

Com o passar do tempo, "o veículo foi se adaptando às mudanças econômicas, políticas, tecnológicas e também dos modos de vida e hábitos culturais das diversas camadas sociais brasileiras" (MAGNONI e RODRIGUES, 2013, p.06), o que ocasionou também a reconfiguração de suas funções, usos, papéis e representações dentro da sociedade vigente. Na atualidade, as mudanças tecnológicas no rádio são explícitas, nota-se a escuta crescente pelo celular, pela internet, pela TV a cabo, ou até mesmo no carro. Existe ainda uma convergência, a qual o som do rádio é acompanhado por pequenos textos e/ou imagens (caso do rádio digital). Todas estas transformações vão adquirindo consistências a partir das diferentes apropriações das tecnologias.

Medeiros e Prata (2019, p.10) apontam que algumas das mudanças sofridas pelo rádio estão dificultando seu acesso, principalmente em áreas rurais ou distantes de centros urbanos. "O rádio sempre foi o meio de comunicação mais abrangente em todo o país, tendo a possibilidade de chegar a comunidades onde nenhuma outra modalidade midiática consegue acessar". Os autores analisam os impactos da migração do rádio AM para o FM, e ressaltam que a diminuição do alcance das emissoras é o principal efeito colateral sofrido pelas rádios locais. Entretanto, o rádio ainda se faz importante e insubstituível, principalmente quando se considera sua imediaticidade e as divisões geopolíticas das localidades; dado que, informações e avisos cotidianos referentes aos

municípios são veiculados pelos meios de comunicação locais (MEDEIROS e PRATA, 2019).

Para os pioneiros da radiofonia e defensores da radiocultura no Brasil, o rádio foi visualizado como um instrumento capaz de contribuir para o desenvolvimento científico e educacional, dado que possibilitava a divulgação da ciência e da cultura (COELHO, 2014).

Os meios comunicacionais nas sociedades com bases democráticas como a nossa, têm se tornado um pré-requisito, pois cada vez mais sua função de comunicação política para além da comunicação face a face, é reforçada (DAHLGREN, 2009). Ou seja, as mídias na democracia desempenham o papel crucial de fornecer as informações necessárias aos cidadãos, para que possam ir além do simples fato de cumprir seus direitos e deveres.

O rádio é um dos exemplos de veículo comunicacional que possibilita facilitar o processo de aprendizagem necessário à tomada de consciência, sendo esta dependente do desenvolvimento de competências críticas reflexivas sobre a própria realidade social, para que ocorra transformações (WINOCUR, 2002). Este veículo viabiliza a abordagem das perspectivas e necessidades dos indivíduos, em virtude da oferta de espaços para debates e exposição de idéias, podendo haver a participação direta dos sujeitos, contribuindo para sua formação cidadã.

Segundo Carmo-Roldão (2008), é possível que o rádio proporcione aos ouvintes programas com conteúdos que vão além do puro entretenimento ou da simples informação, que desenvolvam as capacidades crítica dos ouvintes e vise a democratização dos saberes. Não obstante, Silva (2018, p.02) aponta a promoção da “cidadania” como sendo uma das contribuições do rádio, dado que reúne características como a proximidade com o público e uma linguagem específica, orientando “os cidadãos a aprender sobre o mundo, sobre o debate e a tomar decisões informadas”.

Kaseker (2012) descreve o rádio para além de um simples eletrodoméstico, ressaltando como se dá “o ouvir rádio” dentro do contexto geracional. Para tanto, a autora parte do conceito bourdieusiano de *habitus* juntamente com as formas de escuta no espaço familiar, buscando compreender

o processo de formação de identidade, gosto musical, estilo de vida e formas de apreensão de sentido. Por fim, Kaseker (2012) conclui que o rádio para a geração jovem participante de sua pesquisa, já não possui a equivalência da carga emocional que possuía para as gerações anteriores: ele é visto frequentemente como um canal de informação e/ou conhecimento e, na maioria das vezes, não é o principal.

O rádio, a indústria midiática assim como os pais, amigos e família também têm o seu papel na autoformação dos indivíduos, de modo que as mensagens transmitidas por estes veículos não devem ser vistas como algo inerte, mas sim em desenvolvimento, conforme a interpretação pessoal de cada um (THOMPSON, 1998).

Este veículo comunicacional possui ainda a capacidade de estimular a imaginação dos ouvintes, e em alguns casos, é interpretado por esse público como sendo uma companhia, um amigo (MCLEISH, 2001; HARTMANN e MUELLER, 1998). O rádio é “um meio cego, mas pode estimular a imaginação, de modo que logo ao ouvir a voz do locutor o ouvinte tente visualizar o que ouve, criando na mente a figura do dono da voz” (MCLEISH, 2001, p.15).

Quem escuta é psicologicamente só, ele é único. O rádio permite manter uma relação interior com as pessoas. Possui a capacidade de ser um amigo. É muito importante identificar o ouvinte, não tratá-lo como um número. “[...] É necessário que ele sinta a sua importância e [...] capaz de responder à mensagem recebida” (HARTMANN E MUELLER, 1998, p.83).

