

Rádio regional como marcador da cultura local: uma análise de cantora Joyce França na Rádio Clube do Recôncavo Baiano

Regional Radio as a marker of local culture: an analysis of the singer Joyce França on the Radio Clube from Recôncavo Baiano

ELANE GOMES SANTOS COUTINHO

Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em
Comunicação da Universidade Paulista-UNIP.

E-mail: elanecp@gmail.com

CLARICE GRECO

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da
Universidade Paulista-UNIP.

E-mail: claricegreco@gmail.com

Resumo: Este artigo tem como objetivo refletir sobre os traços de cultura local percebidos por meio de entrevistas com músicos do recôncavo baiano no programa *A tarde é nossa*, da Rádio Clube FM 92.7 de Santo Antônio de Jesus-BA. A partir das discussões teóricas sobre cultura brasileira (Bosi 1992; Arantes 1990) e música popular (Zan 2001; Tinhorão 1988), este artigo evidencia como o rádio regional pode atuar como marcador da cultura local de onde a emissora está situada. Seguindo abordagem de análise qualitativa, desenvolvemos estudo de caso da entrevista com a cantora Joyce França, moradora da cidade, a fim de investigar os traços da cultura regional presentes nas falas de Joyce que possam representar a relação dos músicos locais com a região. Os resultados apontam que, apesar de estar hoje em plataformas digitais com público potencialmente global, o rádio regional continua tendo relevante papel na representatividade das culturas regionais.

Palavras-chave: rádio regional; cultura popular; Joyce França, Recôncavo baiano; música regional.

Abstract: This article aims to reflect on the traits of local culture perceived through interviews with musicians from the Recôncavo Baiano on the program *A tarde é nossa*, on Rádio Clube FM 92.7 in Santo Antônio de Jesus-BA. Based on discussions about Brazilian culture (Bosi 1992; Arantes 1990) and popular music (Zan 2001; Tinhorão 1998) this article shows how regional radio can act as a marker of the local culture from the region in which the station is located. Following a qualitative analysis approach, we developed a case study of the interview with the singer Joyce França, a resident of the city, in order to investigate the traces of regional culture present in Joyce's speeches that may represent the relationship of local musicians with the region. The results show that, despite being currently on digital platforms with a potentially global audience, regional radio continues to play a relevant role in the representation of regional cultures

Keywords: regional radio; popular culture; Joyce Franca; Recôncavo

Introdução¹

O rádio foi, e ainda é, uma das mídias mais aceitas e mais consumidas no Brasil ao longo de décadas. Por sua relevância cultural e por seu alcance, o meio é responsável por construir uma relação particular com as diversas culturas desenvolvidas em regiões do País. Os vários modos de usar este meio de comunicação favoreceram disseminações de ideias, criação de hábitos e comportamentos que acabaram influenciando também a formação de tradições e traços culturais.

O rádio regional sobre o qual nos referimos neste artigo é aquele que direciona a sua produção para atender às necessidades da cultura na qual a emissora está inserida. O rádio atual, mesmo quando se dedica à programação regional, passa por uma série de mudanças, seja pela convergência de mídia ou pelo surgimento de novas plataformas de áudio atrativas como o podcast ou o spotify. No Brasil, uma mudança significativa vem acontecendo com o processo de migração do rádio AM para a frequência de FM, que teve início em 2013, com o Decreto nº 8.139/13, assinado pela então presidenta Dilma Rousseff. As pesquisas neste tema têm mostrado algumas tendências adotadas pelas rádios hoje. Assim como emissoras FM se apropriaram de alguns conteúdos da AM, algumas AM mudaram suas programações para se adequar ao novo formato, (Curado 2015; Santos & Campos 2016.; Barriles et al 2018). A frequência modulada é a faixa de maior audiência, atualmente, e estar presente nela é essencial para manter um bom número de ouvintes na rádio. Mas, pensando na conservação do público, algumas emissoras fazem alterações parciais. Diante deste contexto, julgamos ser importante entender de que maneira o rádio atual se relaciona com a localidade de sua abrangência, para a ampliação dos estudos atuais sobre a relevância do rádio regional na cultura onde a emissora se insere.

Frente a esta lacuna, a problemática central desta pesquisa é: Que elementos relacionam os conteúdos dos programas das rádios regionais com a cultura do local onde se encontra a emissora? Para tanto, o estudo analisou elementos dos programas de rádios regionais que estabelecem relações com a cultura da região que a emissora se insere, contribuindo com discussões sobre a relevância do rádio para as regiões do Brasil.

Referência importante para o nosso estudo foi Alfredo Bosi (1992) que trata a respeito das culturas brasileiras a partir de quatro denominações: cultura universitária, cultura criadora, cultura de massas e cultura popular. Para discussão sobre o conceito de cultura popular e os elementos que a caracterizam, utilizamos o estudo de Antônio

¹ Este artigo é uma versão atualizada e ampliada de texto apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, no 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM 2021

Augusto Arantes (1990). Sobre a história do rádio no Brasil, nossa base de estudo foi Reinaldo Tavares (1999), Maria Elvira Federico (1982) e Ortriwano (1985). Além deste repertório, consultamos o material institucional da Rádio Clube de Santo Antônio de Jesus, que é o nosso objeto de estudo, e os sites sobre a região onde a emissora está inserida.

Iniciaremos com apresentação da Rádio Clube, localizada no Recôncavo Baiano. Segundo o site institucional, a programação da emissora intenciona uma integração regional. Os critérios usados para a seleção do objeto foram: o fato de se tratar de uma rádio que não faz operação em rede, que tenha cobertura regional e cuja programação seja disponibilizada num site institucional. O corpus desta pesquisa é um episódio do programa de rádio *A tarde é nossa*, com recorte empírico em sua edição postada no dia 01 de novembro de 2019, na página do Facebook da emissora, com a convidada Joyce França. O programa foi escolhido por trazer elementos culturais por meio de músicos da região, constituindo, assim, um local de hibridização da música popular regional com as vivências individuais de nativos.

