

KÁTIA DE LOURDES FRAGA

**O RURAL EM REDE: RÁDIO, MEDIATIZAÇÃO E RURALIDADE
NO COTIDIANO DA ZONA DA MATA MINEIRA**

Tese apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural, para a obtenção do título de *Doctor Scientiae*.

VIÇOSA
MINAS GERAIS - BRASIL
2018

**Ficha catalográfica preparada pela Biblioteca Central da Universidade
Federal de Viçosa - Câmpus Viçosa**

T

F811r
2018
Fraga, Kátia de Lourdes, 1965-
O rural em rede : rádio, midiatização e ruralidade no
cotidiano da zona da mata mineira / Kátia de Lourdes Fraga. –
Viçosa, MG, 2018.
xvii, 145 f. : il. ; 29 cm.

Inclui apêndices.

Orientador: Ana Louise de Carvalho Fiúza.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Viçosa.

Inclui bibliografia.

1. Rádio no desenvolvimento rural - Zona da Mata (MG :
Mesorregião). 2. Rádio. 3. Vida rural. 4. Comunicação. 5. Fusão
cultural. I. Universidade Federal de Viçosa. Departamento de
Economia Rural. Programa de Pós-Graduação em Extensão
Rural. II. Título.

CDD 22. ed. 302.2344

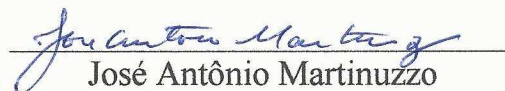
KÁTIA DE LOURDES FRAGA

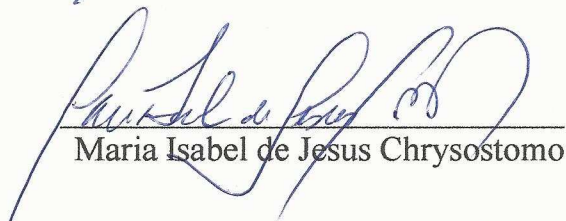
**O RURAL EM REDE: RÁDIO, MUDIATIZAÇÃO E RURALIDADE
NO COTIDIANO DA ZONA DA MATA MINEIRA**

Tese apresentada à Universidade Federal
de Viçosa, como parte das exigências do
Programa de Pós-Graduação em Extensão
Rural, para obtenção do título de *Doctor
Scientiae*.

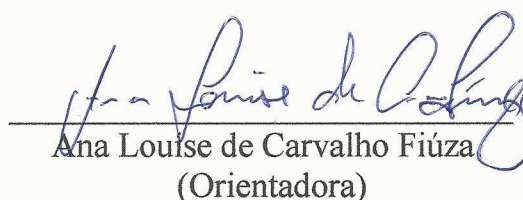
APROVADA: 06 de julho de 2018.


Bruno Araújo Torres


José Antônio Martinuzzo


Maria Isabel de Jesus Chrysostomo


Rennan Lanna Martins Mafra


Ana Louise de Carvalho Fiúza
(Orientadora)

DEDICATÓRIA

Dedico esta tese para duas pessoas que representam a atualidade e a ancestralidade do meu amor:

Ao meu companheiro, amigo, amor, parceiro, que enfrentou todos os momentos desse processo de doutorado ao meu lado, sem me deixar esmorecer. Nas conquistas, em cada etapa, era o primeiro a celebrar. Nas horas de apreensão, lá estava ele com um abraço acolhedor e muita sabedoria para me acalantar com suas palavras de ânimo e afeto. Edilton Barcellos, meu amor, obrigada por morar na minha alma!!

À minha avó Elza, com quem criei laços afetivos com a ruralidade ainda menina. Em seu sítio, numa casa de chão batido, com luz de lamparina, aprendi desde cedo a valorizar a beleza da simplicidade, da natureza, das matas, das fontes, da luz da lua, do nascer e do pôr do sol, e agradecer pelo encantamento da vida. Aprendi, ainda, que a riqueza da vida está na generosidade, na pureza de coração, no sorriso espontâneo e no afeto verdadeiro. Lá no sítio dos meus avós, assim como na minha casa, o rádio já tinha um lugar reservado. Eu acompanhava as irradiações e, aos poucos, criava intimidade com essa mídia peculiar. E depois de décadas, lá no Rio de Janeiro, minha avó continua ouvindo o radinho, como na minha infância, e já mandou um recadinho pelo telefone fixo: “Tô aqui, esperando a neta virar doutora”.

*“Mas é preciso ter força
É preciso ter raça
É preciso ter gana sempre
Quem traz no corpo a marca
Maria, Maria
Mistura a dor e a alegria
Mas é preciso ter manha
É preciso ter graça
É preciso ter sonho sempre
Quem traz na pele essa marca
Possui a estranha mania
De ter fé na vida”
(Maria, Maria - MILTON NASCIMENTO)*

AGRADECIMENTOS

*“Todo caminho da gente é resvaloso.
Mas também, cair não prejudica demais.
A gente levanta, a gente sobe, a gente volta!...
O correr da vida embrulha tudo.*

*A vida é assim:
esquenta e esfria, aperta e daí afrouxa,
sossega e depois desinquieta.
O que ela quer da gente é coragem”*

(GUIMARÃES ROSA).

Uma tese é fruto de muito empenho e trabalho individual árduo ao longo de 4 anos, mas é também a somatória coletiva de forças por parte de pessoas importantes pessoal, profissional e emocionalmente, **porque a vida é mutirão de todos, por todos remexida e temperada** (GUIMARÃES ROSA). Por isso, agradeço a todo(a)s aquele(a)s que me encorajaram e me incentivaram nessa jornada. Minha gratidão vai para:

Minha querida orientadora, Ana Louise de Carvalho Fiúza, por seus ensinamentos e sua condução na minha tese de doutorado. O olhar atento na orientação dedicada é reflexo de sua experiência e do seu amor devotado às atividades como pesquisadora, professora e orientadora, o que compartilha generosamente com seus orientandos. A convivência com minha orientadora foi um grande aprendizado de vida e um marco divisor na minha trajetória de pesquisadora.

As coorientadoras Daniela Rezende e Ivonete Lopes por estarem junto comigo neste percurso, por compartilharem seus conhecimentos, pelas contribuições valiosas, e, principalmente, por serem grandes incentivadoras.

A professora Neide Pinto, pelo acompanhamento carinhoso e atento nas atividades do Grupo de Estudos Rurais: Agriculturas e Ruralidades (GERAR).

A Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, em especial a funcionária Maria Suely Ricardo, pela competência em avisar os procedimentos necessários em cada etapa do doutorado, sempre enviando email lembrando o que eu precisava enviar, os prazos das fases do processo de treinamento, etc, e também pelo diálogo sereno e cordial.

O(A)s professores, dirigentes, funcionário(a)s e estudantes (e seus familiares) das escolas¹ estaduais de ensino médio das regiões pesquisadas na Zona da Mata

¹ Destacamos aqui o nome dos diretores das escolas porque não tínhamos como agradecer nominalmente a todos os funcionários e professores das instituições. O nome deles representa, então, todos os profissionais. Em Pedra Bonita: Nelson José – EE Alfenô do Carmo (escola rural); Sthephanya Dias – EE Dom Oscar de Oliveira. Em Juiz de Fora: José Carlos de Paula – EE Maria Elba; Denise de Fátima Gonzaga da Silva – EE Mal. Mascarenhas; Cristiano Freitas Vidigal Guimarães – EE Estevão de

mineira: Pedra Bonita, Juiz de Fora e Luisburgo, que nos acolheram (a mim e as equipes) com imenso carinho, paciência e envolvimento neste estudo. O apoio e parceria de vocês foi o ponto central para a realização desta tese, na estrutura proposta, com os dados quantitativos e qualitativos (resultantes da aplicação de questionários e de entrevistas em profundidade, respectivamente, com estudantes e seus pais, mães e avós).

O(A)s professores, funcionários e estudantes do Curso de jornalismo da UFV (Departamento de Comunicação Social-DCM), pelo total apoio no meu processo de treinamento. O(A)s colegas que me deram suporte nas disciplinas ao longo desse processo de treinamento, como Kelly Scoralick, Felipe Menicucci, além de todos os técnicos e monitores que me deram total apoio nas aulas nesses quatro anos. Lenilda Viana (fonoaudióloga da UFV) e Leandro Vieira (técnico de audiovisual do DCM), pelo apoio com a realização de oficinas para os estudantes das minhas disciplinas.

O(A)s professores e funcionários da Pós-Graduação em Extensão Rural do DER/UFV, em especial, o professor Marcelo Leles Romarco de Oliveira, pelo incentivo e serenidade; e o professor Gustavo Braga, criador do Índice de Caracterização de Territórios (ICT), norteador da pesquisa de campo.

O(A)s colegas do Grupo de Estudos Rurais: Agriculturas e Ruralidades (GERAR) pela partilha e ajuda mútua, com especial carinho por aquele(a)s que estiveram mais próximos, permitindo um compartilhamento mais intenso e afetivo: *Janaína, Vanessa, Eliane, Marcinha, Duda, Bárbara, Flaviane, Marcelino, Reinaldinho e Edna*. Aos colegas da Pós-Graduação, em especial, *Álvaro, Taynara, Alan e Márcia*. Todos vocês foram muito parceiro(a)s nos momentos de alegria e de angústia, celebrando e dando apoio emocional nas horas difíceis, tornando a minha trajetória mais leve e vigorosa.

Todo(a)s os professore(a)s que, gentilmente, se disponibilizaram a participar das etapas do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural, contribuindo imensamente com seus conhecimentos, experiências e sensibilidade. Vocês foram fundamentais para minha caminhada nesta incansável luta pela concretização do doutorado:

1) Banca de Projeto: Daniela Rezende e Rennan Mafra;

2) Banca de Qualificação: Douglas Mansur, José Antonio Martinuzzo, Nair Prata e Rennan Mafra;

Oliveira; Elizabete Carmem de Faria – EE. Presidente Costa e Silva (Polivalente) e João Carlos Tedesco (vice-diretor); Virgínia Queiroz – EE Clorindo Burnier; Elizabete Delgado de Oliveira – EE Almirante Barroso. E, ainda, em Luisburgo: Marco Vinicius Carvalho Gantus, Escola Estadual Joaquim Knupp. Em Luisburgo, região de Manhuaçu, também na Zona da Mata mineira, desenvolvi a primeira aplicação de questionários, que se transformou na fase experimental da pesquisa, mas foi tão importante quanto a pesquisa de campo desenvolvida nos dois outros municípios.

3) Avaliadora do Seminário 1: Mariana Procópio

4) Avaliador do Seminário 2: Rennan Mafra

5) Banca de Defesa de Doutorado: Maria Isabel de Jesus Chrysostomo, Bruno Araújo Torres, José Antonio Martinuzzo, Rennan Mafra (além dos gentis suplentes, Rosane Vasconcelos Zanotti e Alan Ferreira de Freitas)

O(a)s colaboradore(a)s, a começar por Jonathan Fagundes (bolsista de iniciação científica pela Fapemig (nos anos 2015-2016) e parceiro em várias outros projetos na UFV) e Vera Daian (assistente de pesquisa por dois anos consecutivos, presente em todas as fases das pesquisas de campo, desde a etapa preparatória), e outros colaboradores. **Colaboradores em Pedra Bonita:** Edilton Barcellos, Maurício Vieira, Luysa Reis, Guilherme Luis e Érick Luis de Paula. **Colaboradores em Juiz de Fora:** Edilton Barcellos, Marcos Peres, Giovanni Severini, Camila Pravato, Pedro Nunes, Nara Reis, Gustavo, Carla Procópio, Carol Marino, Eduardo Pipa, Thatiana da Silva. Também contei com uma valiosa ajuda de professores das escolas pesquisadas, que se dispuseram a ajudar seja na fase de aplicação de questionário ou nos levando até as escolas rurais, facilitando nosso acesso às localidades.

E, ainda, outro(a)s parceiro(a)s como Alexandre Gurgel, Ana Gediél, Bruna Cristina Lourenço, Carla Ávila, Celina Rosa, Fernanda Pônzio, Leonardo Luiz Okumura, Luciana Ávila, Mateus Dias Pires, Monique Berto, Raynan Nunes, etc.

Zina Dias, uma colaboradora muito especial. Funcionária da Escola rural e da prefeitura de Pedra Bonita, ficou à nossa disposição durante vários dias para nos levar até a casa dos entrevistados. A ajuda dessa parceira nos deu mais credibilidade junto aos moradores do campo, e foi fundamental para localizarmos as residências nas mais diversas regiões pesquisadas. Sem ela, dificilmente conseguiríamos.

O padre Geraldo Trindade (padre Geraldinho), de Pedra Bonita, pelo acolhimento, inclusive mencionando a importância da minha pesquisa durante uma missa na qual fiquei emocionada.

O prefeito de Pedra Bonita, Adriano Teodoro do Carmo, e sua equipe pela receptividade e pelo apoio na pesquisa.

Quem me deu apoio técnico: Daniela Rezende (que, generosamente, me inseriu no mundo da estatística), Luciana Andrade, João Gondim, Vanessa Barros, Janaina Avelar.