Já Macedo e Costa (2016) retratam, a partir do estudo da memória dos moradores de uma comunidade, as representações espaciais sobre a Amazônia por meio dos programas de rádio; aqui este veículo vai além de uma relação interior com seus ouvintes (amigo), ele desenvolve as redes comunicacionais em suas distintas espacialidades (cidade - interior). Segundo os autores, o trabalho objetivou o levantamento das percepções socioespaciais sobre a Amazônia através dos programas de rádio, que revelou as formas de compreensão nativas da organização espacial (cidade - interior) vivida pelos moradores mais antigos da comunidade da Foz do Cravo - AM. “O rádio tornou mais fácil, para essas

populações, ampliar suas redes de troca, de comunicação e de trilhas de movimentação entre o espaço dos povoados, vilas, cidades pequenas, médias e grandes da Amazônia” (MACEDO e COSTA, 2016, p.131).

Vale salientar que, em um estudo como o realizado por Macedo e Costa (2016), as memórias são o lugar onde se guarda as representações e as suas reconstruções. Isto é, a memória é uma constante negociação entre o que lembrar e esquecer, entre o passado e o presente, entre a arena social e seus atores (CANDAU, 2005).

Dentre as caracterizações, conceitos, representações e considerando o contexto rural com dificuldades de acesso às tecnologias de informação e comunicação, o rádio pode ser uma opção viável para o acesso informacional, principalmente se analisarmos seu baixo custo, eficiência na distribuição de informações - grande alcance e linguagem simples. “Além disso, o rádio não exige que seus usuários tenham um grau de instrução elevado, uma vez que, como não utiliza imagens seu texto deve ser simples e auto-explicativo” (WEBER e DEVÉNS, 2010, p.46).

Sendo assim, é relevante que os estudos com foco na recepção dos veículos comunicacionais como o rádio, atentem para as mediações que ocorrem, ou seja, observar as causas que geram as distintas significações pelos ouvintes/ receptores, já que o “processo das mediações acontece entre a produção da mensagem e os efeitos da recepção” (WEBER e DEVÉNS, 2010, p.49). Segundo Martín-Barbero (2003), existem três lugares onde se dão as mediações: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural, sendo os mesmos interligados entre si e cada elemento retrata uma parcela da realidade.

Compreendendo que o rádio foi um dos pioneiros da lista de tecnologias de informação e comunicação tendo vigência até os dias atuais, e que traz consigo possibilidades de influenciar, reconfigurar e transformar os contextos em que ainda se faz presente, nota-se a emergência e lacuna de estudos que retratem a partir das lentes das representações sociais, os efeitos da sociedade da informação, do acesso/uso aos meios comunicacionais na realidade das

comunidades rurais, o que reforça a importância deste trabalho. Temáticas como esta “evidenciam a necessidade do estudo da atual formação, reprodução e permanência do imaginário social, a análise das representações sociais e como elas são geradas pelos meios de comunicação de massa” (ALEXANDRE, 2019, p.117).

Neste sentido, o objetivo deste estudo é analisar quais as representações que o rádio assume para os alunos do curso de Licenciatura em Educação do Campo da Universidade Federal de Viçosa - LICENA/UFV, que residem no meio rural, buscando compreender a presença deste veículo comunicacional nos respectivos cotidianos rurais. Ou seja, como os discentes percebem, interpretam e constroem o imaginário acerca do rádio no seu dia a dia.

A escolha dos discentes se deu devido ao histórico de formação e o objetivo do curso LICENA/UFV, uma vez que diversas abordagens do campo são discutidas no decorrer das disciplinas cursadas. Outro fator contribuinte foi à descoberta de um alto percentual de estudantes com origem, e residentes de áreas rurais. O LICENA/UFV advém de um histórico de debates e participações dos movimentos e entidades de atuação no campo, como: Conselhos Estadual e Nacional do PRONERA, Associação Mineira das Escolas Família Agrícola - AMEFA, Movimento dos Trabalhadores Sem Terra - MST, Sindicatos de Trabalhadores Rurais, Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária - INCRA, etc.; desde o final dos anos 90. Através destas parcerias e reflexões construtivas sobre a realidade de um “campo” mais consciente, cidadão e de base agroecológica, no ano de 2013 a Universidade Federal de Viçosa apresenta o curso de licenciatura em Educação do Campo. O objetivo do curso, segundo sua matriz curricular, é propiciar a formação de professores em docência multidisciplinar em ciências da natureza para uma atuação na educação do campo.

O curso é estruturado numa abordagem da pedagogia da alternância, que articula diferentes tempos e espaços pedagógicos (tempo-escola e tempo-comunidade), vinculando à experiência no campus universitário e na vida social ampliada a realidade cotidiana dos estudantes. O Tempo Escola e o Tempo Comunidade são articulados com a elaboração e execução de produtos pedagógicos que consideram dimensões sociais, políticas, econômicas e

ambientais, sendo o ponto de partida a realidade dos estudantes em inter-relação com os conhecimentos adquiridos na formação acadêmica.

Para tanto, busca-se uma análise das representações sobre o rádio elaboradas por estudantes do LICENA/UFV, a partir da Teoria das Representações Sociais, consagrada por Serge Moscovici, na década de 1960. Para este autor, as representações sociais são compreendidas como um conjunto de conceitos e ideias/valores coletivos pertencentes a um determinado grupo, os quais derivam do processo de interação social. “As representações são sempre um produto da interação e comunicação e elas tomam sua forma e configuração específicas a qualquer momento, como uma consequência do equilíbrio específico desses processos de influência social.” (MOSCOVICI, 2015, p. 21).