Em seguida, apresentaremos a pesquisa empírica qualitativa, com recorte de um episódio do programa, constituindo um estudo de caso da entrevista da cantora Joyce França. O episódio em questão foi escolhido porque as falas de Joyce trouxeram elementos que ilustram a proximidade da música e do conteúdo da rádio com símbolos culturais do Recôncavo Baiano. Por tratar-se de *corpus* reduzido, a pesquisa tem caráter qualitativo, isto é, a análise não ambiciona a generalização de seus resultados, mas se presta a testar hipóteses e ser laboratório de experiências que posteriormente possam ser reproduzidas (Lopes 2005). A interpretação dos dados tem inspiração em análise de conteúdo, porém com viés qualitativo, a partir da criação de categorias sobre o conteúdo temático do programa. A análise categorial se baseou no esquema elaborado por Flores (1994). Os passos para a constituição da unidade de análise foram: a. pesquisa bibliográfica sobre o tema em estudo, pesquisa na literatura e na teoria para discussões e análise do objeto; b. pesquisa em Internet – consulta ao site e às redes sociais da emissora; c. pesquisa em mídia sonora - o programa foi escutado e gravado, com observações anotadas em bloco de notas e posterior transcrição; d. análise categorial e interpretação de resultados. A seguir, faremos a descrição do objeto deste estudo.

Perfil da Rádio Clube FM 92.7 de Santo Antônio de Jesus -BA

A Rádio Clube é uma das emissoras mais antigas da região da Bahia, denominada Recôncavo Baiano. Está localizada na cidade de Santo Antônio de Jesus, que possui uma área territorial de aproximadamente 260 km² e população estimada em 101.512 pessoas.

O município fica a 187 Km de Salvador, e é considerado a capital do Recôncavo. A cidade foi criada em 30 de junho de 1892 e se desenvolveu em torno da Igreja Matriz. A religiosidade católica é marcante nesta área do Recôncavo. A cidade se destaca hoje como centro comercial, industrial e de serviços de toda a região. É conhecida por realizar o tradicional São João da Bahia, festa popular que, anualmente, atrai milhares de visitantes de todo país. Além do aspecto religioso, a feira livre de Santo Antônio de Jesus também é considerada uma das marcas culturais da cidade e movimenta a economia local com a proposta de venda a preços baixos. É neste contexto que se insere a Rádio Clube.

A emissora foi outorgada em 18 de agosto de 1978 pelo Ministério das Comunicações e inaugurada em 1979. Era dirigida por um grupo de três sócios, Álvaro Martins, Antônio França Teixeira e Fernando Henrique Batista Chagas. Em 1992, a Diocese de Amargosa, sede da Igreja Católica da região, adquiriu a Rádio Clube. A emissora passou a ser dirigida pela Fundação Nossa Senhora do Bom Conselho, com o objetivo de formar, informar e cobrir eventos. Segundo seu site institucional, a rádio mantém programação que abrange vários gêneros como: esportivo, jornalístico, religioso e entretenimento, visando uma integração regional.

Uma expectativa para a migração da emissora da frequência AM 680 KHZ para a FM 92.7, foi realizada durante o aniversário de 35 anos da Rádio. Essa data foi comemorada com um programa feito na principal praça pública da cidade. A Rádio Clube funcionou na frequência AM até 2017 quando, no dia 15 de dezembro, passou a ser sintonizada na FM 92.7. A estreia da emissora na nova frequência foi celebrada com uma missa na Igreja Matriz de Santo Antônio de Jesus.

No material institucional da rádio, publicado na internet, não há grandes relatos sobre sua história ou caracterização. No entanto, pelo exposto aqui, e através da escuta frequente da rádio, percebe-se que se trata de uma emissora regional. A comemoração em praça pública, a inauguração da rádio com uma missa e a programação em si são fatos que demonstram esta característica, pelo envolvimento da rádio com a cultura popular e a sociedade local, conforme veremos mais adiante nas discussões propostas por Arantes (1999). Nota-se também os elementos da cultura de massa nas declarações feitas pelo diretor da rádio, quando ele discorre sobre os benefícios financeiros que a migração deve gerar.

A programação da rádio perpassa programas de variedades, de informação, músicas e programas sobre a música regional, como é o caso do *A tarde é nossa*, que escolhemos para nossa pesquisa. A música é um dos elementos fundantes da cultura local e permanece como pilar tradicional da região. Não só a Bahia mas o Recôncavo Baiano, especificamente, tem uma formação musical que se distingue daquelas da cultura de massa, como o axé que recebe o título generalista de "música baiana". Da tradição musical da região, Tinhorão (1998) destaca Gregório de Matos, que

não apenas continuava a tradição daqueles desocupados escudeiros "trovadores" quinhentistas, cultivadores de romances acompanhados à viola, mas entregava-se já à glosa de quadras e estribilhos de cantigas populares do tempo sob a forma de décimas (tão comuns duzentos anos depois em Portugal, com o advento da moda dos 'fados' na segunda metade do século XIX), ao desenvolvimento de motes visivelmente fornecidos por frases populares (como o "Ó meu pai, tu quês, que eu morra?"), e a composição de coplas para canto de despedidas ("Despedida em cantigas amorosas que fez a huma dama que se ausentava"), estilo que viria a ganhar no século XVIII a forma de gênero de canto sob o nome de 'cantigas em despedidas'. (1998, 56)

A tradição musical do Recôncavo Baiano nos tempos de Gregório de Matos perpassa, portanto, as trovas e quadras dos chulos, advindos das classes mais baixas (Tinhorão 1998). Assim, a região seguiu, também, sendo pautada em tradição musical que se distingue da cultura de massa associada à indústria cultural, ainda que não esteja, é claro, livre de suas influências.

O programa *A tarde é nossa*

O conteúdo da programação analisado nesta pesquisa teve como foco o programa *A tarde é nossa*, que vai ao ar todas as segundas-feiras, das duas às cinco da tarde. Trata-se de um horário de entrevistas com músicos da região e que trabalham com vários gêneros musicais. No programa, o locutor faz perguntas sobre a trajetória de trabalho do cantor, da cantora ou do grupo que recebe e, no bate-papo, desenvolve temas diversos de forma descontraída, como é próprio do rádio. Apesar das digressões, sempre se volta para a ideia central da entrevista que é o artista e sua música. O apresentador motiva as participações dos ouvintes no programa, pedindo interações pelas redes sociais. Enquanto a conversa acontece, os ouvintes vão mandando seus comentários e/ou perguntas.