Os nossos anfitriões em Juiz de Fora: Rutinha, Livia e Seu Sebastião, que não só me deram hospedagem, carinho e muitas gostosuras preparadas pelas mãos abençoadas de Rutinha, como também permitiram que eu transformasse a sala da casa em um

escritório para minha equipe. Muita generosidade, desprendimento e afeto!

Os grandes incentivadores, Nélio Rodrigues e Marialva Barbosa, que me acompanham desde o mestrado, com estímulo, suporte emocional e muito amor. Se transformaram em pais adotivos e amigos inseparáveis.

Minha orientadora do mestrado, Ana Lúcia Enne, pelo estímulo e aprendizado.

Mariana Laura Bittencourt Brant Corrêa, professora de inglês, grande incentivadora em vários aspectos. Me dava aulas extras abrindo mão de sua hora do almoço, único horário que eu tinha disponível, para reforçar o aprendizado na preparação para a prova de línguas no processo de seleção do doutorado. Excelente professora e amiga com um coração repleto de carinho e generosidade. Outras professoras muito queridas também: Xiomara Arrocha Sinicio (de espanhol); Aurélia Emília de Paula Fernandes (de inglês); e Cida Zolnier, do Departamento de Letras da UFV, que incentivam o aprendizado com muita leveza e carinho.

O(A)s profissionais que cuidaram de mim ao longo desses anos, no trato físico e emocional: Maria Izabel Dórea e seu Espaço Luz (terapeuta); Ethel Peternelli (Coach); Renata Xavier (psicóloga); Reginalda Lopes (homeopata); e médicos Rodrigo Lopes Rodrigues; Fernando Januário; Luciana Cestaro de Medeiros; e Juarez Ribeiro Filho.

O(A)s que devotaram orações por mim: Ednéa Harckbart, Rosely Cardoso, Euzinette Estêvam, Edilma Barcellos Velasquez, Madu, Meire, Cesinha e Jô, minha mãe (claro), mães das amigas, dentre outras pessoas amadas. Aos amigos desencarnados, que certamente estão rezando por mim, já que eram anjos protetores na minha vida na dimensão terrena: Carlos Arantes e Jorge Divino.

Todas as pessoas amigas, parceiras, solidárias, que me dão sustentação ao longo desta e de outras jornadas... Aquelas que se permitem sentir, compartilhar, amar, chorar, rir, se emocionar, assim como eu. Não é preciso nominar... Todas sabem pontualmente quem são e qual espaço ocupam no meu coração!

Minha família (companheiro Edilton; mãe Antonia; pai Benedicto; irmãos Gorete, Carlos, Miguel, João); aos meus ancestrais, sobretudo as mulheres guerreiras, destemidas, de onde busco as raízes para sempre estar erguida perante os desafios, me impondo a reestruturação e a ressignificação diante de momentos difíceis.

Meus sobrinhos (Felipe, Leonardo, Arlem, Alexandre, Gabriel, Laís, Miguel, Lucas e Valentina) por entenderem a necessidade temporária da distância para minha dedicação aos estudos. Essa trajetória de luta, de coragem para encarar desafios, é a maior herança que posso deixar para vocês, além, é claro, do meu afeto, do meu amor.

Minha filha de coração, Andressa Rodrigues Barcellos de Lima, por me

impulsionar com seu carinho, seu otimismo e o amor recíproco.

Também para todos os demais parentes.

E, principalmente, Deus, os santos, e os espíritos de luz que me protegem e governam a minha vida, afinal, **“eu não ando só (...). Eu tenho Jesus, Maria e José, e todos os pajés em minha companhia. O Menino Deus brinca e dorme nos meus sonhos (...) A rainha do mar anda de mãos dadas comigo, Me ensina o baile das ondas e canta, canta, canta pra mim”** (Maria LINDA Bethânia - Não Mexe Comigo).

BIOGRAFIA DA AUTORA

Nascida em Duque de Caxias, no Rio de Janeiro, Kátia de Lourdes Fraga é filha de Maria Antonia Fraga e Benedicto Motta Fraga.

Graduou-se bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal do Espírito Santo, em 1989. Tem especialização em Assessoria de Comunicação pela FAESA (Faculdades Integradas Espírito-santenses). Concluiu o mestrado em Comunicação, Imagem e Informação, em 2005, pela Universidade Federal Fluminense (UFF), com a dissertação intitulada “Laços de família: a construção de uma comunidade de afeto no Programa Jairo Maia”;

Atuou como repórter da editoria de Cidades do Jornal A GAZETA; foi editora da Revista de TV e Rádio (suplemento especial deste periódico, com veiculação aos domingos); e editora do Caderno 3 (periódico interno da Rede Gazeta), de junho de 1989 a março de 1999;

Atuou como repórter das rádios Gazeta AM, da CBN, da Jovem Pan e da Litoral (emissoras do maior complexo de comunicação do Espírito Santo), de março de 1990 a junho de 1999;

Exerceu, ainda, os cargos de chefe de reportagem e âncora (apresentadora) da rádio CBN Vitória, de março de 1990 a junho de 1999;

Foi assessora de comunicação da Secretaria de Meio Ambiente e Recursos Hídricos do Espírito Santo (SEAMA,) em 1999; exerceu o mesmo cargo na Prefeitura Municipal de Cariacica, de 2001 a 2002;

Atuou como Professora na FAESA (Faculdades Integradas Espírito-santenses), em Vitória, no Espírito Santo, de fevereiro de 2001 a julho de 2006, tendo lecionado as disciplinas de Radiojornalismo I e II, Organização e Produção em Audiovisual; Realização de Programas de Rádio; Legislação e Ética; Assessoria de Comunicação. Nesta instituição também coordenou o programa de rádio “Radiação”, produzido com estudante de Jornalismo, em parceria com a rádio CBN Vitória, de 2005 a 2006, emissora na qual as edições do programa eram veiculadas;

Atou como professora substituta do Departamento Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo, de fevereiro a junho de 2006, lecionando as disciplinas de Laboratório de Jornalismo Eletrônico; Radiojornalismo; e Teorias e Práticas Jornalísticas para Meios Eletrônicos. Nessa instituição, também coordenou o programa de rádio “Interferência”, produzido com alunos de Jornalismo, e veiculado na rádio CBN Vitória, de fevereiro a julho de 2006;

É professora efetiva da Universidade Federal de Viçosa (UFV), no Curso de Jornalismo/Departamento de Comunicação Social, desde 2006.

Foi coordenadora de Comunicação Social da Universidade Federal de Viçosa (UFV), de novembro de 2008 até agosto de 2014;

Idealizadora e coordenadora dos projetos de extensão: “Rádio Itinerante: uma mídia comunitária para a valorização da Cultura Popular e da Cidadania” (realizado em Ponte Nova, com grupo afrodescendente Ganga Zumba; e em Viçosa nas comunidades de São José do Triunfo e Nova Viçosa; “Rádio Escola K-Entre Nós”; e “Radiojornal O Expresso”;

Com o radiodocumentário seriado “Gengibre: raízes da cultura popular nas ondas sonoras”, foi contemplada, junto com uma equipe de estudantes, com o *Prêmio Roquette-Pinto* no *I Concurso de Fomento à Produção de Programas Radiofônicos*, promovido, em 2011, pela ARPUB – Associação de Rádios Públicas do Brasil, com o apoio do Ministério da Cultura e patrocínio da PETROBRAS.

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS.....	xiii
LISTA DE TABELAS.....	xiv
LISTA DE QUADROS.....	xiv
LISTA DE SIGLAS.....	xv
RESUMO.....	xvi
ABSTRAT.....	xvii
INTRODUÇÃO.....	1
ARTIGO 1.....	7
RURALIDADE E MEDIATIZAÇÃO.....	7
1. INTRODUÇÃO.....	7
2. A RELAÇÃO ENTRE CAMPO E CIDADE SOB A PERSPECTIVA CULTURAL.....	8
2.1 A perspectiva teórica da urbanização das sociedades rurais.....	9
2.2 A perspectiva teórica da nova ruralidade: a perspectiva da manutenção de especificidades culturais locais.....	14
2.3 A perspectiva teórica do hibridismo cultural das sociedades rurais.....	16
3. MEDIATIZAÇÃO: A NOVA ORDEM SOCIAL DE EXISTÊNCIA.....	19
4. PESQUISAS SOBRE O CONSUMO DE TIC NOS DOMICÍLIOS URBANOS E RURAIS NO BRASIL.....	22
5. CONSIDERAÇÕES.....	33
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	35
ARTIGO 2.....	38
O RÁDIO NA COMUNICAÇÃO EM REDE.....	38
1. INTRODUÇÃO.....	38
2. O RÁDIO E SUA TRAJETÓRIA DE TRANSFORMAÇÕES E ADAPTAÇÕES NOS CENÁRIOS MEDIÁTICOS.....	42
2.1 A presença do rádio nas pesquisas acadêmicas.....	43
2.2 Breve história do rádio enquanto patrimônio midiático.....	44
2.3 Radiomorfose: uma reinvenção do rádio na comunicação em rede.....	49
3. METODOLOGIA.....	55
4. RESULTADOS E ANÁLISE.....	57
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	65
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	67

ARTIGO 3	71
O RURAL EM REDE NA ZONA DA MATA MINEIRA	71
1 INTRODUÇÃO	71
2 A DIETA DE MÍDIA NO COTIDIANO DOS RURAIS	73
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	76
4 RESULTADOS	79
4.1 A dieta de mídia dos rurais de uma perspectiva de geração.....	86
5 CONSIDERAÇÕES	94
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	96
ARTIGO 4	101
O RÁDIO DIANTE DAS NOVAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO: A radiomorfose revelada na cultura da oralidade perpetuada pelos rurais	101
1 INTRODUÇÃO	101
2 MARCO TEÓRICO	102
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	105
4 RESULTADOS E ANÁLISES	107
4.1 A relação dos rurais com as mídias tradicionais: O Rádio entre tradição e contemporaneidade	108
4.2 A incorporação das novas mídias pelos rurais	115
4.3 A representação de campo e cidade	123
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	125
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	126
CONSIDERAÇÕES FINAIS	128
APÊNDICES	Erro! Indicador não definido.135
QUESTIONÁRIO	135
ROTEIRO DE ENTREVISTAS	143

LISTA DE FIGURAS

ARTIGO 1

Figura 1 – Gráfico da proporção de domicílios com acesso à internet por área urbana e rural. .26	26
Figura 2 – Gráfico da proporção de usuários de internet, por atividades realizadas na internet no Brasil e por área urbana e rural. (Percentual sobre o total de usuários de internet).....27	27
Figura 3 – Gráfico das mídias presentes nos domicílios rurais e urbanos.29	29
Figura 4 – Proporção de usuários de internet, por dispositivo utilizado de forma exclusiva ou simultânea – por área, região, faixa etária e classe social.....30	30
Figura 5 – Proporção de domicílios com acesso à internet, por compartilhamento com domicílio vizinho, por área, região, renda e classe social (Percentual sobre o total de domicílios com acesso à internet).....32	32

ARTIGO 2

Figura 1 – Gráfico de Pessoas com rádio no domicílio no Brasil.....58	58
Figura 2 - Gráfico de Pessoas com rádio no domicílio em Minas Gerais.....59	59
Figura 3 - Gráfico de Pessoas com rádio no domicílio no Brasil e em MG, meios rural e urbano59	59
Figura 4 - Gráfico de Pessoas com rádio, TV, celular ou computador no domicílio no Brasil. .63	63
Figura 5 - Gráfico de Pessoas com rádio, TV, celular ou computador no domicílio em Minas Gerais.....64	64
Figura 6 - Gráfico de Pessoas com Celular no domicílio no Brasil e em MG.....65	65

ARTIGO 3

Figura 1 - Gráfico da comparação da dieta de mídia em Juiz de Fora e Pedra Bonita.86	86
Figura 2 - Gráfico de Pessoas com rádio, TV, celular ou computador no domicílio no Brasil, meios rural e urbano.....92	92
Figura 3 - Gráfico de pessoas com rádio, TV, celular ou computador no domicílio em Minas Gerais, meios rural e urbano.92	92

ARTIGO 4

Figura 1 – O rural em rede.....116	116
---	-----

LISTA DE TABELAS

ARTIGO 2

Tabela 1- Posse de bens de consumo em Minas Gerais	60
---	----

ARTIGO 3

Tabela 1 – faixa etária e sexo dos respondentes.....	77
Tabela 2 - Características dos municípios, Índice de Caracterização de Território	78
Tabela 3 - Assiste TV.....	79
Tabela 4 - Usa celular	80
Tabela 5 - Usa Internet.....	81
Tabela 6 - Leitura de Jornal	82
Tabela 7 - Leitura de revista	83
Tabela 8 - Ouve rádio.....	84
Tabela 9 - Tipos de programa ouvidos no rádio segundo as faixas etárias	88

ARTIGO 4

Tabela 1 - O uso do rádio em Pedra Bonita e Juiz de Fora.....	108
Tabela 2 - A representação de campo e cidade em Pedra Bonita e Juiz de Fora.	123

LISTA DE QUADROS

INTRODUÇÃO

Quadro 1 – Informações demográficas de Pedra Bonita e Juiz de Fora.....	26
--	----

ARTIGO 4

Quadro 1 – Usos atribuídos ao rádio em Pedra Bonita e Juiz de Fora.....	109
Quadro 2 – O Predomínio da cultura da oralidade	114
Quadro 3 – Novas plataformas de escuta do rádio	116
Quadro 4 – O rural em rede: transformações e interações com o mundo	118

LISTA DE SIGLAS

CHD - Classificação Hierárquica Descendente

GP - Grupo de Pesquisa

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ITC - Índice de Caracterização de Território

IUTICF - Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias

PBM - Pesquisa Brasileira de Mídia

PNAD - Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios

PPGs - Programas de Pós-Graduação em Comunicação

SPSS - Statistical Package for the Social Sciences 2.0

STs - Segmentos de texto

TIC - Tecnologias de Informação e Comunicação

UIT - União Internacional de Telecomunicações

WSIS - Cúpula Mundial da Sociedade da Informação

RESUMO

FRAGA, Kátia de Lourdes, D.Sc., Universidade Federal de Viçosa, julho de 2018. **O rural em rede: rádio, mídiatização e ruralidade no cotidiano da zona da mata mineira.** Orientadora: Ana Louise de Carvalho Fiúza. Coorientadora: Daniela Leandro Rezende.