No tocante a este estudo, num primeiro momento foi enviado um questionário online a 92 alunos distribuídos em três turmas (turmas dos anos de 2017, 2018 e 2019) do curso de Licenciatura em Educação do Campo. O questionário foi composto por questões de múltipla escolha, como as informações básicas sobre os participantes e o uso do rádio; e questões abertas que buscaram captar os significados que o rádio representa para tal categoria. Entretanto, obteve-se como repostas apenas trinta e dois questionários preenchidos, os quais utilizamos para desenvolver este trabalho.

Teoria das representações sociais

Tendo em vista o alcance dos objetivos propostos, este trabalho adota como referencial teórico a teoria das representações sociais. A expressão “representação social” teve sua origem na Europa (ALEXANDRE, 2019), onde foi mencionada pelo psicólogo social Serge Moscovici no desenvolvimento da sua teoria, em meados de 1950. Na obra intitulada *Psychanalyse: son image et son public*, Moscovici elabora o conceito de representação social, tal qual, apresenta alguns resultados acerca da compreensão de como a psicanálise alcançou uma nova significação para grupos populares, ao sair dos grupos fechados e especializados. Este trabalho do referido autor foi um marco para o

campo de pesquisa em Psicologia Social, dialogando também com as diferentes áreas do conhecimento; ele foi traduzido e publicado no Brasil em 1978.

A partir de uma releitura crítica da teoria funcional de Durkheim sobre as representações coletivas, Moscovici reforça a existência de representações coletivas, contudo, descreve a existência de outros tipos de representações, tais como as individuais e as grupais, principalmente em sociedades complexas. Ele considera ainda a relação mútua entre os pensamentos e as práticas sociais para a compreensão das representações que orientam um determinado comportamento e/ou comunicação. Segundo o autor, a representação social é como “uma modalidade de conhecimento particular tendo a função de elaboração dos comportamentos e da comunicação entre os indivíduos” (MOSCOVICI, 2012, p. 27). Em outras palavras, as representações sociais são o modo como compreendemos e comunicamos o que já sabemos.

Em face da caracterização das representações situa-se uma de suas funções, que é a padronização dos objetos, pessoas ou acontecimentos; “elas lhes dão forma e localizam em uma determinada categoria, e gradualmente colocam como modelo de um determinado grupo de pessoas” (BERTONI e GALINKIN, 2019, p.02). Assim sendo, as representações sociais nos levam a criar rótulos, modelos, agrupamentos de regras, padrões ou atitudes que podem ser convencionais a um indivíduo ou a um coletivo de sujeitos.

As representações são dessa forma, definidas como um conjunto de conceitos, atitudes e comportamentos, pelos quais interpretamos ou construímos uma realidade social. Como nos acrescenta Arruda (2002):

A Teoria das Representações Sociais parte da “premissa de que existem formas diferentes de conhecer e de se comunicar, guiadas por objetivos diferentes, formas que são móveis, e define duas delas, pregnantes nas nossas sociedades: a consensual e a científica, cada uma gerando seu próprio universo. A diferença, no caso, não significa hierarquia nem isolamento entre elas, apenas propósitos diversos. O universo consensual seria aquele que se constitui principalmente na conversação informal, na vida cotidiana, enquanto o universo reificado se cristaliza no espaço científico, com seus cânones de linguagem e sua hierarquia interna. Ambas, portanto, apesar de terem propósitos diferentes, são eficazes e indispensáveis para a vida humana” (ARRUDA, 2002, p. 129).

Com o desenvolvimento da teoria das representações sociais, foram se formando abordagens em torno da mesma. Não se pretende adentrar nas

perspectivas assumidas pelas distintas abordagens encontradas. Apenas como título de exemplo situamos a abordagem societal liderada por Willen Doise, a abordagem estrutural liderada por Jean-Claude Abric e a abordagem cultural liderada Jodelet. Vale ressaltar que todas estas abordagens consideram a teoria de Serge Moscovici como base, e conversam diretamente com os achados do seu estudo na Psicologia Social (BERTONI e GALINKIN, 2017).

Para Jodelet (2001), fiel precursora de Moscovici, as representações nada mais são que uma forma de ajustamento ao mundo que vivemos. A autora ressalta ainda que nos encontramos em constante coletividade, pois somos uma sociedade que lida com pessoas, situações, objetos e idéias. Neste coletivo situamos as múltiplas representações as quais podem se reconhecer propiciando um ajustamento à realidade vivida pelos sujeitos, ou podem gerar conflitos a partir das divergências de valores que cada indivíduo possui. A autora denota ainda que os estudos das representações sociais devem ser desenvolvidos “articulando elementos afetivos, mentais e sociais - ao lado da cognição, da linguagem e da comunicação - a consideração das relações sociais que afetam as representações e a realidade material, social e ideativa sobre a qual elas têm de intervir”. (JODELET, 2001, p. 26).

Assim, ao realizar este estudo sobre as representações que o uso do rádio pode assumir para os sujeitos rurais, teremos que considerar fatores como: o rádio na qualidade de meio de comunicação de massa propaga representações sociais, os sujeitos da pesquisa são estudantes de uma universidade, residentes em áreas rurais distintas, possuem origens rurais, estão classificados numa faixa etária entre 18 a 60 anos de idade e cerca de 92% dos participantes utilizam-se do rádio. Tais características amostrais permitem assimilar as formas como se darão a articulações entre os elementos descritos por Jodelet (2001). A compreensão do processo de inserção do rádio no cotidiano rural a partir das funções atribuídas a este, também pode ser alcançada a partir deste trabalho.