No episódio do programa que compõe o corpus deste artigo, o locutor, Edilson, recebeu a cantora da cidade, Joyce França, que traz em seu repertório músicas em ritmo de forró, com o foco em canções antigas deste gênero. Durante a escuta do programa, percebe-se na artista um engajamento com a música e a cultura popular da região e este é, inclusive, um dos temas que toma boa parte do tempo do programa do dia 1º de novembro de 2019. O fato de realizar um programa inteiro, conversando com uma artista da região constrói uma forte relação com o público, que interage através das redes sociais. *A tarde é nossa* faz um encontro entre: "cultura de massa", "cultura popular" e "cultura criadora", três das quatro caracterizações sobre as culturas brasileiras, discutidas por Bosi (1992, 309). Essa abordagem será explicitada mais adiante.

A partir deste panorama traçado sobre a Rádio Clube de Santo Antônio de Jesus, a próxima seção faz uma discussão, a partir da teoria, de como o rádio pode construir sua relação com a cultura da região.

O rádio e sua relação com as “culturas brasileiras”

A discussão sociológica sobre cultura é, por si só, desafiadora, o que faz com que a relação entre rádio e cultura também não seja simples. Primeiramente, porque o meio passou por diversas fases ao longo dos seus quase 100 anos de história no Brasil. Além disso, a própria ideia de cultura “está longe de ser um conceito bem definido pelas ciências humanas. São muitos os seus significados e bastante heterogêneos e variáveis os eventos que essa expressão recobre” (Arantes 1990, 7).

Nos diversos períodos que marcam a história do rádio no Brasil, o meio estabeleceu relações diferentes com as culturas. O termo está propositadamente no plural, porque nesta pesquisa estamos considerando a abordagem de Bosi (1992) sobre as várias culturas brasileiras. O autor aponta que existem culturas diversas no país: a cultura erudita brasileira, composta basicamente por intelectuais e centralizada no sistema educacional (e principalmente nas universidades); uma cultura popular, supostamente iletrada e associada ao homem rústico, sertanejo, ou interiorano - ou, ainda, pelo pobre suburbano ou periférico que ainda não foi incorporado pelas estruturas simbólicas da cidade moderna; a cultura criadora individualizada, composta por artistas – sejam escritores, compositores, artistas plásticos, dramaturgos, cineastas, etc – representando um grupo de intelectuais de fora das universidades; e, por fim, a cultura de massas, que, nas palavras de Bosi (1992, 309) “pela sua íntima imbricação com os seus sistemas de produção e mercado de bens de consumo, acabou sendo chamada pelos intérpretes da Escola de Frankfurt, indústria cultural, cultura de consumo”.

A música popular perpassa os mesmos processos, em especial no que diz respeito à distinção entre erudito e popular. Segundo Zan (2001), houve tentativas de delinear uma hierarquia na música popular em decorrência do refinamento instrumental do samba carioca quando de sua transformação política em símbolo nacional. Os critérios de hierarquização eram ainda associados aos padrões musicais eruditos por homens de imprensa e de rádio, que estabeleciam parâmetros de distinção que aproximavam a ideia de ‘música boa’ às músicas mais ‘brasileiras’ e de música ‘ruim’ àquelas que apresentassem sinais de estrangeirismo (Zan 2001; Morelli 2000).

Trazemos, portanto, os quatro tipos de cultura propostos por Bosi (1992) porque, sendo o rádio um meio de comunicação de massa, ele se relaciona com quase todas essas culturas. Do mesmo modo, a música popular se torna um pilar importante da cultura

regional (Tinhorão 1998; Zan 2001; Morelli 2000). Vale ressaltar que a distinção entre tais culturas não acontece de maneira clara, uma vez que elas se misturam, seus limites são opacos e elas coabitam a sociedade. Ainda assim, a noção de cultura como pluralidade e com especificidades distintas contribui para nossa análise, que tem o olhar voltado para a relação do rádio regional com a cultura popular do local onde ela está inserida.

O termo 'cultura popular' passou por transformações em sua conceituação. Como relembra Marilena Chauí (2008), recebeu ao menos três tratamentos principais: o primeiro, do Romantismo do século XIX, que afirmava que a cultura popular era aquela do povo bom, justo e verdadeiro, que expressava a alma da nação. O segundo, originário da tradição francesa iluminista do século XVIII, considera a cultura popular como superstição ou ignorância, resíduo da tradição oral, que poderia ser 'corrigida' por meio da educação do povo. O terceiro tratamento, proveniente do populismo do século XX, mesclaria a visão romântica e a iluminista.

Para este artigo, tomaremos por base o conceito de cultura de Bosi (1992, 319), que a concebe como um "conjunto de modos de ser, viver pensar e falar de uma dada formação social". Assim, ao falar em cultura popular nos referimos às representações simbólicas que correspondem à vida e à ação das pessoas. Bosi (1992) enumera uma série de práticas, todas potencialmente envoltas de significados e que caracterizam a cultura popular, numa visão antropológica. "Cultura popular implica modos de viver: o alimento, o vestuário, a relação homem mulher, os hábitos de limpeza (...) as crenças, os cantos, as danças (...) o modo de olhar(...)" (Bosi 1992, 324). Arantes (1990), por sua vez, afirma que um elemento da cultura 'significa', ou seja, ele existe porque há um sentido e um significado dado pelas pessoas.

Com base nessas ideias podemos ver que, nos inícios de sua operação no Brasil, o rádio era considerado um meio de elite e isso por uma série de fatores, entre eles o alto custo dos aparelhos, inacessíveis às classes de baixa renda. Depois, porque as ideias que fundamentam a sua inauguração no Brasil vieram da parte de intelectuais, como Roquette- Pinto e Henrique Morize que desejavam usar do meio para difundir a cultura e a educação. Sendo assim, podemos dizer que, neste momento, o rádio não atingia a cultura dita popular. Porém, isso durou muito pouco tempo porque logo o rádio se popularizou.