Esta tese analisa as transformações culturais das sociedades rurais a partir de suas práticas comunicacionais, tendo como objetivo geral identificar os aspectos socioculturais da ruralidade sob o paradigma da sociedade em rede mídiatizada. Buscamos entender as mudanças ocorridas na vida das pessoas que moram no campo por meio de seus hábitos midiáticos, na presença e nos usos dos meios de comunicação, investigando, especialmente, o espaço do rádio no cotidiano dos rurais. Averiguamos se, diante da proximidade com o universo citadino e dos avanços das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), esta mídia tradicional ainda permanece no cenário rural. Nessa perspectiva, a presente tese foi estruturada, na forma de artigos, para alcançar objetivos específicos: analisar a sociedade rural e a mídiatização para entender de que forma a vida no campo está conectada pelas mídias; averiguar as concepções teóricas capazes de compreender o que denominamos de uma sociedade rural em rede; e identificar a “dieta de mídia” dos rurais, em especial o lugar da narrativa radiofônica no cotidiano dos moradores do campo. Para alcançar nossos objetivos, utilizamos como procedimentos metodológicos as pesquisas quantitativa e qualitativa. Na pesquisa quantitativa, realizamos a aplicação de um questionário semiestruturado com perguntas sobre os hábitos midiáticos e, ainda, recorreremos aos dados secundários da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios (PNAD) para identificar a posse e o uso do rádio e de outras mídias no contexto brasileiro. Na etapa da pesquisa qualitativa, realizamos entrevistas em profundidade com alguns dos respondentes da pesquisa quantitativa. Para a pesquisa empírica, foram contemplados dois municípios da Zona da Mata mineira, um com mais características rurais (Pedra Bonita) e outro com aspectos mais urbanos (Juiz de Fora), seguindo o Índice de Caracterização de Território (ICT) desenvolvido por Braga (2015). No contexto da mídiatização e suas implicações, defendemos que estamos presenciando a constituição de um *rural em rede*, já que os moradores do campo mantêm o rádio em seu cotidiano, todavia numa reconfiguração diante das conexões midiáticas do mundo contemporâneo.

ABSTRACT

FRAGA, Kátia de Lourdes, D.Sc., Universidade Federal de Viçosa, July, 2018. **The rural in network: Radio, Mediatization and Rurality in the daily life of Zona da Mata Mineira.** Advisor: Ana Louise de Carvalho Fiúza. Co-advisor: Daniela Leandro Rezende.

This thesis analyzes the cultural transformations in rural societies based on their communication practices, with the general objective of identifying the socio-cultural aspects of rurality under the mediatized network paradigm. We seek to understand the changes that occurred in the lives of the people who live in the countryside through their media habits, in the presence and in the uses of the means of communication, investigating, especially, the radio space in rural daily life. Given the proximity to the urban universe and the advances of Information and Communication Technologies (ICT), we investigate whether, the device called radio, a traditional media, still remains in the rural scenario. From this perspective, this thesis was structured in the form of articles to achieve specific objectives: to analyze the rural society and the mediatization to understand how the life in the field is connected by the medias; to ascertain the theoretical conceptions capable of understanding what we call a rural society in a network; and identify the "media diet" of the rural, especially the place of the radiophonic narrative in the daily life of the rural dwellers. In order to achieve our objectives, quantitative and qualitative researches are used as methodological procedures. Semi-structured questionnaire with questions about mediatic habits was performed in the quantitative research and, also, to identify the possession and use of the radio and other media in the Brazilian context, secondary data from the National Survey for Household Sampling (PNAD) was used. In the qualitative research stage we conducted in-depth interviews with some of the quantitative research respondents. For empirical research, two municipalities in the Zona da Mata Mineira, one with more rural characteristics (Pedra Bonita) and the other with more urban aspects (Juiz de Fora) were considered, following the Territorial Characterization Index (TCI) developed by Braga (2015). In the context of mediatization and its implications, we argue that we are witnessing the formation of a "*rural in network*", since the rural dwellers keep the radio in their daily lives, yet in a reconfiguration vis-à-vis the mediatic connections of the contemporary world.

INTRODUÇÃO

Buscou-se, nesta tese, analisar as mudanças ocorridas nas sociedades rurais, por meio dos seus hábitos midiáticos, investigando, principalmente, o espaço do rádio no cotidiano dos moradores do campo. Diante do advento da internet e dos grandes avanços das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), qual o espaço ocupado pelo rádio no ambiente destas novas mídias? O grau de ruralidade das sociedades rurais se constituiria em um fator incidente sobre a maior ou menor penetração destas novas tecnologias da informação e comunicação nestas sociedades? A pesquisa buscou, assim, identificar a dieta de mídia dos rurais, em especial o lugar da narrativa radiofônica no cotidiano dos moradores do campo.

A motivação para a presente pesquisa remonta à infância da pesquisadora: Lá pelos 8 anos de idade, no meio de uma roça, no sítio bem simples da minha vó Elza e do meu avô Camilo, um homem matuto, de pouca conversa. Logo que chegava, depois de ‘pedir benção’ para os mais velhos, já ia eu mergulhar numa nascente. Depois, era subir em árvore para pegar frutas, correr nas estradas de chão nos arredores da propriedade, com os primos. O rural, então, sempre esteve entranhado na minha matriz cultural. Quem diria que, depois de muito caminhar, ia bater na porta, novamente, dessa ruralidade dos meus antepassados. Era um rural rústico, vivido em uma casa de pau-a-pique, com luz de lamparina porque a energia elétrica ainda não havia chegado pelas bandas de lá. Já o vínculo com o rádio veio da influência da mãe da menina, Dona Antônia, que ria e chorava com aquilo que vinha lá de dentro da caixinha. Era música, novela e o homem lá de dentro, também, conversava com ela. Precisa ver. A dona de casa ligava o rádio de madrugada, na hora que acordava pra fazer o café, até de noite, quando o marido chegava do trabalho. Passaram-se os anos, as décadas e o radinho ainda continua na cabeceira da cama e na cozinha.

Mas a motivação para abraçar esta pesquisa de doutorado, ao longo de quatro anos, também se associa à experiência de quase trinta anos da pesquisadora como profissional de comunicação, atuando, inclusive, em emissoras de rádio. A experiência como jornalista permitiu-me atuar como professora, principalmente, em disciplinas ligadas ao rádio e em atividades de pesquisa e extensão, relacionando a cultura popular com as ondas sonoras. Todo este percurso pessoal e profissional provocou o encontro da pesquisadora com as suas próprias memórias. Em muitos momentos da pesquisa na

zona rural do município de Pedra Bonita e de Juiz de Fora, os flashbacks materializaram o passado nas conversas com os entrevistados em meio ao seu contexto de vida no meio rural.

Pedra Bonita é um município com apenas 6.673 habitantes. A agropecuária é o que movimenta a sua economia local, sendo o café a principal fonte de renda da população. Já Juiz de Fora é um município com mais de 500 mil habitantes. É considerada a cidade mais urbanizada de toda a mesorregião da Zona da Mata Mineira. Justamente por esta razão o município apresenta um baixo índice de ruralidade (0,2537), enquanto Pedra Bonita apresenta o maior índice de ruralidade da Zona da Mata mineira (0,6801).

Informações demográficas – Pedra Bonita e Juiz de Fora							
Pedra Bonita							
Pop. Total	Pop. Homens	Pop. Mulheres	ICT	Renda <i>per capita</i> domiciliar-urbana	Renda <i>per capita</i> domiciliar-rural	IDH	Densidade demográfica
6.673 hab.	3.455 pessoas	3.218 pessoas	0,6801	294,5 reais/mensal	166,67 reais/mensal	0,573	38,37 (hab/km ²)
Juiz de Fora							
516.247 hab.	244.024 pessoas	272.223 pessoas	0,2537	630,00 reais/mensal	350,00 reais/mensal	0,778	359,59 hab/km ²

Quadro 1 – informações demográficas de Pedra Bonita e Juiz de Fora

Fonte: IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010) e Braga (2015)

Diante das especificidades das características dos municípios é que se analisou, nesta tese, a dieta de mídia das pessoas que vivem no campo, em um município com maior índice de ruralidade e outro com menor, ambos na Zona da Mata mineira. Procurou-se investigar, especificamente, se o rádio apresentaria alguma peculiaridade cultural dentro da dieta midiática dos rurais, em função do seu índice de ruralidade. Os usos e apropriações dos meios de comunicação por parte dos moradores do campo refletiria características de urbanização ou ruralização dos seus modos de vida? De que forma o uso do rádio nas sociedades rurais poderia, enfim, nos ajudar a compreender os processos de transformação cultural pelos quais estas sociedades passam?

A presente tese, estruturada na forma de artigos, está organizada como se segue:

ARTIGO 1 - RURALIDADE E MUDIATIZAÇÃO

O avanço das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) tem produzido mudanças significativas na sociedade, afetando diretamente os modos de vida da população, inclusive daquelas que vivem em localidades rurais. É notório como os modos de vida no mundo contemporâneo estão imbricados com as conexões proporcionadas pela “sociedade midiaticizada”. Propõe-se neste artigo analisar a relação dos moradores de sociedades rurais com a sociedade em rede, mediante processos que podem revelar a “aculturação” dos seus costumes e práticas; ou “a manutenção de suas identidades locais”; ou ainda, a “hibridização dos modos de vida rural e urbano”. Para tanto, utilizam-se, neste artigo, os resultados de duas pesquisas nacionais sobre hábitos de consumo de mídias, que abarcaram a população rural. Os dados trazidos pelas duas pesquisas apresentadas indicam transformações dos modos de comunicar das pessoas que vivem no campo, apontando para uma ruralidade em rede, para uma cultura rural hibridizada por meio das novas tecnologias.

ARTIGO 2 - O RÁDIO NA COMUNICAÇÃO EM REDE

O presente artigo buscou compreender a forma como estão se configurando os hábitos midiáticos dos habitantes do campo com a introdução de novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) em suas moradias. A ênfase do estudo se deu no espaço ocupado pelo rádio no cotidiano dos rurais, em função de tradicionalmente ele ter representado uma presença constante no seu modo de vida. Buscou-se, assim, analisar a atual configuração da mídia radiofônica mediante o paradigma da comunicação em rede, a nova conformação comunicacional, com inegáveis implicações à sociabilidade contemporânea. Utilizou-se como procedimento metodológico, nesta pesquisa, a extração e análise dos dados secundários da Pesquisa Nacional por Amostragem por Domicílios (PNAD), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Foram extraídas da PNAD informações acerca da presença do rádio e de outros meios de comunicação em domicílios rurais e urbano do Brasil e, em particular, de Minas Gerais, no período compreendido entre 2005 e 2013. O estudo apresentado evidenciou um hibridismo cultural na presença dos meios de comunicação nos domicílios do Brasil e de Minas Gerais. Os resultados apontaram que mesmo com uma

queda percentual na presença do rádio no período analisado, ele ainda continuava presente nos domicílios rurais.

ARTIGO 3- O RURAL EM REDE NA ZONA DA MATA MINEIRA

Este artigo tem como objetivo analisar a dieta de mídia dos moradores do campo na Zona da Mata mineira, identificando que tipo de mídias eles utilizam na tessitura do seu cotidiano, com especial destaque à investigação do lugar do rádio neste “cardápio midiático”. Os resultados nesta etapa da tese derivam da pesquisa realizada em dois municípios da região estudada, Pedra Bonita e Juiz de Fora, o primeiro com características de maior ruralidade e o segundo com menor aspecto rural. Adotamos como metodologia a pesquisa quantitativa por meio de aplicação de questionários com estudantes de escolas de ensino médio, incluindo também seus familiares (pais, mães, avôs e avós). Percebeu-se que o rádio continua fazendo parte do dia a dia desses moradores, todavia, na atualidade, este veículo tradicional divide espaço com outras mídias na nova configuração da comunicação em rede. Identificaram-se, por fim, marcas da experiência do *rural em rede* a partir da utilização de diversas mídias e da presença desses conteúdos midiáticos no cotidiano do campo.