Desse modo, a teoria das representações sociais é de cunho construtivo, dado que o objeto e os sujeitos de estudo são visualizados sob a mesma relação. “A atividade representacional é um trabalho da psique. O sujeito constrói, na

sua relação com o social, um novo mundo de significados” (LOPEZ, 2013, p.25158).

Assim, diante do exposto, as representações sociais podem ser entendidas como o comportamento, posicionamento e idéias assumidas pelos indivíduos ou um grupo de indivíduos frente às situações diárias e uma vez assumidas, tais representações influenciam de modo direto o cotidiano e as possibilidades de cada indivíduo. Pretende-se contribuir no entendimento dos fatores que mantém o rádio, na condição de mídia comunicacional, ainda presente no cotidiano rural, bem como as representações deste para os estudantes, considerando a existência de diversas outras tecnologias de informação e comunicação.

Metodologia

Este estudo possui como cerne a identificação e análise das representações que o rádio assume para os alunos rurais do curso LICENA/UFV no seu cotidiano. Trata-se de uma pesquisa com análise qualitativa dos dados, uma vez que examinar os dados qualitativos “significa trabalhar todo o material obtido durante a pesquisa, ou seja, os relatos das observações, as transcrições de entrevistas, as análises de documentos e as demais informações disponíveis” (LÜDKE e ANDRÉ , 1986, p.45).

Atualmente, na Universidade Federal de Viçosa, são contabilizados 242 discentes do curso de Licenciatura em Educação do Campo, no campus sede. Destes, 92 alunos receberam o questionário online referente a esta pesquisa. No entanto, não foram todos que responderam. Logo, o público desta pesquisa foi constituído por 32 discentes do LICENA UFV, de origem e residência rural, dos sexos masculino e feminino e em diferentes estágios de desenvolvimento nos cursos. No início do ano de 2019, o LICENA foi avaliado e reconhecido pelo Ministério da Educação (MEC) com o conceito máximo, alcançando a nota cinco.

A fim de identificar e relacionar as representações sociais dos sujeitos rurais sobre o rádio em seus respectivos cotidianos, sua função e permanência

de uso, foram aplicados em março 2020, questionários em uma plataforma online, com divulgação no e-mail e grupos de redes sociais, contendo questões abertas e de múltipla escolha, como instrumento de coleta de dados, sendo integrado a pesquisa bibliográfica. Tais questionários foram enumerados na sequência de 1 a 32, para manter o sigilo sobre os informantes.

No sentido da efetivação desta pesquisa, foi utilizada uma amostra representando um percentual de 18%, do total de estudantes matriculados. Uma porcentagem um pouco pequena em relação ao número total de discentes, mas que pode ser considerada significativa para a análise dos fatores que pretendeu-se investigar neste trabalho.

Finalmente, vale ressaltar que, mesmo com a predominância da análise qualitativa para a observação dos dados, não descartamos a abordagem quantitativa, a qual foi também utilizada na análise de dados sobre faixa etária, sexo, frequência de uso do rádio, frequência de palavras mencionadas e outros.

051

Resultados e discussão

Neste item do artigo, objetivou-se analisar as representações que o rádio assume no cotidiano dos estudantes rurais do curso LICENA/UFV, observando suas respectivas interpretações e construções do imaginário acerca deste veículo.

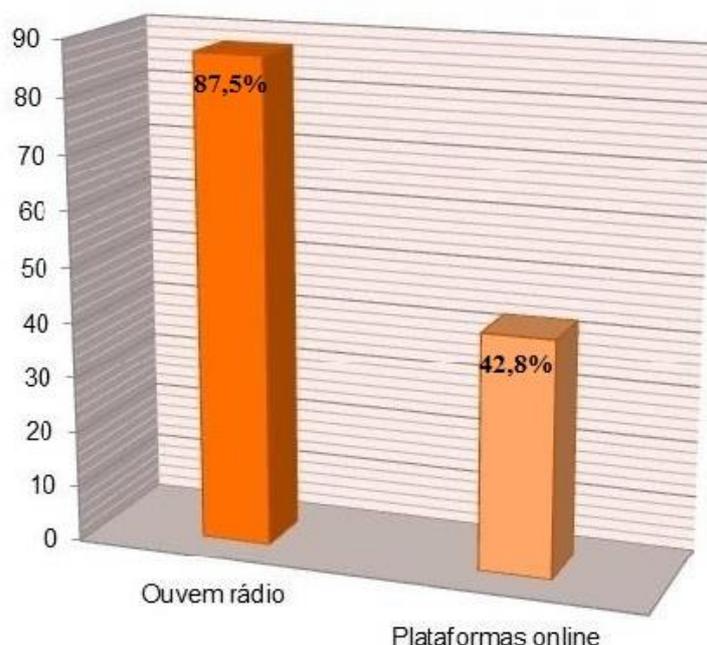
Considerando as características e funções das representações sociais de situar as pessoas e/ou acontecimentos em uma determinada categoria e utilizar estas como modelo para um determinado grupo (BERTONI e GALINKIN, 2017), situamos inicialmente que as representações positivas sobre o rádio tiveram prevalência nas narrativas, sendo explícitas em 89% das falas: “o rádio representa uma forma de distração, é muito bom!” (Entrevistado 21, Masculino); e apenas 11% o representaram negativamente, reforçando em seu posicionamento que o rádio é um veículo arcaico.