Na segunda metade do século XX, com o surgimento da TV, o rádio se volta para as necessidades regionais da audiência, como, por exemplo, o serviço de informação e utilidade pública (Ortrivano 1985, 21). Como o meio perdeu profissionais e subsídios financeiros que migraram para a televisão, o rádio muda a sua programação e encontra grande audiência na classe popular, como se percebe até os dias de hoje. Pesquisa do Grupo Mídia Dados (2019) aponta que o rádio abrange agora 65% da população, atingindo 42% das classes A/B e 58% das classes C, D, E, ou seja, seu maior público está

nas classes média e baixa. Relacionando estas classes com o público envolvido na cultura popular "o homem rústico, sertanejo, ou interiorano... pobre suburbano" (Bosi 1992, 309), conclui-se que a maior audiência do rádio está inserida nesta esfera das culturas.

Com base ainda na abordagem do Bosi (1992), como indústria cultural, a produção em série e a montagem padronizada fazem parte do rádio. Este meio também traz na receita a influência no psicológico e no imaginário das pessoas, cria padrões de comportamento e influencia o mercado. Embora este modelo se apresente com uma certa clareza nos grandes conglomerados, existem ainda emissoras ligadas às questões sociais e culturais que têm objetivos além do crescimento financeiro, embora, claro, busquem também meios de sustentação - haja vista o grande número de rádios religiosas e comunitárias. É sabido que, neste universo, existem aquelas que apresentam um discurso social ou religioso e por traz carregam interesses ideológicos ou políticos. O que nos interessa aqui é mostrar que o rádio, ainda que seja um meio de comunicação da indústria cultural, possui ainda emissoras que se preocupam com a cultura e com questões sociais, a exemplo das várias rádios comunitárias, rádios livres e rádios educativas.

Falando do rádio e sua relação com a cultura popular, ressaltamos as várias emissoras segmentadas que ao longo da história do rádio geraram programas voltados para símbolos representativos da cultura popular de várias regiões do Brasil. Algumas rádios com segmentos nesta linha: emissoras sertanejas, de forró, étnicas, de folclore, de *folk music*, gauchesca e tantas outras. São gêneros musicais que, apesar de possíveis inspirações estrangeiras, recorrem à noção de autenticidade da cultura popular brasileira para legitimarem seus estilos (Zan 2001). Conforme destaca Morelli (2000), mesmo que as ideias de cultura brasileira e de identidade cultural possam aparecer fragmentadas por recortes regionais e de classe, são utilizadas como elementos legitimadores de segmentos do mercado fonográfico.

Esta escolha também se dá para a conquista de nicho de mercado e geração de lucro. Ainda que traga a visão mercadológica é preciso considerar o papel social das rádios regionais e o comprometimento delas com a cultura popular e local. Nas regiões e microrregiões as manifestações populares são mais destacadas e isso favorece sua presença nos meios de comunicação, incluindo o rádio. Uma emissora que se propõe a dialogar com a região geralmente estará ligada a sua cultura de uma forma ou de outra. Esta relação entre rádio e cultura regional só acontece a partir do que faz sentido para a audiência. É ela quem decodifica os conteúdos recebidos de acordo com o seu capital cultural e seus significados (Bosi 1992). E este relacionamento se dá através dos próprios elementos envolvidos na produção do rádio: locutor, programa, interatividade, temáticas, profissionais, linguagem, sonorização, entre outros.

O popular, nos meios de comunicação, é tratado muitas vezes como algo inferior, engraçado ou estereotipado. Isso acontece no rádio também e aparece até em alguns

programas de humor das grandes redes. Nas rádios regionais, no entanto, por assumirem o compromisso com a localidade, geralmente os símbolos culturais são valorizados, aliás, este é, teoricamente, o objetivo das rádios regionais em sua grande maioria. Nota-se que

alguns valores e concepções são implementados socialmente, através de complexos mecanismos de produção e divulgação de ideias, como se fossem, e devessem se tornar, os modos de agir e de pensar de todos. E é essa na verdade uma das funções mais importantes (embora não a única) das escolas, das igrejas, dos museus e dos meios de comunicação de massa. (Arantes 1990, 10-12).

O poder massivo do rádio tem aqui este papel de valorização da cultura e, muitas vezes, de definir o que representa ou não, de fato, a sociedade local; o que deve ser lembrado ou esquecido. É preciso dizer também que, em alguns casos, estes símbolos são supervalorizados, talvez como uma certa reação à desvalorização e ao esquecimento por parte das grandes redes.

Um processo atual que tem interferido no rádio regional é a migração das emissoras AM para a frequência de FM. Isso porque há um aumento no número de emissoras em rede e, conseqüentemente a diminuição no número de rádios regionais no país, que dialogam com as culturas locais. Emissoras, que agora são FM e não têm recursos para se manter, estão buscando as grandes redes para se afiliarem e conseguirem mais qualidade de programação com custo menor.

A seguir abordaremos as relações identificadas entre a Rádio Clube FM 92.7 e a cultura da região de Santo Antônio de Jesus, a partir da análise do programa *A tarde é nossa*.

Análise empírica: Joyce França no programa ‘A Tarde é nossa’

A partir da coleta de dados qualitativos oriundos das pesquisas do programa *A tarde é nossa* e dos documentos estudados, foi feita uma filtragem de dados e posteriormente uma categorização com base na abordagem de análise categorial de Flores (1994). A edição do programa, postado no Facebook no dia primeiro de novembro de 2019, foi gravada e transcrita a fim de se poder fazer um exame mais detalhado do seu conteúdo. A análise passou pelas seguintes etapas. A primeira foi a divisão do corpus em duas grandes categorias, as quais denominam-se metacategorias, identificadas com base na teoria e na análise do programa, a saber: *representação cultural* e *temática do programa*. Em seguida, foram identificadas subcategorias oriundas destes temas centrais e fez-se uma classificação indutiva destes temas derivados. Assim, os temas foram segmentados conforme indicado abaixo:

Representação cultural:

- a) a cantora (papel social e papel cultural);
- b) o lugar;
- c) a música;

Temática do programa:

- a) diversidade cultural;
- b) tensões entre culturas;
- c) símbolos culturais (festas, linguagem, culinária, artistas, nordeste)

O agrupamento dos dados em categorias faz perceber que elas estão interligadas e são interdependentes. A segmentação ajudou a fazer um detalhamento do que constitui cada uma para assim podermos interpretar os tipos de relação que o rádio regional estabelece com a cultura onde a emissora está inserida, pergunta que norteia esta pesquisa.