ARTIGO 4 - O RÁDIO DIANTE DAS NOVAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO: A radiomorfose revelada na cultura da oralidade perpetuada pelos rurais

O objetivo deste artigo foi identificar por meio do uso do rádio e de outras mídias, o processo de interação entre a cultura rural e a cultura urbana, buscando entender como a ruralidade vem se configurando mediante a expansão da comunicação em rede. A pesquisa teve um caráter *cross-sectional* com a realização de 100 entrevistas em profundidade em dois municípios da Zona da Mata mineira. A escolha das localidades foi realizada considerando-se os seus índices de ruralidade: Pedra Bonita, foi escolhida por apresentar o maior índice de ruralidade da Zona da Mata e Juiz de Fora, por apresentar o menor. Seria o grau de ruralidade um fator interveniente na ‘dieta de mídia’ apresentada pelos rurais? Os resultados apontaram para o fato de a cultura da oralidade, presente nas sociedades rurais, se constituir como mediadora entre as práticas midiáticas tradicionais e as modernas, independente do índice de ruralidade do município. Concluiu-se, assim, que mesmo com a experiência do “rural em rede”, o

acesso às novas tecnologias da informação e comunicação não descaracterizou a cultura da oralidade dos rurais, tendo, pelo contrário, até a reforçado, embora, por outro lado, os processos de individualização tenham se acentuado com a disseminação do uso do celular pelos rurais.

*Assim, de jeito tão desigual do comum,
minha vida grangeava outros
fortes significados.
(GUIMARÃES ROSA)*

ARTIGO 1

RURALIDADE E MUDIATIZACÃO

RESUMO: O avanço das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) tem produzido mudanças significativas na sociedade, afetando diretamente os modos de vida da população, inclusive daquelas que vivem em localidades rurais. É notório como os modos de vida no mundo contemporâneo estão imbricados com as conexões proporcionadas pela “sociedade midiaticizada”. Propõe-se neste artigo analisar a relação dos moradores de sociedades rurais com a sociedade em rede, mediante processos que podem revelar a “aculturação” dos seus costumes e práticas; ou “a manutenção de suas identidades locais”; ou ainda, a “hibridização dos modos de vida rural e urbano”. Para tanto, utilizam-se, neste artigo, os resultados de duas pesquisas nacionais sobre hábitos de consumo de mídias, que abarcaram a população rural. Os dados trazidos pelas duas pesquisas apresentadas indicam transformações dos modos de comunicar das pessoas que vivem no campo, apontando para uma ruralidade em rede, para uma cultura rural hibridizada por meio das novas tecnologias.

Palavras-chave: Rádio, Mudiaticização, Hibridismo cultural, Aculturação, Nova Ruralidade.

1. INTRODUÇÃO

As sociedades rurais tradicionais, imortalizadas nos personagens caipiras Jeca Tatu e Chico Bento – interpretadas de forma antológica por Amácio Mazzaropi, no cinema, e descritas nas obras literárias de Monteiro Lobato e Mauricio de Sousa – expressam um modo de vida datado. Isso porque, a sociedade rural no Brasil vem passando por profundas transformações sociais e econômicas, sobretudo, a partir dos anos de 1970, quando se intensificou o processo de modernização da agricultura. Mas é a partir dos anos de 1990 que esse processo se acentua de modo inaudito. A extensão da eletrificação rural para um contingente populacional cada vez mais abrangente, a difusão da industrialização, que interioriza empregos nos setores secundário e terciário da economia, e a expansão do alcance das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC)² acabam por participar de uma verdadeira reinvenção do rural. A partir do foco de nossa pesquisa, pode-se dizer que o processo de mudiaticização (SODRÉ, 1996) se propaga nas sociedades rurais, aprofundando as transformações culturais já em curso. A

² TIC é a sigla para Tecnologias de Informação e Comunicação, segundo a Cetic.br, “caracterizadas pela convergência entre hardware e software para automação de processos e para o compartilhamento de informações. São exemplos o computador, a Internet, a televisão, o rádio e o telefone celular, entre outros”. Informações disponíveis em: <<http://cetic.br/>> Acesso em: 2 nov. 2017.

midiação proporciona novas formas de comunicação e interação, promovendo mudanças nas relações interpessoais e no contato com o mundo. Isso acontece tanto na vida dos cidadãos quanto na dos rurais, assim como no relacionamento entre os dois, a partir da proximidade midiática entre o campo e a cidade.

O encontro entre culturas já foi tratado sob o viés de várias concepções teóricas, todavia, sintetizou-se para os fins desta investigação três concepções teóricas voltadas para a análise da relação entre as “sociedades rurais” e a “sociedade em rede”. A primeira corrente teórica apresentada traz a perspectiva dos autores que apontam para o processo de “aculturação” das sociedades locais, destacando a força expansiva da cultura urbana; a segunda corrente defende uma perspectiva oposta, baseada na possibilidade de “manutenção das especificidades culturais locais” mesmo mediante o estreitamento das relações entre o “campo” e a “cidade”; e a terceira corrente aponta para a perspectiva de um “hibridismo cultural” entre a “cultura rural” e a “cultura urbana-midiática”, que resultaria em uma mistura, uma mescla de elementos da cultura rural e urbana.

Segundo Silverstone (2002), não podemos escapar da mídia, pois ela nos liga uns aos outros e está presente em todos os aspectos da nossa existência, nas nossas relações familiares e pessoais, em casa, no trabalho, ou em outros ambientes. Mas o que se buscou investigar, nesta pesquisa, foi a forma como se efetiva a introdução das novas mídias no campo: este fenômeno se processaria por meio da aculturação dos hábitos midiáticos tradicionais dos seus moradores ou através da adaptação à presença de novos veículos de comunicação pelo viés da hibridação? Para refletir sobre essas questões, este artigo está estruturado da seguinte forma: na primeira parte, apresentamos as correntes teóricas e as discussões em torno do processo de interação cultural das sociedades rural e urbana. Na segunda seção, explicita-se a reflexão em torno da midiação na sociedade contemporânea, apresentando os resultados de duas pesquisas nacionais sobre hábitos de consumo de mídias; e, em seguida, as considerações finais.

2. A RELAÇÃO ENTRE CAMPO E CIDADE SOB A PERSPECTIVA CULTURAL

Apresenta-se, neste item, as três perspectivas teóricas relativas a autores clássicos da sociologia, que podem auxiliar na discussão da relação das sociedades rurais com as urbano-industriais. Analisa-se, nomeadamente, a perspectiva teórica de

Rimbaud (1969) e Cândido (1964) que discutem o cenário de mudanças das sociedades rurais no contexto da França e do Brasil, respectivamente, sob a ótica da força expansiva da cultura urbana. Em seguida, apresenta-se a perspectiva teórica de autoras contemporâneas no campo da sociologia rural brasileira Wanderley (2009) e Carneiro (2012), as quais defendem a vertente da manutenção das especificidades culturais no campo, mesmo mediante a proximidade com a sociedade urbana. Por fim, apresenta-se a perspectiva do hibridismo cultural através dos argumentos de Canclini (2008), o qual analisa as transformações da sociedade com base no cotidiano dos sujeitos em suas práticas sociais.

2.1 A perspectiva teórica da urbanização das sociedades rurais

Segundo Rimbaud (1969), a Cultura Urbana exerceria uma força expansiva, inclusive, sobre os modos de vida das sociedades rurais. Em seu livro *Société Rurale et Urbanisation*, ele discute a relação de proximidade entre campo e cidade a partir da reflexão sob a ótica das transformações enfrentadas pela sociedade rural na França, no Pós Segunda Guerra Mundial. O autor, compreendia a urbanização como “a invenção de um modo de vida em vias de se tornar universal e de realizar a unidade do homem social”, numa perspectiva de “aculturação”, embora entendesse que este seria um processo gradual e diferenciado entre os diversos grupos e tipos sociais. A urbanização se apresentaria, então, como um movimento complexo, econômico e social, que serviria como uma referência para que os rurais se aproximassem dos padrões de vida dos citadinos, buscando maior conforto na casa, acesso aos meios de comunicação e de transporte. Contudo, o autor se utiliza do conceito de “canevas”, o qual remete à analogia de uma espécie de tela para bordado, para assinalar a influência da estrutura sobre o indivíduo, mas que, ainda assim, lhe permitiria a escolha das cores utilizadas para compor o desenho existente na tela. Esta imagem traçada por Rimbaud assinalaria para a concepção de que os rurais, segundo as suas particularidades, poderiam ‘absorver’ o que mais lhe conviesse da vida urbana. Mas esta escolha também só poderia ser feita dentro do perfil imposto pelas formas de vida citadina.

De acordo com o autor, a relação entre o modo de vida rural e o urbano seria marcada por tensões. Isso porque, justamente, a urbanização não se caracterizaria por ser um processo homogêneo, tendo em vista que a difusão de novos padrões de vida

dividiria opiniões e posturas entre os diversos grupos sociais existentes no campo. A diferenciação em termos da absorção de um determinado segmento social dos novos valores e da utilização de novas tecnologias e aparatos sociais, em detrimento de outra parcela da população que resistia a ideia de mudanças nos seus modos de vida, criaria uma desarmonia no tecido social. Rambaud destaca, neste sentido, que a adesão dos jovens e mulheres a cultura urbana era maior que a dos homens adultos e idosos.

Para identificar a imagem que os moradores do campo faziam da cidade, o autor fez uma pesquisa sobre como as representações se manifestavam. Nesta pesquisa os rurais revelaram a sua imagem da cidade e do campo, ao apontarem vantagens e inconvenientes existentes em ambos os espaços. Nas entrevistas, Rambaud (1969) identificou que a cidade era vista nas imagens espontâneas dos habitantes das sociedades rurais como o lugar do trabalho e da instrução. As mulheres, por exemplo, manifestavam a perspectiva da cidade como um espaço de abertura de espírito, de acesso à cultura e das técnicas de informação. De uma forma geral, a cidade era associada com o lugar da comunicação, mas, também, de barulho, insalubridade e poluição. Já o campo foi associado a um lugar marcado pela solidão e onde existe dificuldade de diálogo. Todavia, Rambaud observou em sua pesquisa que os rurais tendiam a representar a cidade como um lugar superior, com vantagens em contraposição às carências do campo, em função de considerarem o campo como um lugar de trabalho cansativo, sem folga, enquanto a cidade era percebida como sendo um lugar de instrução, de cultura, onde pode se viver o tempo do “não trabalho”, com momentos para o descanso e o lazer. Além disto, na cidade haveria mais oportunidades de trabalho, ainda que no campo o produtor fosse percebido como tendo mais autonomia, por não ter patrão.

Um aspecto revelado na pesquisa realizada por Rambaud foi o apreço de grande parte dos rurais pelas tecnologias poupadoras de mão-de-obra e de aumento da produtividade. Entretanto, através da penetração do conhecimento técnico-científico, se enfraqueciam os saberes passados de geração em geração, os quais se materializavam nos costumes e nas tradições. O mundo Pós-Segunda Guerra Mundial passa a ser o mundo das profissões, inclusive, na agricultura. Não há mais espaço para a “bricolage”, para a gambiarra, para os arranjos improvisados e criativos. O campo vai se tornando gradativamente um espaço marcado pelo “*metier*”, pelo aprendizado de um fazer técnico. Nesse movimento complexo, econômico e social de urbanização das sociedades

rurais a mídia e, particularmente, o jornal impresso, nos anos Pós-Segunda Guerra Mundial se tornaram um vetor de urbanização das sociedades rurais. Esse veículo mantinha os rurais em contato regular com o cotidiano da cidade, difundindo informações, notícias e fatos, que remetiam ao cotidiano urbano, tais como: notícias de morte, casamento, esporte, eventos, etc. Assim, o jornal se constituía, à época, em um instrumento mediador do processo de urbanização, ainda que a mídia escrita, segundo Rambaud, despertasse menor interesse nos rurais que a comunicação oral.

Saindo da realidade da França e vindo para o Brasil, Antônio Cândido (1964), no mesmo período que Rambaud, também desenvolveu uma pesquisa sobre o processo de urbanização das sociedades caipiras do interior paulista. Cândido realizou pesquisas para a sua tese de Doutorado dos anos de 1948 a 1954, buscando compreender as transformações das formas de vida dos caipiras paulistas, se aprofundando, sobretudo, na realidade encontrada no município de Bofete, antiga cidade de Rio Bonito, localizada no interior de São Paulo. Em seu estudo, Cândido (1964) denominou os rurais como “caipiras”, termo que, para ele, expressa um “modo-de-ser”, um estilo de vida e não um tipo racial. O objetivo da pesquisa foi relatar o passado da sociedade caipira até o seu processo de pressionamento pela sociedade urbano-industrial que se configurava no interior paulista dos anos 1950. Cândido buscou, primeiramente, em sua pesquisa, descrever os meios de vida dos caipiras paulistas, as suas formas de organização, alimentação, moradia, trabalho, relações pessoais, dentre outros aspectos, em um período ainda marcado pela forte presença dos bairros caipiras, caracterizados pela autossuficiência e um relativo fechamento. Para tanto, o autor se utilizou, grandemente, dos relatos dos idosos para identificar traços da cultura caipira tradicional dos tempos antigos.