No que tange ao perfil dos 32 discentes que participaram da pesquisa, 53,1% são do gênero feminino e 82% possuem e utilizam um aparelho de rádio no

seu cotidiano, ainda que por pouco tempo. Com relação à faixa etária, 81% têm entre 18 a 29 anos e 19% possuem entre 30 a 60 anos. Em relação ao sexo, nota-se uma pequena sobreposição no número de participantes, sendo os estudantes do sexo feminino, seis percentuais acima do masculino, ou seja, as mulheres representaram 53,1% e os homens 46,9%.

Sobre a opção de ouvir rádio, 28 estudantes declararam realizar esta prática, sendo que a escolha por plataformas online para efetivar essa escuta foi descrita por aproximadamente 43% dos discentes (Figura 1). Ou seja, somente 12 alunos com faixa etária entre 18 a 29 anos ouvem rádio a partir do uso da internet. Um fator apresentado pelos próprios participantes que auxilia na compreensão destes percentuais é o preço elevado dos meios de comunicação como a internet; no entanto, vale considerar ainda a idade dos mesmos, que segundo Kaseker (2012) também caracteriza os "modos de ouvir rádio".

Figura 1: Percentual dos discentes da LEC/UFV que ouvem rádio



Fonte: Dados da pesquisa, 2020.

Em decorrência das transformações e avanços tecnológicos os veículos comunicacionais também foram sofrendo alterações, seja na disponibilidade, na sua frequência e modos de uso, em suas representações e até mesmo sua função social (MAGNONI e RODRIGUES, 2013; MEDEIROS e PRATA, 2019). Dentre os pesquisados, a frequência de uso do rádio se apresentou da seguinte forma: 60%

dos alunos ouvem o rádio diariamente, e estes ouvintes frequentes são majoritariamente do sexo feminino, sendo que o período da manhã foi apontado por 77% dos ouvintes diários. Já os outros 40% da amostra utilizam o mesmo sob frequência esporádica.

Ao que tudo indica, as representações sociais que estes estudantes possuem sobre o rádio estão mais pautadas por um uso corriqueiro deste veículo, sendo esse comportamento perpassado por gerações familiares, uma vez que, 97% relataram ter conhecimentos sobre o rádio a partir dos seus antepassados ou pessoas muito próximas do seu cotidiano rural. Além disso, cerca 47% justificaram o ouvir rádio pela manhã como sendo uma recordação de sua infância em família, ou um hábito recorrente que o seu pai e/ou avô possuíam: “o rádio representa um prazer em fazer o que meus avós passaram pra meus pais e depois passaram pra min [...] viver minha cultura” (Entrevistado 16, Feminino).

Neste sentido, as observações de Jodelet (2001) sobre os estudos das representações a partir das articulações dos elementos afetivos, mentais, sociais e a integração das relações sociais, se fazem importantes. A representação do rádio como sendo um hábito de escuta herdado das gerações anteriores aos discentes não se dá isoladamente no cotidiano destes sujeitos. Existe um contexto social, afetivo e mental no qual este aluno se encontra envolvido, e segundo Moscovici (2015) “todos nossos discursos, nossas crenças, nossas representações provêm de muitos outros discursos e muitas outras representações elaboradas antes de nós e derivadas delas”. (MOSCOVICI, 2015, p. 242). Vale ressaltar ainda que nos elementos mentais e referentes às representações a partir das memórias dos sujeitos, teremos de nos acautelar, pois esta última além de guardar as representações também as reconstruem (CANDAU, 2005; MACEDO e COSTA, 2016).

Por meio da aplicação dos questionários, em determinadas questões abordamos as representações que o rádio possuía para aqueles estudantes. Na análise das respostas observamos a frequência de algumas palavras, as quais foram assimiladas nos discursos das representações do objeto (rádio) para os

sujeitos (discentes). Estas se encontram ranqueadas e descritas na tabela 1, conforme apresentado a seguir.

Tabela 1: Frequência das palavras mencionadas pelos estudantes da LEC/UFV

Palavras	Menções
Informação	49
Hábito	32
Música	28
Notícias	22
Distração	18
Companhia	14
Cultural	14
Lazer	8
Velho/Arcaico	6

Fonte: Dados da pesquisa, 2020.

Ademais, os entrevistados não definem o que é o rádio em suas falas, os mesmos representam este veículo como forma de informação, notícia, ouvir músicas, um hábito cultural, distração, entretenimento, lazer, cultura e companhia. Tais representações apresentaram relações entre si, porém os contextos e vivências descritos em cada resposta foram distintos. A partir das narrativas de estudiosos sobre o rádio e as representações citadas pelos estudantes, analisamos alguns pontos que se demonstraram significativos dentro das falas.

Uma das representações mais recorrentes foi do rádio como meio de informação com 41% das respostas, sendo 54% do sexo feminino e com prevalência de faixa etária de 18 a 29 anos. É pertinente ressaltar ainda que 62% destes alunos declaram ouvir o rádio diariamente, e com frequência no período da manhã. “O rádio representa uma forma de saber as informações com mais agilidade, porque sempre gosto de ouvir as informações de manhã” (Entrevistado 28, Masculino).