Uma ideia central que se verifica a partir da análise dos dados é a de que a relação entre rádio e cultura regional se estabelece a partir da representação que a emissora faz, em sua programação, desta mesma cultura. Representação esta que se dá na escolha de quem participa, na música que toca e na forma como o lugar é apresentado. Como já foi dito neste artigo, em emissoras descomprometidas com a questão local e que trabalham com públicos mais abrangentes, alguns traços culturais aparecem muitas vezes estereotipados. No rádio regional, ao contrário, geralmente a cultura é representada de forma valorizada ou até hipervalorizada. É o que vemos acontecer no programa analisado.

Outro ponto importante que se nota, a partir da escuta de outras edições do programa *A tarde é nossa* é que há também a presença de artistas representantes de gêneros musicais que não são propriamente nordestinos. Dependendo do cantor e da música outros temas podem surgir no debate, os quais não são necessariamente os mesmos da edição analisada. Neste programa específico ficou evidente que a temática sobre cultura teve uma atenção particular. A forma como o assunto foi abordado, os recortes para outros temas que envolvem a região, o debate sobre como problemas nacionais atingem aquela localidade, bem como as referências aos símbolos que fazem sentido para a cultura regional, tudo isso esteve presente singularmente neste programa.

Representação cultural:

De acordo com Arantes, (1990, 34) “tudo nas sociedades humanas é constituído segundo os códigos e as convenções simbólicas a que denominamos ‘cultura’”. No caso do programa *A tarde é nossa*, é recorrente a presença ou menções a artistas locais. No episódio selecionado para este artigo, tanto a artista, Joyce França, quanto o lugar e o gênero musical da cantora são símbolos da cultura popular nordestina, baiana e santo-antoniense. Isto porque estão envolvidos em um sistema de representação de uma mesma cultura. Eles se comunicam. Isto é observado no conteúdo de suas falas, dentro do

programa. A seguir, comentaremos os elementos de representação cultural identificados no episódio analisado.

a) *A cantora*: Um artista representa a sua cultura com sua arte, crenças, jeitos de falar e costumes. Neste programa, o episódio com a presença da cantora tem um papel importante como portadora da cultura que a identifica. Verifica-se dois tipos de papel assumidos pela artista e manifestados pelas suas falas na rádio. Estes papéis fazem a mediação entre o conteúdo do programa e a cultura popular da região:

Papel cultural: Joyce França é uma cantora de forró cuja carreira é emergente, porém é relativamente conhecida no local. Nota-se que, embora nem todo o Nordeste a conheça, para cidade, que é a capital da Região do Recôncavo Baiano, ela é uma representante da cultura e reconhece este papel. Isso fica claro em suas falas durante o programa:

Porque, de qualquer forma, a gente leva o nome da cidade... a gente leva a Bahia, quando a gente vai, a gente leva tudo isso junto(*sic*). (Joyce)

...a gente volta com o coração cheio de gratidão, mas com a responsabilidade de fazer melhor em casa, né? Na nossa Bahia, na nossa Terra(*sic*). (Joyce)

A representação da cultura aqui acontece de fato porque a artista está em seu "local de apresentação". Está inserida no grupo que representa e é "signo" desta cultura (Arantes 1990, 19-20). A artista faz também interação entre elementos das culturas regionais da Bahia e de Pernambuco, ambos estados nordestinos com fortes costumes locais e traços culturais particulares:

Colocaram até um nome em mim lá de Peba", né?... Peba, de Pernambuco Bahia..

E "Pernambaiana". Eu fui pras ruas de Olinda ...Que tava rolando lá os bloquinhos de frevo, e aí aprendi os passos, cantei maracatu, cantei no meio do povo... é uma cultura viva e eu... era muito bem recebida." (*sic*) (Joyce)

Assim, notamos a ciência da própria artista sobre seu papel como porta-voz de características culturais locais, presentes na música, na dança, nos instrumentos e no gênero musical propagado. Esse papel de representação cultural pode ser também associado ao papel social, quando ligado a temas de relevância política, econômica, social ou ambiental.

Papel social: Este papel social está interligado, obviamente, ao seu papel na cultura. Porém, quando a artista toca em alguns temas sociais - como o vazamento do óleo de um navio de petróleo em praias do Nordeste, fato que prejudicou não só o meio ambiente mas a vida da população local e de outras partes do país - vê-se aí uma representante da região não só como artista mas também como cidadã expressando-se sobre o fato que chocou o país e envolveu os brasileiros de diversos estados que sofreram os impactos de uma tragédia.

em todas as emissoras, que eu passei por lá, nessa temática do petróleo no mar, e a gente trazendo à tona, que o nordestino é um povo tão arretado, que vai braçalmente agir. Se o poder público não se pronuncia, o povo vai pra praia e tira o óleo na mão. Pra tirar, pra recolher... e a gente tem a certeza de que, disso

tudo aí, algumas coisas surgirão, coisas boas surgirão pela música... Eu acho que ganhamos todos nós, levando a arte (sic) (Joyce)

Joyce se refere ainda a sua participação num evento beneficente para ajudar crianças carentes e sugere, assim como o locutor, a ampliação deste evento.

O interessante desse projeto, que eu fui cantar lá em Recife, é que é um projeto beneficente, que as pessoas abre mão do seu cachê, abre mão pra ajudar crianças carentes de cidades do sertão pernambucano...e sai daqui, pra ir fazer isso... (sic)" (Joyce)

Que sirva de exemplo também pra cá... né? Que Possamos ter eventos como esse aqui em Santo Antônio. Não só em Santo Antônio, como na Bahia no geral, né? (sic) (Edilson)

Na Bahia, na região, se unir...Unir a galera da música... a gente tem um povo muito solidário (sic). (Joyce)

A cantora faz aqui um papel socializador, citado por Bosi (1992, 322) ao buscar a conscientização e integração das pessoas em favor de algo fora delas. Segundo Arantes (1990), a arte é uma maneira de participar da sociedade, porque transparece as significações culturais e assume o sentido de cultura popular de maneira mais profunda.

b) *O lugar*: O local geográfico hospeda uma gama de significações de uma cultura. Muitas vezes o clima, a vegetação e o relevo da região ajudam a determinar certos hábitos que se tornam representativos de uma cultura. Desta forma, o lugar é uma categoria importante nesta discussão. No episódio do programa analisado, ele aparece por vezes supervalorizado nas falas da cantora.