Dentro do seu relato do passado, Cândido descreveu a sociedade caipira tradicional destacando que as técnicas utilizadas pelos caipiras eram desenvolvidas a partir do conhecimento dos recursos naturais locais, garantindo uma dieta compatível com uma economia de subsistência, numa vida social do tipo fechada, que permitia o equilíbrio entre o grupo e o meio. A alimentação, fundamental para sobrevivência dos caipiras tinha como princípios a coleta, a caça e a pesca, complementada pelo consumo da carne de porco e de pequenos animais, bem como do plantio de mandioca, milho e feijão. Cândido destaca que, independentemente do tipo – sítio, povoado, etc., a marca da vida caipira foi sempre a solidariedade, pois as relações de vizinhança, constituídas

entre a família e o povoado definiam o universo imediato da vida caipira e configuravam as suas relações sociais básicas (CÂNDIDO, 1964). Assim, as formas elementares da sociabilidade caipira eram marcadas pela solidariedade, realizada através de mutirões para construção de casas, ajuda nas atividades da lavoura até no trabalho conjunto para realização de festejos. A cooperação nas festas e celebrações mobilizava as relações sociais, as quais se constituíam em parte integrante da cultura caipira.

Com o fenômeno da industrialização, da mecanização das atividades agrícolas, da abertura de mercados e da descentralização da economia, a vida do caipira paulista deixou de estar atrelada especificamente às condições tradicionais e passou a estar mais em contato com os padrões citadinos. A influência da vida urbana, segundo Cândido (1964), passou a proporcionar benefícios como a oferta de bens de consumo dos mais variados, até a maior facilidade de acesso aos meios de transporte e de comunicação. Diante desta penetração de bens de consumo, muitas vezes desconhecidos, os rurais começaram a constituir novas necessidades, mediante a intensificação dos vínculos com a cidade.

Alimentos, roupas, eletrodomésticos, aparelhos de comunicação, utensílios domésticos, produtos de beleza, veículos, dentre outros itens, passaram a se incorporar na dinâmica da vida familiar. Em contrapartida, as condições de compra dos antigos caipiras não acompanharam as ofertas do mercado. Os parceiros e sitiantes começaram a viver apertados em função dos compromissos assumidos. Isso representou uma mudança significativa na dinâmica de trabalho do agricultor. Ele passa a trabalhar de sol a sol, deixando de lado outras atividades de sociabilidade, como os encontros com amigos, a pesca, as festas e, até mesmo, as práticas de solidariedade como a ajuda a vizinhos. Esta mudança dos meios de vida dos caipiras paulistas, de uma economia fechada para um modelo capitalista gerou, enfim, uma crise social e cultural. A partir dessa tensão gerada pela urbanização, os caipiras paulistas apresentaram três formas de reação, de acordo com Cândido (1964): 1º) o caipira que procura enquadrar-se ao máximo às novas condições, representando a aceitação total dos novos valores por parte de um grupo; 2º) o que se apegava à vida tradicional, procurando conciliá-la com as exigências do presente, significando a aceitação parcial dos novos padrões e 3º) o que era totalmente incapaz de ajustar-se as novas condições de vida, rejeitando, portanto, os novos padrões.

Para ilustrar estas três modalidades, o autor fez uma narrativa descritiva desses

perfis identificados na sua pesquisa (CÂNDIDO, 1964): no primeiro caso, situou Nhô Quim, como o lavrador mais eficiente do grupo. Conforme o pesquisador, Nhô Quim não guardava dia de santo, não bebia por ser um “ébrio regenerado”, não costumava passear nem ir a festas, e nem sequer participava de práticas religiosas, o que era costume entre os rurais. Trabalhava duro com a ajuda de seus familiares e apresentava a melhor situação financeira entre os parceiros, tendo condições de, além da cultura de subsistência, investir em culturas lucrativas como amendoim, algodão e café.

No segundo caso, enquadravam-se Nhô Bicudo e seu filho Vico. Trabalhadores aplicados, que se adaptaram ao novo cenário mas mantinham suas tradições. O pai era capelão da redondeza, o que o fazia praticar a religiosidade “com o fervor dos velhos tempos”. Pai e filho guardavam os domingos e os dias santificados, participavam das festas mensais da igreja e, ainda, velavam os defuntos, atendendo aos pedidos de rezas em bairros próximos. Essa dedicação a tradição, segundo Cândido, fazia com que os dois gastassem um tempo “precioso”, acarretando prejuízos e deixando a família em aperto financeiro. A terceira situação era a mais extrema. Os irmãos Gázio, Maximiano e Joveliano, filhos de um casal “muito atrasado”. O pai (já falecido) era caipira “de velho corte, andejo, caçador infatigável”. Os filhos plantavam uma rocinha simples de feijão e milho, o que seria suficiente em épocas antigas, quando não havia demanda de um orçamento familiar. Para garantir o mínimo de dinheiro para despesas com vestuário e ingredientes complementares da dieta como sal, café e açúcar, vendiam parte da colheita, além de banana e trocavam alguns ovos no bairro e, dessa forma, viviam na miséria (CÂNDIDO, 1964, p. 133-134).

Esses tipos, portanto, representavam a forma de reação desses rurais diante da expansão da urbanização. O autor assinalou, porém, alguns condicionantes relacionados a reação adaptativa: 1) a penetração do padrão citadino nas zonas rurais; 2) o tipo de atividade econômica desenvolvida; 3) a qualidade da terra, o sistema de trabalho e de propriedade. O autor conclui que a “adaptação intermediária”, que mantém parte das tradições culturais, seria o tipo predominante observado na sua investigação. Nele, se enquadravam mais os pequenos produtores que, “embora arrastados cada vez mais para o âmbito da economia capitalista e para as novas formas de existência por influência das cidades, buscavam ajustar-se ao que se poderia chamar de mínimo inevitável de civilização, mas, procurando, de outro lado, preservar o máximo possível das formas tradicionais de equilíbrio” (CÂNDIDO, 1964, p. 175). Para Cândido (1964), o caipira

foi “condenado à urbanização” com as mudanças estruturais da sociedade rural provocadas pela industrialização, a expansão dos padrões de vida citadinos, a modernização da agricultura e a abertura do mercado interno para a economia mais ampla:

Graças aos recursos modernos de comunicação, ao aumento da densidade demográfica e à generalização das necessidades complementares, acham-se agora frente a frente homens do campo e da cidade, sitiantes e fazendeiros, assalariados agrícolas e operários – bruscamente reaproximados no espaço geográfico e social, participando de um universo que desvenda dolorosamente as discrepâncias econômicas e culturais. Nesse diálogo, em que se empenham todas as vozes, a mais fraca é a do caipira que permanece no seu torrão (CÂNDIDO, 1964, p. 180).

Mesmo entendendo que o caipira não teria mais como manter as suas tradições na essência, bem como manter um padrão de vida anterior, Cândido defendeu que sem um planejamento “racional”, a urbanização do campo continuaria se processando de forma traumática cultural e socialmente. De todo modo, o autor percebeu que mesmo com as resistências em maior ou menor grau diante da expansão da urbanização, os elementos da cultura tradicional do caipira eram insuficientes “para garantir a integração satisfatória à nova ordem de coisas”, sendo a cultura caipira algo que seria superado pela incorporação dos rurais às condições de vida moderna (CÂNDIDO, 1964, p. 175).

2.2 A perspectiva teórica da nova ruralidade: a perspectiva da manutenção de especificidades culturais locais.

Wanderley (2001) e Carneiro (2008) podem ser consideradas duas das maiores expoentes brasileiras da corrente que defende a manutenção das especificidades culturais das sociedades rurais mesmo diante do processo de aproximação entre o campo e a cidade. Segundo as autoras, a dinâmica do mundo rural, em permanente processo de reestruturação, não tenderia ao seu esvaziamento social, econômico e cultural em função da expansão e generalização do urbano. As trocas ocorridas entre esses dois espaços não resultariam, assim, na descaracterização do rural. Mesmo diante da expansão da cultura urbana ao longo dos anos, as especificidades da cultura rural seriam mantidas.

Carneiro (2008) e Wanderley (2001), portanto, refutam a ideia de um *continuum* urbano-rural sob a forma de vários aspectos. Para as autoras, as transformações

ocorridas no campo nas últimas décadas em função da expansão da sociedade urbano-industrial, não pode ser vista como o fim do rural, o fim da agricultura. Essa “modernização do rural” com o acesso a bens de consumo e de lazer, bem como às tecnologias voltadas para o trabalho no campo e o maior acesso aos meios de comunicação, dentro do padrão do conforto urbano, não promoveria uma homogeneização entre as duas culturas. As mudanças no campo não poderiam ser vistas sob o prisma de uma homogeneização ou na descaracterização de um sistema cultural e social, em função da sua “originalidade” e “autenticidade”. As novas “formas de sociabilidade e de relações sociais” não descaracterizariam estas especificidades das sociedades rurais (CARNEIRO, 2008). Nesse sentido, Wanderley reforça que a “nova ruralidade” apresenta a percepção do rural como “patrimônio a ser usufruído e a ser preservado” (WANDERLEY, 2009, p. 250).

A categoria “rural” traria consigo “a diversidade das relações entre os espaços rural e urbano – e entre as populações do campo e das cidades – compreendendo que as mesmas se modificam histórica e socialmente, no tempo e no espaço”. O meio rural estaria sendo valorizado nas sociedades contemporâneas, justamente, pelas suas heranças históricas, pela sociabilidade na convivência entre as pessoas e pela importância da preservação ambiental, ligada essencialmente ao campo (WANDERLEY, 2009, p. 246). Assim, as sociedades rurais permaneceriam com as particularidades próprias de cada localidade e de cada região. Mas seria possível se pensar a ruralidade como um processo dinâmico de reestruturação e de incorporação de novos hábitos e técnicas nos elementos da cultura local, num encontro que representaria “a síntese ou a combinação de universos culturais distintos, mas que sustentariam noções de espaço e de tempo sociais diferentes um do outro” (CARNEIRO, 2008, p.12).

Para Wanderley (2001), o meio rural seria, sim, um espaço marcado por características específicas de vida e de trabalho, carregado de diversidade econômica, social, cultural e patrimonial, ainda que se possa considerar como concreta e real a relação de proximidade entre o campo e a cidade. Para ela, o rural é “um espaço de vida”, definido como um “espaço singular e um ator coletivo”. Ela afirma, ainda, que “o rural é uma qualidade, que se exprime, sobretudo enquanto um patrimônio natural, social e cultural” e que demanda atenção para sua integridade e reprodução (WANDERLEY, 2009, p. 19). Ao defender a permanência das diferenças culturais e sociais entre campo e cidade, Wanderley (2001) reforça a tese da capacidade do rural de

permanência no mundo contemporâneo, como um espaço integrado, embora específico e diferenciado. As representações sociais reverberam nas identificações e reivindicações da vida cotidiana e na forma como o rural se torna um “ator coletivo”, constituído “a partir de uma referência espacial e inserido num campo ampliado de trocas sociais” (WANDERLEY, 2001, p. 32-33). Essas trocas estabelecidas nas relações sociais seriam desenvolvidas numa “perspectiva de complementariedade e de integração, fazendo com que o mundo rural não seja mais compreendido de forma isolada do conjunto da sociedade a que pertence” (WANDERLEY, 2009, p. 18).

Neste estudo, buscamos entender de que forma essas trocas interferem ou não nos modos de vida dos moradores do campo, sobretudo, numa perspectiva dos usos dos meios de comunicação. A grande questão é indagar se o rádio, mídia tradicional do cotidiano rural, ainda estaria presente neste ambiente, mesmo mediante a expansão e o maior acesso aos veículos de comunicação. Seguindo esta perspectiva analítica seria prudente dentro do estudo proposto ao invés de buscarmos uma definição das fronteiras entre o “rural” e o “urbano” ou mesmo ignorar as diferenças culturais existentes neles, concentrar atenção, como propõe Carneiro (2008), no sentido e nos significados atribuídos às práticas sociais que promovem a interação (ou distinção) entre a cidade e o campo a partir do olhar dos atores sociais.

2.3 A perspectiva teórica do hibridismo cultural das sociedades rurais

A perspectiva do “hibridismo cultural” ganhou força no século XX, quando diversos autores discutiram processos inter étnicos, que revelaram o cruzamento de fronteiras na era da globalização, observados nas fusões artísticas, literárias e comunicacionais. Canclini (2008), ao estudar tais manifestações culturais se distanciou de outros autores que utilizavam categorias analíticas como “sincretismo” em questões relacionadas com religião e “mestiçagem” em temáticas trabalhadas, sobretudo, na área de história e de antropologia. Canclini (2008), utilizou em seu livro *Culturas Híbridas*, o conceito de “hibridismo cultural” para descrever os processos que mantinham suas estruturas ou práticas de forma separada, se combinam para gerar algo novo, com novas estruturas, objetos e práticas. Com esta perspectiva, o autor ressaltou a noção de mistura, resultando no surgimento de algo novo, que não mantinha mais as especificidades culturais pré-existentes.