Segundo Dahlgren (2009), o rádio em sociedades de bases democráticas deve desempenhar um papel crucial de fornecimento das informações necessárias aos seus cidadãos, possibilitando uma formação de consciência social e política do público. No entanto, os discentes ressaltam a busca por informações em suas representações, fato que pode estar substancialmente atrelado ao ato de formação crítica e cidadã dos ouvintes como defendem os

autores Carmo-Roldão (2008) e Silva (2018) em suas narrativas. “O rádio representa para nós população do campo, uma ferramenta de extrema importância para obter informações diárias, sendo que muitas pessoas que residem na zona rural não possuem outro meio de comunicação a não ser o rádio” (Entrevistado11, Feminino).

Paralelo às representações do rádio como informação situamos os discursos de distração. Na maioria das vezes, o rádio assume uma programação diversificada, o que permite associar representações variadas como diversão e entretenimento. “O rádio representa informação e distração. Fico informada dos acontecimentos através dos noticiários. E distração quando ouço músicas” (Entrevistado 33, Feminino).

A música foi uma palavra constante nas falas, e também foi relatada como uma representação do rádio. “O rádio representa muito, porque eu amo música! e com ele me atualizo dos Hitz musicais que estão fazendo sucesso. Ligo o rádio só para ouvir música mesmo! é muito bom!” (Entrevistado19, Feminino). Kaseker (2012) expõe que estes gostos musicais vão possibilitar a identificar qual o modo de “ouvir rádio” em distintos contextos geracionais. Portanto, notou-se que os entrevistados que citaram a música em suas falas possuem uma faixa etária entre 18 a 29 anos, e ouvem o rádio pela manhã, horário em que as programações musicais, segundo os mesmos, remetem mais aos seus gostos. Ou seja, são indivíduos pertencentes à geração Zⁱ e se conectam ao rádio para reforçar seus gostos musicais próprios.

“[...] o rádio representa lazer, pois sempre me oferece tranquilidade” (Entrevistado25, Masculino). Esta representação do rádio como forma de lazer esteve presente apenas nas falas masculinas e foi associada a momentos de distração e tranquilidade. Somensi e Ota (2008, p.10) desenvolveram um estudo em Campo Grande onde perceberam que: “Mesmo antes da criação oficial da Rádio Sociedade oficial de Campo Grande, alguns dos habitantes da cidade já se reuniam para escutar as rádios do Brasil e países vizinhos, como forma de encontros sociais, lazer e informação”.

Dentre as representações positivas que os homens descreveram, referiram-se ao rádio como parte de sua ‘identidade’:

“Ele representa minha identidade, sempre ouço com o raiar do dia. Na lida com meu trabalho de tirar leite, vou me informando e ouvindo as músicas que gosto. Sempre toca aquela canção que nos faz bem, que gostamos e que fala sobre nosso dia a dia da roça” (Entrevistado 6, Masculino).

O estudante reforça em sua fala os traços de identificação entre o veículo e seu cotidiano, sua representação definiu atitudes e comportamentos pelos quais interpreta e constrói sua realidade social (ARRUDA, 2002). São as relações diretas e muitas das vezes próximas entre as programações radialistas e o entrevistado que podem contribuir para esta representação de afinidade/identidade.

Desde sua chegada ao Brasil, o rádio foi visualizado como uma possibilidade de divulgação cultural (COELHO, 2014). Este seu potencial deve-se à facilidade de acesso aos ouvintes e o uso de uma linguagem simples (WEBER e DEVÉNS, 2010). O veículo proporciona ainda conexões culturais entre o mundo camponês e o mundo urbano (FRAGA, 2018). Já no discurso do discente, o rádio representa cultura devido ao fato do seu tempo de existência. “O rádio representa Cultura, por ser um dos primeiros aparelhos eletrônicos; desde um longo período que ele se faz presente em nossa sociedade” (Entrevistado26, masculino).

Em razão das transformações tecnológicas, históricas e temporais o rádio brasileiro foi-se reconfigurando socialmente, culturalmente e nos hábitos de escuta (MAGNONI e RODRIGUES, 2013). Por vezes, ele deixou de ser apenas um veículo comunicacional e assumiu distintas representações nas camadas brasileiras. “O rádio representa um hábito cultural. Desde meus avós ouvir rádio era algo cultural. Se ligar às notícias, músicas e até mesmo à missa quando não poderia ir até a cidade participar” (Entrevistado13, Masculino).

Na sociedade atual, a comunicação de massa se exacerba através das redes de relações, sendo que tais redes tem-se tornado cada vez mais extensas, com o intuito de alcançar o maior número de receptores possíveis. Logo, veículos como rádio, buscam dar um “tom pessoal” aos programas de

comunicação de massa, como forma de atingir e fidelizar seu público ouvinte (ALEXANDRE, 2019). Frente ao contexto desta inserção do tom de personalidade das programações, os estudantes apontaram as representações do rádio como uma companhia.

“O rádio representa uma companhia, sempre que o ligo no computador e vou fazer minhas coisas, sinto como se estivesse recebendo a atenção de alguém. Às músicas que tocam, as programações variadas e com informações, faz com que me sinta representada e acompanhada por ele” (Entrevistado7, Feminino).