Eu faço questão de dizer: "Amo Salvador, mas eu sou do interior, eu sou do interior da Bahia, eu sou de Santo Antônio de Jesus (...).eu vim de interior, da zona rural, hoje não moro mais... mas eu vim de lá. Então estar lá na terra que é referência de cultura também, como a Bahia, foi muito especial; Eu sou de lá, você é daqui, mas nós somos todos iguais...(sic) (Joyce)

Passei uma semana lá em Pernambuco, falando da minha cidade, carregando aí cada um no coração e voltei com a responsabilidade de fazer.(sic) (Joyce)

O lugar, a região é o local onde as manifestações culturais se estabelecem. Os processos culturais têm relação com o território, os bairros, as urbanidades e a cidade (Serpa 2004). Cada vez que a cantora cita locais, percebemos que ela não se refere apenas à questão geográfica, mas à representatividade cultural que ele porta.

c) *A música*: Como o programa trata de música, as referências aos ritmos, canções e artistas regionais são muitas durante a entrevista. O gênero musical divulgado neste programa é o forró, especialidade da cantora. O forró é um gênero representativo da música e da região nordestina. Ele é signo também da cidade de Santo Antônio de Jesus-BA, uma vez que é o ritmo principal da festa de São João da cidade, a mais conhecida na região do Recôncavo Baiano. Joyce divulga este símbolo:

Eu cheguei lá com esse repertório de forró das antigas porque lá rola muito forró, forró baião, né? Que a gente chama aqui de baião, lá rola muito xote, um

xote mais temperado, um pouquinho mais diferente do que o xote da Bahia e as pessoas aceitaram... (sic) (Joyce)

De acordo com Arantes (1990), a arte é significativa e traz em si uma série de sentidos que representam uma cultura. Vale dizer também que o forró é um gênero tradicionalmente ligado à cultura rural, ao homem simples do sertão nordestino, ou seja, àquele que produz e consome a cultura popular em seu sentido mais tradicional. É o gênero entranhando na cultura nordestina, em especial, na região onde o programa acontece. Sua presença na emissora regional o torna ainda mais significativo porque está no seu local de origem. Desta maneira o programa também se relaciona com a cultura do lugar.

Temática do programa:

O rádio também pode estabelecer a identificação com o local onde está inserido através de suas temáticas, ou seja, dos assuntos escolhidos para os programas. O conteúdo é o elemento principal nos meios de comunicação. Se os assuntos dizem respeito à realidade e aos fatos que envolvem a audiência, a identificação rádio e cultura vai sendo construída. Percebe-se que o programa específico foi produzido para falar sobre a viagem da cantora baiana à Pernambuco, entretanto, nele, o tema "cultura regional" permeia toda a conversa.

Propositadamente ou não, dentro da amplitude deste assunto, outros aspectos foram levantados neste episódio. Como já dissemos, pela escuta de outras edições do *A tarde é nossa*, verifica-se que os debates fluem a partir do bate-papo com o entrevistado, portanto, nem sempre o tema "cultura" vai aparecer no programa. Temáticas regionais criam um forte laço com a cultura local. Embora consideremos que estabelecer relação com a cultura da audiência não se resume em falar sobre o tema "cultura" em si, essa temática, posta no programa contribuiu para construir a relação entre rádio e região. Se o apresentador e a entrevistada estivessem conversando sobre um assunto de outra ordem, certamente o elo construído seria outro. Haveria um representante da cultura regional, com uma música regional, mas falando de temas que não teriam o mesmo significado para a audiência que os temas debatidos neste dia tiveram. Apresentamos, a seguir, as categorias que surgiram da metacategoria 'temática do programa', considerada aqui mais um elemento que relaciona rádio regional-cultura local.

a) *Diversidade cultural*: Como o tema central é a recente experiência da cantora em outro estado nordestino, um assunto derivado da conversa foi o das diferenças culturais entre Bahia e Pernambuco, ainda que façam parte de uma mesma região:

A gente vê que você tá levando o nome de Santo Antônio de Jesus lá pra outro estado, né? Uma outra cultura também, é nordestino, mas tem as suas particularidades. A cultura do povo de Pernambuco...É uma ponte interessante que há um... esse encontro da nossa cultura baiana com a pernambucana... É uma troca. (Edilson)

De acordo com Arantes (1990) existem, realmente, pontos de vista variáveis ou divergentes em um mesmo grupo. Ainda que, sem a teoria acadêmica, a artista discute a questão: "são nordestinos, mas diferentes em alguns aspectos" (Joyce). Esse diálogo é significativo pois retrata a consciência das diferenças culturais entre os diferentes estados do nordeste, por vezes ignoradas por habitantes de outras regiões do país, especialmente Sul e Sudeste. Ao mesmo tempo em que se colocam como um povo único, reverenciando o caráter *nordestino* e a união cultural dos estados do nordeste, também falam sobre supostas tensões e embates entre as diferentes regiões.

b) *Tensões entre culturas*: Durante a discussão sobre diferenças culturais, o programa trata, no seguimento da entrevista, sobre a questão das divergências entre baianos e pernambucanos.

Existe uma conversa, Edilson, de que tem uma rixa de Bahia e Pernambuco. (Joyce)

Mas a gente não percebe isso não. (Edilson)

Do mesmo jeito que a gente percebe, também, artistas baianos sendo... artistas baianos são muito bem recebidos lá e os pernambucanos são muito bem recebidos aqui (*sic*). (Edilson)

Eu não sei por que o pessoal tem essa mania de criar rivalidade, né? (Edilson)

E de criar e de fantasiar porque assim...(Joyce)

Bosi (1992, 308) destaca que "unidade ou uniformidade parece não existir em sociedade moderna alguma". Talvez este anseio pela busca de unidade leve às tensões ou diferenças citadas no programa. O locutor e a artista conversam sobre este assunto com um discurso de unidade, mesmo com as diferenças: "Eu sou de lá, você é daqui, mas nós somos todos iguais e isso é muito gostoso" (Joyce). De acordo com Bosi (1992: 344) este é o papel da cultura criadora individualizada representada, aqui, pelos interlocutores.