Assim, culturas antes específicas quando passavam por processos de hibridação não podiam mais ser consideradas “puras”. Segundo o autor, muitas vezes isso ocorria de modo não planejado, como nos processos migratórios, turísticos e de intercâmbio econômico ou comunicacional. Desses encontros interculturais, surgia, então, algo novo, diferente, fruto da criatividade individual e coletiva, seja nas artes, no desenvolvimento tecnológico ou na vida cotidiana. Isto implicava na ideia de reconversão cultural, o que aconteceria quando, por exemplo, um pintor se converte num *designer*. Ou, ainda, quando migrantes camponeses adaptam seus saberes para o trabalho e o consumo na cidade ou vinculam seu artesanato a usos modernos como atrativo para a clientela urbana. A reconversão seria uma síntese adaptativa, que refletiria um movimento de mudança cultural face ao encontro com novas influências culturais. Híbridos também seriam os operários que reformulam o seu modo de trabalhar face às novas tecnologias produtivas e os movimentos indígenas que demandam seus direitos na política transnacional ou no contexto ecológico e aprendem a utilizar estratégias comunicacionais por meio do rádio, da televisão e da internet (CANCLINI, 2008).

No entanto, o termo “híbrido” trouxe junto consigo a desconfiança em relação a mistura. No Séc. XIX, a hibridação era considerada prejudicial ao desenvolvimento social. Havia a advertência sobre o risco de a sociedade e a cultura se tornarem estéreis ao se misturarem. Contudo, esta tese se enfraqueceu pela via da genética, ao se constar, a partir de 1870, que o cruzamento entre indivíduos diferentes resultava no fortalecimento da espécie. Da genética para a sociedade, o século XX assistiu a uma multiplicidade de hibridações: casamentos mestiços, fusões religiosas e musicais, dentre tantos outros fenômenos. Neste sentido, para Canclini (2008), a modernização das culturas latino-americanas teria começado sob a forma de dominação colonial, mas depois com a industrialização e a urbanização, ocorreu o surgimento de algo novo, resultante do entrecruzamento de fronteiras. Para o autor, estas interações diminuíram distâncias e permitiram misturas interculturais na modernidade.

No que diz respeito ao meio rural, um caso interessante de hibridismo cultural diz respeito ao mercado de produtos oriundos da roça. Em uma pesquisa realizada com marcas de produtos e serviços vinculados à roça, no Mercado Central de Belo Horizonte e durante o 4º Festival de Gastronomia e Cultura na cidade mineira de Gonçalves, Silveira (2015) identificou, através do consumo dos produtos que faziam referência à

roça, expressivas mudanças no significado da palavra. A autora constatou que, a partir da década de 1990, esta palavra passou a incorporar significados inovadores e muitas vezes surpreendentes, demonstrando a flexibilização das fronteiras entre o campo e a cidade. Silveira (2015) cita alguns exemplos no seu estudo com essa conotação. Dentre eles, nome de estabelecimentos que formam uma combinação de sentidos relacionando a cidade com o campo como restaurantes (Pizza da roça) e festivais de música (*Roça 'n'Roll* e *Roça in rio*). O *Roça 'n'Roll* é considerado o maior e mais conhecido festival de Minas Gerais e um dos mais importantes do Brasil. O evento ocorre em Varginha e reúne anualmente, há quase duas décadas, cerca de 5 mil visitantes. O nome do festival mistura a roça com o *rock'n'roll*, um estilo musical norte-americano, associado a agenda cultural da cidade. Além do nome, observa-se a hibridação na programação. O festival apresenta como principais atrações, bandas e artistas de “rock e heavy metal, underground e de renome nacional e internacional”; mas também oferece atrativos da tradição mineira, como anunciam no site do evento: “como forma de valorizar a tradição mineira, será oferecido ao público novamente, um Torneio de Truco. As duplas serão formadas por meio de sorteios para promover a interação de jovens de várias regiões”. Outro aspecto de hibridismo, além do espaço de interação, é o fluxo de informações, que pode ser acessado de várias formas: nos canais do festival nas redes sociais e no site oficial.

Após a reflexão em torno das três correntes teóricas apresentadas, a referente à “aculturação”, a vinculada à “manutenção de especificidades culturais” e a do “hibridismo cultural”, defende-se, neste trabalho, a hipótese de que a cultura híbrida seria a vertente mais coadunada com o processo de aproximação entre campo e cidade. Considera-se, ainda, neste sentido, que na atualidade, as mídias são fator decisivo para a constituição de modos de vida híbridos, que transcendem os limites geográficos, bastante enfraquecidos diante do sinal digital pervasivo. O fenômeno da digitalidade está se incorporando nos modos de vida em todos os cantos do planeta, inclusive, no campo. Defende-se como hipótese, neste estudo, que os modos de vida no campo passam por um processo de hibridização, fortemente vinculado a um rural conectado em rede. Assim, para ampliar essa discussão, na próxima etapa deste artigo, abordar-se-á a articulação entre mídia e cultura, fazendo emergir as práticas da sociedade contemporânea na perspectiva da mediatização, apresentando-se, para tanto, os resultados de duas pesquisas nacionais sobre hábitos de consumo de mídias, incluindo

os rurais, para subsidiar a hipótese da hibridização dos modos de vida no campo, sob a perspectiva do rural em rede.

3. MUDIATIZAÇÃO: A NOVA ORDEM SOCIAL DE EXISTÊNCIA

Ao se discutir as transformações ocorridas nas dinâmicas cotidianas dos rurais ao longo das últimas décadas, a comunicação ocupa um lugar central, sobretudo, pelas influências que propaga com a “comunicação de massa”, a “Sociedade da Informação” ou a “Sociedade Mudiatizada”, na passagem do Séc. XX para o XXI (SODRÉ, 2002). Segundo Sodré (1996), “a mudiatização implica a progressão da mídia a um lugar de excelência na produção social de sentido, modificando a ontologia tradicional dos fatos sociais” (SODRÉ, 1996, p. 27). Na sociedade mudiatizada as relações sociais são crescentemente articuladas em torno de conexões mudiáticas e mobilizadas a partir de conteúdos que circulam em canais e plataformas interativas e permanentemente atualizadas. “É por meio dessas referências comunicacionais, conformadas no dia a dia, somadas às interfaces presenciais, que os indivíduos nas sociedades mudiatizadas se localizam no mundo” (MARTINUZZO, 2013, p. 36). Dessa forma, fazem suas escolhas, constituindo imagens sobre tudo e todos que lhes interessam. Mídias tradicionais, como o rádio e a televisão, que antes eram vistos como canais ou veículos com ambiência própria, com códigos específicos, no mundo contemporâneo passam a operar dentro de um novo redimensionamento espaço-temporal, com o apoio das TIC. A internet possibilitou o surgimento de ambientes abertos, virtualizados, com apoio de aparatos tecnológicos, como computador e telefone celular.

A mudiatização representa uma “ordem de mediações socialmente realizadas”, uma forma de interação particular, que pode ser classificada como “tecnomediações”, uma espécie de “prótese tecnológica e mercadológica, um *medium*” (SODRÉ, 2006, p. 20). O advento das TIC proporcionou novas práticas sociais, com formas inovadoras de comunicação, utilizando o ciberespaço e a realidade virtual nas interações contemporâneas. As TIC representam para a sociedade atual “o que as novas fontes de energia foram para as revoluções industriais sucessivas, do motor a vapor à eletricidade, aos combustíveis fósseis e chegando à energia nuclear”, constatando-se, assim, que vivenciamos um fenômeno social por meio das experiências virtuais, das interações tecnológicas, e que a “informação gerando conhecimento é a mola propulsora do

desenvolvimento” (CESAR; SUAIDEN, 2017, p. 25).

Essa nova modalidade de comunicação tem sido classificada também como “tecnocultura”, se constituindo em uma “reinvenção da cultura” diante do “campo comunicacional como instância de produção de bens simbólicos ou culturais, marcando a implantação de uma nova ordem social pelos dispositivos tecnológicos” (SODRÉ, 1996, p. 7). Trata-se de uma nova dimensão do funcionamento social, caracterizada pela intensa interatividade, que vem alterando costumes, crenças, e até mesmo afetos, por meio da “integração entre os mecanismos clássicos de representação e os dispositivos virtuais” (SODRÉ, 2006, p. 22). Nos estudos da comunicação e da cultura, o autor aponta a tecnocultura como um fator preponderante para as mudanças sociais, seja no contexto do trabalho, da ciência, da educação, do entretenimento, entre outros. O espaço público, com forte tradição na comunicação de massa, nas últimas décadas passou a ser influenciado pela realidade virtual, pela tecnocultura, revelando a interação que movimenta os “novos sujeitos sociais” (SODRÉ, 2006, p. 19).

Nesse contexto, os habitantes do campo e das aldeias e vilarejos, também são afetados pelas novas dinâmicas comunicacionais. Nessa modalidade contemporânea de práticas comunicacionais, o lugar privilegiado do rádio, mídia historicamente mais tradicional no mundo rural passou a ser dividido com outras mídias, emergindo novas formas de interação. Estas mudanças na forma dos sujeitos sociais se comunicarem com o mundo interferem no seu quadro de referências culturais, no convívio familiar e comunitário (SODRÉ, 2006, p. 25). O contato com novos modelos comunicacionais pode influenciar nas formas de os agentes sociais agirem. Os avanços que a tecnologia trouxe na associação entre a comunicação e a cultura apontam para as implicações das novas práticas comunicacionais nas mudanças nas sociabilidades. Assim como no processo da Revolução Industrial, que implantou maquinários para as mais diversas áreas, a tecnocultura passou a integrar veículos de comunicação tradicionais (rádio, televisão, jornais, revistas, etc.) com outros aparatos tecnológicos, capazes de criar um ambiente de hibridização cultural.

As mídias também acompanham as transformações sociais e culturais e passaram a ter uma participação cada vez mais intensa na sociedade contemporânea, incluindo a população rural, cuja imagem está historicamente associada a meios de comunicação tradicionais. A midiaticização, com sua tecnocultura, passou a ser tão ativa na vida contemporânea, seja na cidade ou no campo, que criou seu próprio vocabulário,

sua linguagem própria: *on-line, off-line, download, upgrade, upload*, tempo real, dentre outras expressões já incorporadas na vida cotidiana. A velocidade desenfreada das tecnologias se rotiniza no âmbito privado da vida, mas, sobretudo, no trabalho. O ritmo dinâmico, a execução de muitas tarefas em pouco tempo se naturaliza no sistema capitalista com o ritmo imposto pela lógica das novas tecnologias. A velocidade acelerada se impõe como nova realidade social, atualizando a existência em fração de segundos. Em tempo recorde somos tomados por uma gama imensa de informações e atrativos publicitários com apelos consumistas. Nesse “culto ao fugaz, a mídia capta emoções, desejos, necessidades de satisfação do consumidor de produtos, serviços e informação de forma que o que perdemos em durabilidade ganhamos em intensidade” (MORAES, 2006, p. 36).

A comunicação instantânea e os dispositivos de interface que veiculam mensagem textual, imagem e áudio, regidos por mecanismos de alta velocidade, abolem as distâncias geográficas. A midiaticização modifica, assim, a percepção espaço-temporal, com a sensação de instantaneidade, simultaneidade (SODRÉ, 1996, p. 22-23). Diante desta vertiginosa aceleração do tempo se delineia um novo ordenamento da vida social contemporânea. Para o autor, o espelho seria capaz de refletir o mundo sensível em sua rasa superfície. A mídia torna-se um “*bios virtual*”, uma nova forma de qualificação do mundo. Nesse simulacro, opera-se uma inovadora forma de presença do sujeito no mundo, transformando costumes, relações socioculturais, modos tradicionais de relacionamento por meio do *ethos* midiaticizado (SODRÉ, 2002, p. 11). A sociedade contemporânea, regida pela midiaticização, virtualiza as relações humanas, gerando uma interatividade, uma conectividade constante. A “tecnointeração” se caracteriza por uma espécie de “prótese” tecnológica e mercadológica da realidade, se constituindo em uma extensão do sujeito, com seus códigos peculiares e modos de conduta. Instaure-se, assim, um “dispositivo cultural historicamente emergente no momento em que o processo da comunicação é técnica e industrialmente redefinido pela informação”.

Nessa identificação entre a comunicação e a cultura, a mídia ganha cada vez mais importância e centralidade como promotora da agenda coletiva, pautando as discussões do dia a dia, influenciando nas decisões sociais, políticas e econômicas do público consumidor. As pautas apresentadas nas informações veiculadas influenciam não somente no caráter normativo, mas, também, no aspecto emocional. Segundo Sodré (2006, p. 22), esse agendamento informacional da midiaticização influencia na construção

da realidade social, entendida enquanto modelagem de percepções, afetos, significações, costumes e produção de efeitos políticos, desde a mídia tradicional até a novíssima, com base na interação em tempo real e na possibilidade de criação de espaços artificiais ou virtuais. Esse *modus operandi* da midiaticização implica “um novo modo de presença do sujeito no mundo”, abrindo espaço para uma “articulação hibridizante dos modos de vida de pessoas de diferentes origens geográficas”.