Esta interpretação do rádio por parte do público ouvinte como sendo uma companhia, um amigo, é um reconhecimento importante para os investidores deste veículo comunicacional, dado que reforçar este sentimento de notoriedade e capacidade de compreensão dos expectadores propicia uma identificação e fidelização do ouvinte (MCLEISH, 2001; HARTMANN e MUELLER, 1998). “O rádio é meu companheiro de todos os dias, nele ouço as músicas do momento e também informações do que acontece em minha cidade e no mundo” (Entrevistado18, Feminino).

Mesmo que as mídias (rádio) não sejam objetos estáticos, pois as mesmas possibilitam o desenvolvimento de interpretações ou construções sociais (THOMPSON, 1998), ela pode assumir uma representação de um meio comunicacional que transmite os noticiários de determinadas localidades. “O rádio representa um meio de comunicação [...] pois através da rádio são transmitidas as notícias da região (Entrevistado23, Masculino).

Caracterizando 11% das representações sociais analisadas neste estudo, o rádio como algo negativo foi exposto como na seguinte fala: “O rádio é uma tecnologia velha e arcaica, porque na minha família já não se usa o rádio como fonte de informação. Acessamos mais a TV e internet” (Entrevistado22, Feminino). Observa-se que tal representação identifica o rádio como sendo um veículo “atrasado” em relação aos outros meios comunicacionais e sem uso informacional na sua realidade, o que comprova os ajustamentos das representações à realidade dos sujeitos, uma vez que o rádio pode ser substituído no seu cotidiano. Assim, os mesmos passam a vê-lo como ultrapassado e insuficiente para se obter informações.

Segundo a conceituação de Lopez (2013), nota-se, que a representação destes alunos é construtiva, sendo notória a construção de significados do rádio a partir da sua relação com seu meio social, visto que não se utiliza mais este meio porque ele é obsoleto quando comparado às outras tecnologias de informação e comunicação. Outro dado relevante é que eles pertencem à faixa etária de 30 a 60 anos e descrevem que adquiriram este conhecimento sobre o rádio a partir de amigos próximos e familiares. Por fim, os discentes ressaltam: “embora o rádio seja mais utilizado pela população rural, ele não é voltado para essas pessoas, visto que são muito poucos os programas planejados para os camponeses” (Entrevistado32, Feminino).

Considerações finais

Ainda que as tecnologias de informação e comunicação sempre se transformem, modifiquem ou alterem as relações sociais, econômicas, políticas, o rádio continua a fazer parte do cotidiano rural. Suas variadas representações confirmam traços de uma permanência visível na rotina dos alunos.

O presente estudo objetivou analisar as representações sociais de discentes do curso de Licenciatura em Educação do Campo, da Universidade Federal de Viçosa, a respeito do rádio em seus respectivos cotidianos rurais. Percebe-se um cenário otimista, com predominância de elementos positivos e uma presença ativa do rádio no dia a dia dos alunos. Também é evidenciado nos relatos dos estudantes, que suas representações sobre o rádio advêm dos antepassados, e o fluxo informacional entre a cidade e o campo pode ocorrer a partir de determinados usos que o rádio assume.

É importante mencionar que os participantes desse estudo fazem parte de um grupo social específico, logo, temos de ter cautelas ao fazer menções conclusivas para a sociedade rural brasileira. Porém, conforme proposto inicialmente, é exatamente esta amostra que pretendeu-se investigar neste trabalho, como forma de contribuir para melhor compreensão dos fatores que permeiam a comunicação e o dia a dia rural.

Destaca-se uma preocupação dos estudantes quanto ao acesso a informações, sendo está quase sempre relacionada aos noticiários. A “distração” a partir das músicas também se mostrou relevante nas falas dos alunos. Observa-se ainda que o gênero feminino obteve predominância nas representações do rádio como um meio de comunicação, uma companhia, distração e música, ao passo que o gênero masculino majoritariamente representou o rádio como sendo uma forma de informação, identidade, cultura, um hábito cultural e lazer.

Conforme constatado neste trabalho e confirmado pelos estudiosos do rádio, este veículo tem possibilitado acessos básicos e essenciais para a comunicação dos sujeitos rurais, além de ser um fator de mediação entre a inserção social e a rotina rural. Assim sendo, estudos sobre essa temática podem possibilitar reflexões e ajustes dos atores para o enfrentamento das dificuldades da comunicação rural brasileira, considerando suas especificidades geracionais, econômicas e locais. Finalmente, para estudos futuros, o desenvolvimento de temáticas que adentrem nas representações dos veículos de informação e comunicação a partir das rápidas mudanças tecnológicas ocorridas para os residentes rurais de diferentes gerações, se faz necessário.

059

Referências

ALEXANDRE, M. O papel da mídia na difusão das representações sociais. **Revista Comum** - Rio de Janeiro - v.6 - nº 17 - jul./dez. 2001, pp. 111 - 125. Disponível em:

<http://professor.pucgoias.edu.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/17352/material/opapel%20da%20m%C3%ADdia%20na%20difusao%20de%20representacoes%20sociais.pdf>. Acesso em: 18 de setembro 2019.

ARRUDA, A. Teoria das representações sociais e teorias de gênero. **Cadernos de Pesquisa** (Fundação Carlos Chagas), Campinas, SP, v. 117, p. 127-147, 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/cp/n117/15555.pdf>. Acesso em: 17 out. 2019.