c) *Símbolos culturais*: Outro assunto que perpassa a temática do episódio em questão do programa *A Tarde é nossa* é o símbolo cultural. Nesta categoria, o programa se relaciona com a cultura da região, referindo-se a uma série de símbolos que a representam e pelos sentidos que lhes foram dados, conforme a discussão proposta por Arantes (1990). A seguir, pontuamos os elementos *feira de São João, linguagem, culinária, artistas regionais* e o *nordestino*, a fim de exemplificar as diversas referências, ainda que breves, a características simbólicas e representativas da região:

Festa: A Festa de São João da cidade, como já mencionamos, é a maior da região do Recôncavo Baiano, em termos de estrutura de evento. A cidade é conhecida por esta festa cultural: "muitas pessoas disseram: "Ah eu conheço a sua terra, por causa do São João (...) E aí ela [Cristina Amaral] fez aquele discurso, falou daqui de Santo Antônio de Jesus, falou do São João". (Joyce). A referência à festa reforça as características sociais e culturais do local em questão, uma vez que, conforme posto por Arantes (1990, 51), os eventos culturais são "produtos significantes da atividade social de homens determinados" e, com isso, "articulam-se na esfera do político, no sentido mais amplo do termo, ou seja, no espaço das relações entre grupos e segmentos sociais."

Linguagem: Outro elemento simbólico importante na constituição de uma cultura regional é a linguagem, além de comentários sobre os sotaques baiano e nordestino, algumas expressões usadas tanto pelo locutor quanto pela cantora estabelecem uma identificação da cultura local com a emissora. “Você acha o quê? Que a gente não tava fuçando a sua vida, não é?” (Edilson); “Não se avexe não!” (Edilson); “Oxente!” (Joyce); “É a Pró[professora] Lu, né?” (Joyce). As expressões idiomáticas concedem à conversa uma caracterização da cultura regional, uma vez que o programa se mostra inserido dentro da cultura local. Por estar imerso no mesmo ambiente que é seu público, o programa tende a criar maior afinidade e proximidade com os ouvintes, ao contrário do distanciamento provocado pela ausência de sotaque, como nos telejornais das grandes emissoras de alcance nacional, ou na predominância do eixo Rio-São Paulo nas telenovelas, por exemplo.

Culinária: No programa são feitas referências também à culinária local, outro elemento simbólico, constitutivo de uma determinada cultura: “A terra da farinha boa, a terra do Biju...”(Joyce) “Papa jaca também, né?” (Edilson). Novamente, além da proximidade criada com os ouvintes, a referência aos pratos típicos representa também importante traço cultural. Segundo Selau e Giustina (2009), a culinária pode ser considerada patrimônio cultural imaterial, sendo portanto significativa a menção aos elementos gastronômicos marcantes do Recôncavo Baiano como forma de valorização da região.

Artistas regionais: Um grande número de artistas regionais – entre compositores, cantores, instrumentistas - é citado durante o programa, sempre em tom de valorização e reconhecimento:

...a Cristina Amaral é uma cantora assim....consagrada no cenário da música... Nordeste. (Joyce)

... e o gostoso é que teve cantores lá, cantores de música romântica, o Adilson Ramos... E ele é um grande nome. Um vozeirão, né? (Joyce)

...a Nina Queró, que é amiga da Ivete, consagrada também lá...O Gustavo Travassos que é o cantor oficial do Galo da Madrugada[bloco carnavalesco de Pernambuco].(Joyce)

Petrúcio Amorim é dono de grandes canções aí ... (Joyce)

Com todas estas referências, o ouvinte consegue saber, ainda que superficialmente, um pouco mais sobre o trabalho de artistas de sua região. Além de divulgar artistas locais, ampliando as referências artísticas da região para além da cantora entrevistada, a valorização da arte regional tem estreita relação com a valorização da cultura, uma vez que a arte é um dos símbolos primeiros de representação cultural.

O nordestino: Ainda nesta linha, um dos aspectos simbólicos um que se destaca é o nordestino, que aqui aparece não só como alguém que nasceu na região, mas como uma

figura simbólica e representativa (Arantes 1990). Valoriza-se, no programa, características de fortaleza, capacidade de superação e de fazer da dor, poesia:

Nordestino tem muito valor, tem muita, né? Capacidade de criação, eu acho...(Edilson)

Então...eu ia dizendo: Como é que o nordestino tem o poder de pegar, às vezes a dor, o sofrimento e transformar em poesia?..(Joyce)

O nordestino é um povo tão arretado, que vai braçalmente agir. (Joyce)

Eles fazem tudo na maior alegria do mundo é porque o nordestino é diferenciado, né? (Joyce)

O modo de ser, de viver e agir estão arraigados na cultura popular. De acordo com a abordagem de Arantes (1990), cada grupo, numa determinada região desenvolve formas de expressão e organiza símbolos de modo a torná-los significativos. Os elementos aqui apresentados, fazem sentido para a cultura local. A presença deles no programa comunica que a emissora está interligada à com a cultura, independentemente dos objetivos que a motivam.

Considerando os quatro tipos de caracterização das culturas do Brasil, analisados por Bosi (1992), percebe-se, tanto no programa quanto na emissora, um entrelaçamento entre cultura de massa, cultura popular e cultura criadora. A cantora, que faz parte da cultura criadora em “instâncias populares” se apropria de um elemento popular de sua própria cultura, o forró, e se coloca na indústria de massa (Bosi 1992, 343). Esta, por sua vez, realimenta as pessoas com elementos sua própria cultura, neste caso. A análise demonstra que no rádio esta é uma forma possível de relação entre rádio regional e cultura local, conforme apontamos nas considerações finais.

Considerações finais

A pergunta central que norteou esta pesquisa é: que elementos dos conteúdos dos programas das rádios regionais demonstram relação com a cultura local da emissora? Em outras palavras, quais traços culturais presentes nos programas podem apontar o rádio como marcador da cultura regional? O intuito da análise foi ampliar os estudos atuais sobre o rádio regional.