4. PESQUISAS SOBRE O CONSUMO DE TIC NOS DOMICÍLIOS URBANOS E RURAIS NO BRASIL

Após a apresentação da abordagem teórica sobre a midiaticização da sociedade contemporânea, complementa-se a mesma com a apresentação de duas pesquisas sobre o consumo de TIC nos domicílios urbanos e rurais no Brasil. A primeira foi intitulada “Cultura e Tecnologias no Brasil: um estudo sobre as práticas culturais da população e o uso das tecnologias de informação e comunicação”, também conhecida como “TIC Cultura”. Já a segunda pesquisa apresentada foi intitulada “O uso das tecnologias de informação e comunicação no Brasil”, também denominada “TIC Domicílios”, cujo objetivo foi mapear o acesso à infraestrutura e uso das TIC em residências urbanas e rurais no Brasil.

Ambas as pesquisas foram realizadas pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), um departamento do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), que implementa decisões e projetos do Comitê Gestor da Internet do Brasil (CGI.br)³, responsável por coordenar e integrar as iniciativas e serviços da Internet no País. Criado em 2005, o Cetic.br pesquisa o acesso e uso das TIC no Brasil, mais especificamente, o acesso e uso de computador, Internet e dispositivos móveis como celular. Em 2012, o Cetic.br, inicialmente nomeado Centro de Estudos sobre as Tecnologias da informação e Comunicação é designado Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da

³ “O Comitê Gestor da Internet no Brasil tem a atribuição de estabelecer diretrizes estratégicas relacionadas ao uso e desenvolvimento da Internet no Brasil e diretrizes para a execução do registro de Nomes de Domínio, alocação de Endereço IP (Internet Protocol) e administração pertinente ao Domínio de Primeiro Nível “.br”. Também promove estudos e recomenda procedimentos para a segurança da Internet e propõe programas de pesquisa e desenvolvimento que permitam a manutenção do nível de qualidade técnica e inovação no uso da Internet”. Informações disponíveis em: <<http://cgi.br/sobre/>> Acesso em: 30 out. 2017.

Sociedade da Informação (Cetic)⁴ por intermédio de um acordo firmado entre o governo brasileiro e a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). O Cetic é o primeiro centro de estudos da UNESCO sobre a sociedade da informação, atuando em cooperação com países da América Latina e nos países de língua portuguesa no continente africano. Uma das suas missões é gerar capacitação para a participação inclusiva dessas populações nas sociedades do conhecimento por meio das TIC. As atividades realizadas pelo órgão contribuem para o debate sobre a importância da medição das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), para as políticas públicas e também para pesquisas acadêmicas relacionadas com a troca de experiências em torno da sociedade e da tecnologia.

A pesquisa intitulada “Cultura e tecnologias no Brasil” (TIC Cultura) objetivou investigar a interface entre as TIC e a cultura. O estudo evidenciou que a disseminação das TIC tem revolucionado os modos de vida da sociedade atual, gerando impactos de ordem econômica e também simbólica. Para a realização deste projeto, a Cetic.br⁵ contou com a colaboração de um grupo de especialistas de diversos segmentos da sociedade para o planejamento e execução da metodologia e análise dos resultados. A finalidade da pesquisa, que tem o apoio do Ministério da Cultura (Minc) e da Unesco, foi subsidiar a elaboração e monitoramento de políticas públicas de cultura e, ainda, fornecer informações de suporte para pesquisas acadêmicas sobre o tema. A “TIC Cultura” apresentou indicadores para a compreensão de como o acesso e os usos que as pessoas fazem das TIC vêm modificando as práticas culturais no cotidiano da população e como vem ocorrendo a incorporação dessas tecnologias no funcionamento dos

⁴ O Centro possui quatro linhas de atuação: “Capacitação em Metodologia de Pesquisa” para aprofundar as análises do uso das TIC para dar suporte à formulação e avaliação de políticas públicas e às pesquisas acadêmicas; “Centro de Conhecimentos”, voltado para a divulgação de informação e conhecimento, apresentando as metodologias de pesquisa, indicadores, análises e publicações temáticas realizadas pelo CETIC; “Laboratório de Ideias”, com o objetivo de promover discussões com especialistas sobre temas emergentes ligados aos impactos sociais das TIC; e “Cultura e Ética na Internet”, com foco na Investigação da intersecção dos temas cultura, ética e Internet. Informações disponíveis em: <<http://cetic.br/unesco/>> Acesso em: 30 out. 2017.

⁵ A Cetic.br contou com o apoio de diversos órgãos e entidades para realizar esta pesquisa. A equipe Ibope inteligência foi responsável pela coordenação da coleta de dados em campo. A análise dos resultados contou com o apoio de um grupo de acadêmicos e de pesquisadores do Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (Cebrap). A pesquisa teve a colaboração, ainda, de especialistas da Agência Nacional do Cinema (Ancine), Assessoria às Atividades do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), Intervezes – coletivo Brasil de Comunicação Social, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Instituto Brasileiro de Museus (Ibram), Ministério da Cultura (Minc), Secretaria de Cultura de São Paulo, Universidade de São Paulo (USP), dentre outros. Disponível em: <<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/7/cultura-e-tecnologias-no-brasil.pdf>> Acesso em: 31 out. 2017.

equipamentos culturais e na relação com seus públicos.

Para atingir os objetivos propostos na pesquisa “TIC Cultura”, a Cetic.br realizou levantamentos de dados qualitativos, em março de 2006, a fim de verificar os hábitos de consumo cultural, bem como a criação e difusão de conteúdos pela internet. O método de coleta de dados adotado foi a realização de entrevistas com grupos focais. Ao todo, foram formados 24 grupos focais em diferentes regiões do país. As variáveis⁶ foram elencadas sob a perspectiva do que mais influenciava nas práticas culturais da população. Assim, considerou-se: a classe social⁷, a escolaridade, a região geográfica e a faixa etária. Ser usuário de Internet e ter utilizado a rede nos últimos três meses foi o requisito prévio para participação dos grupos focais, cujo convite foi feito por telefone para que as pessoas selecionadas comparecessem na data e no local especificados pelos pesquisadores. Profissionais do “Ibope Inteligência” realizaram o recrutamento e a pesquisa de campo. Cada grupo focal contou com a participação de sete a nove integrantes e as entrevistas tiveram a duração de 90 a 120 minutos.

Quatro dimensões analíticas englobaram o roteiro de perguntas utilizado nos grupos focais: 1ª) o acesso (acesso à informações sobre bens e conteúdos culturais e o papel da internet nesse cenário); 2ª) econômica (utilização da internet para aquisição de conteúdos culturais); 3ª) diversidade (a influência da internet na diversidade de conteúdo ou produtos de origem regional, nacional ou internacional) e 4ª) a dimensão criativa (analisar a internet como espaço de criação e compartilhamento de produções do universo cultural). Na dimensão de acesso, a análise dos resultados levou em consideração o papel da Internet como local de consumo de conteúdos culturais e de trocas de informação sobre essa vertente por parte dos usuários. Verificou-se que as TIC

⁶ Conforme informações divulgadas da metodologia, a variável classe social – de A a E – seguiu a classificação da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa – Abep; a escolaridade foi considerada até o Ensino Superior; o recorte da área geográfica foi pela escolha de capitais, interior próximo e interior distante das capitais, compreendendo 12 cidades nas cinco regiões brasileiras; já a faixa etária ficou subdividida entre frações: de 15 a 17 anos, de 22 a 26 anos; de 30 a 40 anos; e de 45 a 60 anos. Na região norte, foram contemplados moradores da Amazônia; na região Nordeste, pessoas de Pernambuco; no Centro-Oeste, de Goiás; no Sudeste, de São Paulo; e na região Sul, habitantes do Rio grande do Sul. Informações disponíveis em: <<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/7/cultura-e-tecnologias-no-brasil.pdf>> Acesso em: 31 out. 2017.

⁷ A classe social da TIC Cultura baseia-se no Critério de Classificação Econômica Brasil, conforme definição da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (Abep). “A entidade utiliza a posse de alguns itens duráveis de consumo doméstico e o grau de instrução do chefe da família declarado. A posse dos itens estabelece um sistema de pontuação em que a soma para cada domicílio resulta na classificação como classes econômicas A1, A2, B1, B2, C, D e E. Para a análise dos dados, essas categorias foram sintetizadas em AB, C e DE” (DORETTO, 2016).

proporcionam a ampliação do acesso a bens e produtos culturais em função da ampliação das possibilidades de escolha das ofertas na rede e, também, pela flexibilidade de horário e pelo conforto do acesso na experiência de consumo individual no ambiente doméstico e em qualquer outro local.

Já a “TIC Domicílios 2016” foi uma pesquisa quantitativa, realizada por meio de aplicação de um questionário. O plano amostral da TIC Domicílios utilizou informações do Censo do IBGE e levou em consideração os hábitos tecnológicos da população brasileira a partir de 10 anos de idade⁸. As entrevistas foram realizadas em áreas urbanas e rurais, com contato presencial, mediante aplicação de um questionário semiestruturado, aplicado por meio de *tablets*. O período de coleta de dados da “TIC Domicílios 2016” ocorreu entre novembro de 2016 até junho de 2017, tendo uma amostra correspondente a 23.721 entrevistas realizadas em 350 municípios das cinco regiões do país. Para a análise dos resultados, o estudo adotou padrões da União Internacional de Telecomunicações (UIT) no acompanhamento das metas definidas pela Cúpula Mundial da Sociedade da Informação (WSIS)⁹.

Segundo a pesquisa “TIC Domicílios 2016” 54% das residências brasileiras estavam conectadas à internet, o equivalente a 36,7 milhões de moradias. Em relação aos dados de 2015, houve um aumento de três pontos percentuais. No que diz respeito à área rural observou-se que esta proporção foi de 26% contra 59% de domicílios conectados à Internet na área urbana. Em relação a unidade de análise “indivíduo”, existiam 107,9 milhões de brasileiros conectados na Internet, o que correspondia a 61% da população com mais de 10 anos de idade, representando um crescimento de três pontos percentuais em comparação com 2015. O gráfico a seguir retrata essa estatística em residências urbanas e rurais:

⁸ Informações disponíveis em: <<http://cetic.br/pesquisa/domicilios/>> Acesso em: 2 nov. 2017.

⁹ Informações disponíveis em: <<http://cetic.br/pesquisa/domicilios/>> Acesso em: 2 nov. 2017.

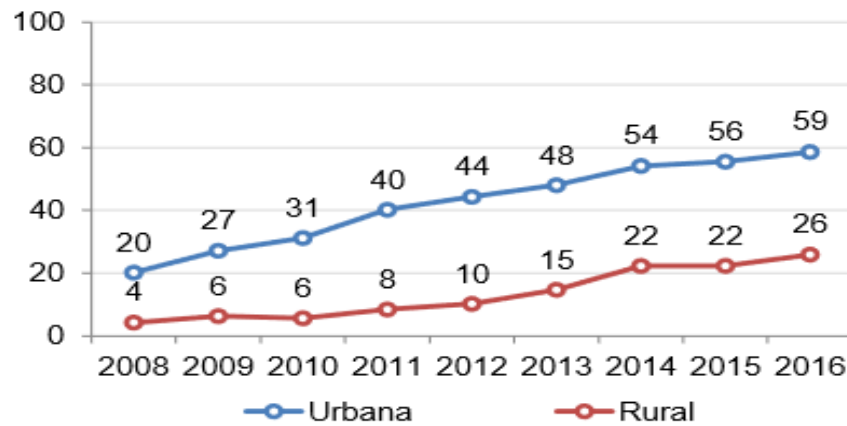


Figura 1 - Gráfico da proporção de domicílios com acesso à internet por área urbana e rural.

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios 2016.

Tanto na área urbana quanto na zona rural, o acesso à internet nas residências aumentou consideravelmente. Destaca-se a crescente tendência de acesso à internet nas casas de quem reside no campo, representando um salto de 4% para 26%, o que sugere a existência de um rural em rede, midiaticado (SODRÉ, 2006), uma ruralidade que busca novas possibilidades comunicacionais, mais ampliadas, para se contatar com o mundo, para se informar e entreter. Da mesma forma, uma pesquisa realizada com duas tribos indígenas - Karirí Xacó e Pankararu, no nordeste brasileiro, demonstrou que essa população também vem descobrindo as vantagens do uso das TIC para o fortalecimento, promoção e difusão da cultura indígena. As duas aldeias já têm experiência com o universo virtual por fazerem parte da rede Índios on line, implantada na década de 90, interligando onze povos para criação e difusão dos conhecimentos pertinentes as comunidades (AGUILAR, 2012). Segundo a pesquisadora Alejandra Aguilar (2012, p.123), “desde o surgimento da Sociedade da Informação, os povos indígenas estão mais atentos à nova realidade tecnológica, pois tem um papel estratégico no acesso e na criação de conteúdos próprios”. Nesse estudo, as TIC são associadas à funções ou processos como aprendizado, comunicação, evolução, participação e progresso, sendo que informação e conhecimento foram os grandes temas em comum entre as duas comunidades.