BERTONI, L. M.; GALINKIN, A. L. Teoria e métodos em representações sociais. In: MORORÓ, L. P., COUTO, M. E. S.; ASSIS, R. A. M., (orgs). **Notas teórico-metodológicas de pesquisas em educação: concepções e trajetórias** [online]. Ilhéus, BA: EDITUS, 2017, pp. 101-122. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/yjxdq/pdf/mororo-9788574554938-05.pdf>. Acesso em: 20 de agosto 2019.

CANDAU, J. **Antropologia da Memória**. Instituto PIAGET, 2005.

CARMO-ROLDÃO, I. C. A Função do Rádio Educativo no Brasil. In CARNICEL, Amarildo; FANTINATTI, Márcia (orgs.). **Comunicação e cidadania: possibilidades e interpretações**. Campinas-SP: CMU Publicações, 2008.

COELHO, P. Intelectuais em defesa da radiocultura (1920-1930). Revista Brasileira de Ciências da Comunicação - RBCC - **Intercom**, v.37, n.2, São Paulo, jul./dez. p. 51-70, 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/interc/v37n2/1809-5844-interc-37-02-0051.pdf>.

Acesso em: 31 de agosto 2019.

DAHLGREN, P. **Media and political engagement: citizens, communication, and democracy**. New York: Cambridge University Press, 2009.

FRAGA, K. L. O rural em rede: rádio, midiaticização e ruralidade no cotidiano da zona da mata mineira. **Tese de Doutorado**, Universidade Federal de Viçosa, 2018.

HARTMANN, J. MUELLER, N. **A comunicação pelo microfone**. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

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

KASEKER, M. P. **Modos de ouvir: A escuta do rádio ao longo de três gerações**. Curitiba: Editora Champagnat, 2012.

LAPLANTINE, F.; TRINDADE, L. **O que é imaginário**. São Paulo: Brasiliense, 1997.

LOPES, T. J. S. As representações sociais e a educação. **Anais**, XI congresso nacional de educação - EDUCERE, Pontifícia Universidade Católica Do Paraná, Curitiba, 2013. Disponível em: https://educere.bruc.com.br/CD2013/pdf/9077_6744.pdf. Acesso em: 22 de outubro de 2019.

LÜDKE, M.; ANDRÉ, M. E.D.A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.

MACEDO, C. O.; COSTA, A. M. D. Memórias interioranas: campo e cidade através do rádio numa comunidade ribeirinha amazônica. **Geosp - Espaço e Tempo** (Online), v. 20, n. 1, p. 130-141, 2016.

MAGNONI, A. F.; RODRIGUES, K. C. O rádio e a adaptação à nova era das tecnologias da comunicação e informação: contexto, produção e consumo. Ouro Preto. **9º Encontro Nacional de História da Mídia**, 2013. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro2013/artigos/gt-historia-da-midia-sonora/o-radio-e-a-adaptacao-a-nova-era-das-23tecnologias-da-comunicacao-e-informacao-contextos-producao-e-consumo>. Acesso em: 22 de outubro de 2019.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos Meios às Mediações: Comunicação, cultura e hegemonia**. 2 ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

MCLEISH, R. **Produção de Rádio: um Guia Abrangente de Produção Radiofônica**. São Paulo: Summus, 2001.

MEDEIROS, R.; PRATA, N. Reverberações da migração AM - FM: sobre a função social do rádio local, desertos de notícia e zonas de silêncio. *Anais*, III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais, v. 1 n. 3, 2019.

MOSCOVICI, S. **Representações Sociais: investigações em psicologia social**. 11ª Edição. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. 3.ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

OLIVEIRA, G. M. **GERAÇÃO Z: uma nova forma de sociedade**. 2010. 92 f. Monografia (Especialização) - Curso de Sociologia, Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí (RS), 2010. Disponível em: http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/661/Gustavo_-_TCC_formatado_por_Michel_Net.Copy.pdf?sequence=1. Acesso em: 19 jan. 2020.

SILVA, V. G. **RÁDIO E CIDADANIA: um estudo comparado da atuação de rádios de Lisboa e de Brasília**. *Revista Observatório*, v. 3, n. 4, p.603-638, 1 jul. 2017. Universidade Federal do Tocantins. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2017v3n4p603>. Acesso em: 19 jan. 2020.

SOMENSI, J. F.; OTA, D. **Rádios Comunitárias e Representação Local. A Licença para a Produção Interativa e suas conseqüências para o Desenvolvimento Local**. XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Natal - RN, 2008.

THOMPSON, J. B. **A Mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

WEBER, A. F.; DEVÉNS, P. O rádio no meio rural: consumo de programas radiofônicos rurais por agricultores do Rio Grande do Sul. *Revista Rádio-Leituras*, ano I, num. 01, edição julho - dezembro, 2010.

WINOCUR, R. **Ciudadanos Mediáticos. La Construcción de lo Público en la Radio**. Barcelona: Gedisa, 2002.

ⁱ A Geração Z (Z de Zapping) é uma geração caracterizada por pessoas que nasceram a partir de meados da década de 1990. "É uma geração surgida conjuntamente com o avanço das novas tecnologias, acompanhando o novo mundo (pós Guerra Fria), ou seja, o chamado mundo tecnológico ou mundo virtual" (OLIVEIRA, 2010, p.08).

RECEBIDO EM 14/10/2021
APROVADO EM 10/06/2022.