Considerando os aspectos teóricos, a observação de programas da Rádio Clube FM 92.7, uma emissora regional, e análise de uma entrevista, verificamos que ela é permeada por três das quatro culturas brasileiras elencadas por Bosi (1992): a cultura de massa, a cultura criadora e a cultura popular, seja nos temas dos programas, nos locutores ou nos artistas. Ela aparece, principalmente, sobre as apropriações que o rádio faz, como meio de comunicação massivo, de fórmulas da indústria cultural.

A relação com a cultura criadora é construída com a presença dos artistas regionais, na programação, expondo seus trabalhos, suas ideias, seus modos de ser e agir no ambiente da rádio, mesclados “intimamente com toda a vida psicológica e social do povo” (Bosi 1992, 320). A Rádio faz, propositadamente, uma adesão à cultura regional e com isso reforça a cultura popular local. Esse fato fica explícito tanto no material

institucional quanto nos temas tratados, no sotaque, nas referências à cultura nordestina e à cultura da cidade, nas expressões próprias do sotaque baiano, nos artistas, nas músicas, na religiosidade enfim nas representações dos símbolos locais e populares.

Outro ponto a considerar é que, por mais que seja necessário levar em conta as novas tendências nos meios de comunicação de massa - de maneira particular no rádio – o regionalismo favorece a audiência e a atração das pessoas pelo meio. Na emissora estudada, a relação com a cultura local é feita, sobretudo, pela representatividade cultural e pela temática do programa: o fato de colocar representantes e símbolos da cultura no programa e a opção por tratar de temas regionais numa abordagem pautada na valorização e não pela estereotipagem, constroem aqui uma relação de proximidade entre rádio e o seu local de abrangência.

Outros trabalhos, neste sentido, poderão ser realizados, analisando a recepção. Acreditamos que a breve pesquisa apresentada aqui auxilie na compreensão de que há uma relevância do rádio voltado à cultura regional, neste momento da história do meio. O rádio regional no Brasil, seja AM ou FM, ainda faz sentido porque está envolvido com a vida das pessoas e é uma forma de valorização das culturas, em especial da cultura popular.

Referências

- Arantes, Antônio A. 1990. *O que é cultura popular?* São Paulo: Brasiliense.
- Barriles, Agnes; *et al.* 2018. "O impacto da migração do AM para o FM na Rádio Imembuí de Santa Maria". *Revista Sonora*, vol. 7, nº 13. Universidade Franciscana. Santa Maria. <http://www.sonora.iar.unicamp.br>.
- Bosi, Alfredo. 1992. "Cultura brasileira e culturas brasileiras". In: *Dialética da colonização*. São Paulo: Companhia das Letras. p.308-345:
- Chantler, P.; Harris, Sim. 1998. *Radiojornalismo*. São Paulo: Summus.
- Chauí, Marilena. 2008. "Cultura y Democracia". *Cuadernos de Pensamiento Crítico Latinoamericano*. n. 8, julho.
- Comassetto, Leandro R. 2007. "O rádio local e o comportamento da informação na nova ordem global". *Revista de Estudos da Comunicação*. Curitiba, v. 8, n. 16, p. 123-131, maio/ago. <https://periodicos.pucpr.br/index.php/estudosdecomunicacao/article/view/14501>.
- Curado, Camila C. 2015. *Migração de rádios AM para FM: processos de preparação e perspectivas de mudança frente à convergência tecnológica*: Monografia (Bacharelado em Comunicação Social). Universidade de Brasília. <http://bdm.unb.br/handle/10483/12196>.
- Federico, Maria E. B. 1982. *História da Comunicação: rádio e TV no Brasil*. Petrópolis: Vozes.
- Flores, Javier G. 1994. "Aproximación interpretativa al contenido de la información textual". In: Flores, Javier G. *Análisis de datos cualitativos - aplicaciones a la investigación educativa*. Barcelona: PPU. p. 65-107.

- Giustina, Adelina. 2009. A culinária como patrimônio cultural imaterial. *Cadernos do CEOM* – 23, n. 31: 45-68.
<https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rcc/article/view/535>
- Jorge, Sônia Maria A. 2004. "Rádio FM: Um contraponto entre as redes e as emissoras regionais paulistanas". In: Barbosa Filho; A. Piovesan A; Beneton R.(org). *Rádio: Sintonia do Futuro*. São Paulo: Paulinas.
- Lima, Maria E. O. 2007. "Comunicação local/regional". In: Gadini, Sérgio L; Woitosics Karina J. *Noções básicas de Folkcomunicação*. Ponta Grossa: UEPG.
- Lopes, Maria I. V. 2005. *Pesquisa em Comunicação*. São Paulo, Loyola.
- Morelli, Rita C. L. 2000. "O campo da MPB e o mercado moderno de música no Brasil: do nacional-popular à segmentação contemporânea". *ArtCultura*, . 10, n. 16, p.87-101, jan.-jun. 2000
- Ortriwano Gisela S. 2003. "Radiojornalismo no Brasil: Fragmentos da história". *Revista USP*, São Paulo, n. 56: (dezembro/fevereiro): 68-85
<http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/33808/36546>.
- Ortriwano, Gisela Swetlana. 1985. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus.
- Santos, Bruna F. Campos, Deivison M. C. 2016. "A migração das emissoras radiojornalísticas para o FM em Porto Alegre". *Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 07, n. 2: (jul./dez): 139-164. <https://periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras/article/view/313>.
- Serpa, Angelo.2004. "Experiência e vivência, percepção e cultura: uma abordagem Dialética das manifestações culturais em bairros populares de Salvador-Bahia". *R. RA´E GA*,: Curitiba,: Editora UFPR. n. 8: 19-32.
- Tavares, Reynaldo C. 1999. *Histórias que o rádio não conto: Do Galena ao Digital, desvendando a Radiodifusão no Brasil e no Mundo*. São Paulo: Harbra.
- Tinhorão, José Ramos. 1998. *História Social da Música Popular Brasileira*. São Paulo: Editora 34.
- Trigo-de-Sousa, Lígia Maria. 2004. "Rádio e Internet: o porquê do sucesso desse casamento". In: Barbosa Filho; A. Piovesan A; Beneton R. (org). *Rádio: Sintonia do Futuro*. São Paulo: Paulinas.
- Zan, José Roberto. 2001. "Música Popular Brasileira: indústria cultural e identidade". *Eccos*. Vol. 3, n. 1: 105-122.