Outro elemento comum apresentado nas entrevistas com os indígenas foi a afirmação de as TIC representarem uma “arma digital de resistência, conhecimento e preservação cultural”, deixando claro que para isso, esse ambiente virtual precisa ser

conhecido e também dominado em benefício dos usuários. Mais um ponto de destaque foi o fato de que ambas as tribos indicaram que as novas tecnologias permitem conhecer e difundir a cultura indígena, além de possibilitar acesso à informação de outros povos. Assim, as comunidades qualificaram as TIC como um “espaço muito importante e de ajuda em suas vidas, contribuindo no processo de aprendizado/estudo, no apoio ao trabalho escolar, como a constituição e fonte de pesquisa”, enfim, significando uma “fonte informativa” beneficiando as tribos por mostrar “o que acontece no mundo” e representar um instrumento prático de socialização (AGUILAR, 2012, p. 123).

No que diz respeito à pesquisa “TIC Domicílios 2016”, esta constatou que o celular foi apontado como o principal dispositivo de acesso à rede, representando 93% dos usuários de Internet; e o Wi-Fi é o tipo de conexão mais mencionado por 86% dos usuários entrevistados. A pesquisa também revelou que a proporção de domicílios com acesso à Internet, mas sem computador, dobrou em dois anos, passando de 7%, em 2014, para 14% em 2016 – o equivalente a 4,4 milhões de domicílios, como apontam os dados da Figura 2, apresentada a seguir.

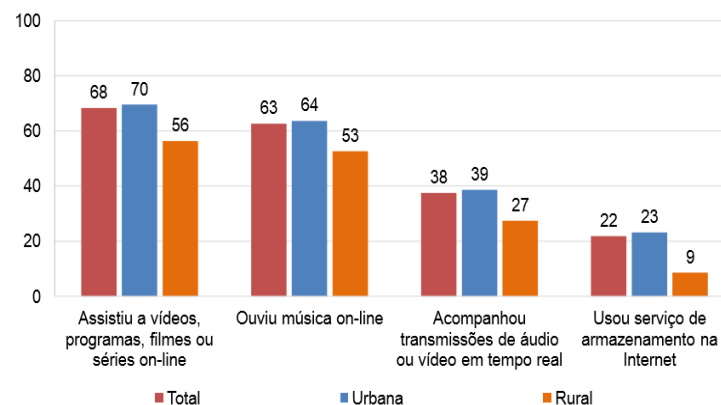


Figura 2 – Gráfico da proporção de usuários de internet, por atividades realizadas na internet no Brasil e por área urbana e rural. (Percentual sobre o total de usuários de internet)

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios 2016.

As pessoas que moram em áreas rurais têm diversificado seus hábitos midiáticos frente às novas oportunidades do ambiente virtual. Conforme os dados apresentados, eles realizam praticamente as mesmas atividades dos cidadãos na internet, com diferenças percentuais de 11 a 14%, demonstrando maior interesse em ouvir músicas, também assistir vídeos, programas, filmes e séries virtualmente. É a força crescente de um rural que acompanha e se beneficia com as novas facetas comunicacionais,

consolidando cada vez mais sua presença nas redes informacionais e de entretenimento. De acordo com o gerente do Cetic.br, Alexandre Barbosa, o crescimento do acesso por dispositivos móveis tem ocorrido, principalmente “entre os domicílios das classes sociais menos favorecidas e em regiões que tradicionalmente apresentam conectividade mais restrita, como é o caso da região Norte e das áreas rurais”¹⁰.

Também na pesquisa “TIC Cultura” com grupos focais, a Internet apareceu como alternativa de entretenimento diante da baixa oferta de eventos e equipamentos culturais tanto nos pequenos municípios, quanto nas periferias das metrópoles, a exemplo do que foi relatado por um entrevistado: “é porque a maioria das coisas não tem aqui. No caso, cinema, essas coisas, não têm. Aí tudo depende da Internet”¹¹. A população que vive em áreas periféricas nos grandes centros urbanos ou na zona rural dispõe de pouca ou nenhuma oferta de equipamentos culturais e a Internet ocupa essa lacuna, despertando cada vez mais o interesse desse público, como evidencia outro depoimento coletado na pesquisa “TIC Cultura”: “até o cinema tem muitos filmes que vêm para o cinema de Recife, mas não vêm pra cá, então na Internet você pode assistir os filmes que ainda estão no cinema”¹².

A variedade de opções de filmes, clipes, séries, atrai a atenção principalmente para o *YouTube*, como relata um respondente de Jaraguá, em Minas Gerais, na faixa de 45 a 60 anos, classe DE: “eu entro no *YouTube*, eu vejo alguns clipes no *YouTube*, eu procuro algumas coisas que eu quero”. Na perspectiva de Sodré (2006), isso aponta para a ampliação das formas de interação do sujeito com o mundo que o cerca. Todavia, mesmo mediante o crescente acesso e uso da Internet, não se descartou a permanência de meios de comunicação tradicionais como o rádio e a televisão nos domicílios rurais e urbanos brasileiros como nota-se na Figura 3, referente aos resultados da pesquisa TIC Domicílios 2016.

¹⁰ Depoimento registrado e disponível em: <<http://cetic.br/pesquisa/domicilios/>> Acesso em: 2 nov. 2017.

¹¹ O depoimento é de um respondente de Presidente Figueiredo, no perfil de 22 a 26 anos, classes DE. Esse e outros relatos constam dos resultados apresentados na pesquisa divulgada na publicação online disponível em: <<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/7/cultura-e-tecnologias-no-brasil.pdf>> Acesso em: 31 out. 2017.

¹² Entrevistado residente em Vitória de Santo Antão, 15 a 17 anos, classes AB.

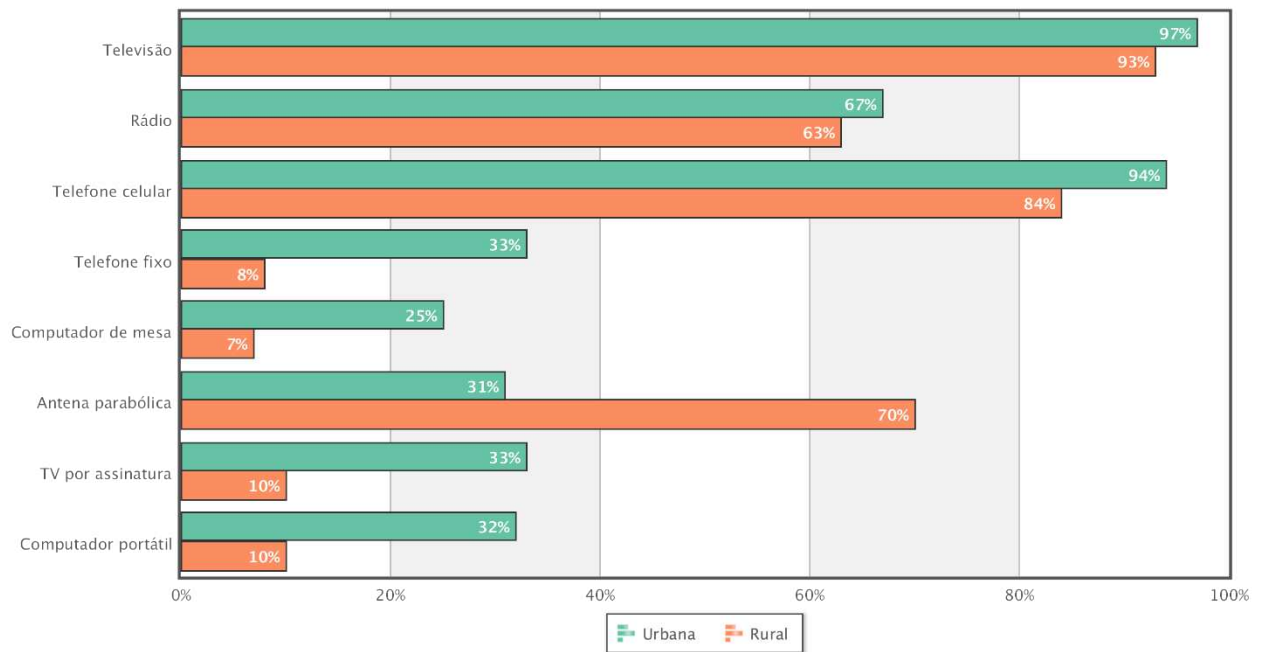


Figura 3 – Gráfico das mídias presentes nos domicílios rurais e urbanos.

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios 2016.

Os dados apresentados na Figura 4 demonstram a forma como os rurais buscam através das mídias que dispõem, no caso o celular, ter acesso aos conteúdos da internet. Isto aponta para uma conexão expressiva dos rurais ao mundo globalizado, visto que 69% dos entrevistados pela “TIC Domicílio 2016” na zona rural acessavam a internet pelo celular. Na região Nordeste e Norte este percentual também está acima dos 50% dado que a oferta de serviços é menos abrangente. A mesma realidade se passa com as classes sociais “D” e “E”, que utilizam mais o celular para acessar a internet, em função de não disporem das mesmas possibilidades de acesso que as demais classes sociais de ter acesso a outras mídias.

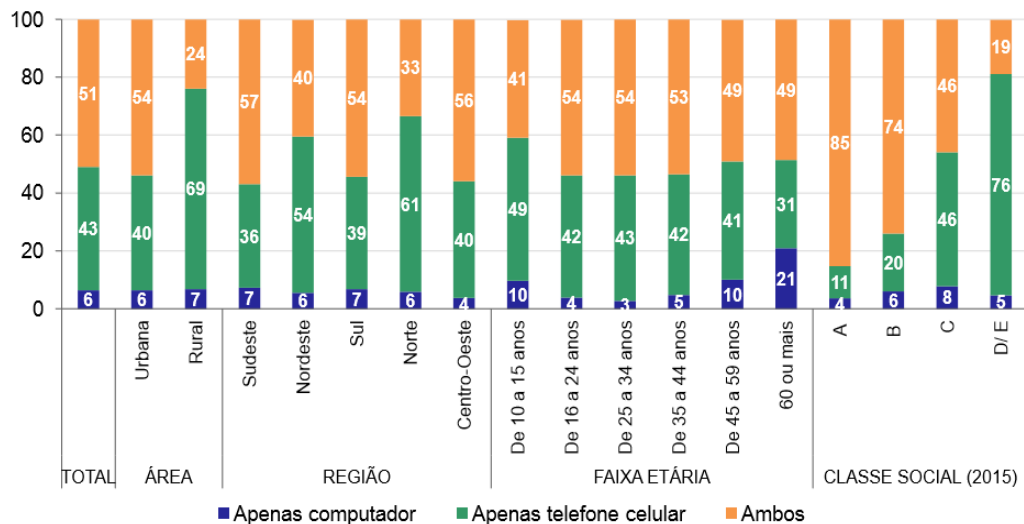


Figura 4 – Proporção de usuários de internet, por dispositivo utilizado de forma exclusiva ou simultânea – por área, região, faixa etária e classe social

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios 2016.

O Celular é apontado na TIC Domicílios 2016 como o principal dispositivo de acesso à rede, representando 93% dos usuários de Internet. Em relação a conexão pelo computador, esta prática tem diminuído. Nesse espaço de multiplataformas, os rurais também demarcam lugar, com uso expressivo do celular como principal dispositivo de acesso a essa nova modalidade de interação com o mundo. O acesso à internet usando apenas o celular, na área rural, soma 69% dos usuários, bem maior que na área urbana, com 40%. Isso, possivelmente, em decorrência do aumento da infraestrutura da telefonia celular móvel disponibilizada, incluindo o celular rural, que contribuiu significativamente para possibilitar a nova modalidade comunicativa para moradores do campo, em sítios, povoados, fazendas, antes isolados e contando, em grande parte, somente com o rádio como veículo de comunicação.

É importante se considerar, no entanto, que além do acesso a blogs e sites diversos na Internet, o celular permite, também, o acesso a mídias tradicionais como a audição de rádio e a visualização de programas de televisão. Observa-se, assim, o hibridismo cultural que o celular vai mediando, ao disponibilizar, ao mesmo tempo, a combinação de informações e imagens vinculadas a mídias tradicionais em redes sociais, com outras modernas como o *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram*, dentre outras formas de acesso à rede. Pode-se constatar isso em alguns depoimentos:

- No facebook eu sigo (referindo-se a artistas), então aparecem reportagens, aparecem documentários, do que vai acontecer. Sempre aparece para mim.

- No facebook eu curto várias páginas assim, voltadas para o cinema. Tem aquela: *Vá ao cinema*. Tem a *Omelete*¹³

Se algumas pessoas despertam atenção para informações sobre vida de artistas, de programação de cinema, por outro, alguns relatos de compartilhamento e divulgação demonstram o interesse na cultura local, conforme menciona um respondente de Anápolis, com perfil de 30 a 40 anos, Classe D: “tem o *WhatsApp* hoje também que te informa de tudo, eu mesmo estou com a mensagem aqui do rodeio...a divulgação pelo *WhatsApp* de um rodeio que vai ter, eu gosto muito”. Percebe-se aqui novamente a força híbrida das práticas culturais, que inclui o aspecto comunicacional. É o depoimento de uma pessoa, como outras, que valoriza a cultura local dos rodeios e ao mesmo tempo utiliza a modernidade das TIC para acessar e difundir informações de seu interesse. Isso reforça a reflexão em torno da dimensão da diversidade, ao analisar-se de que forma a Internet proporciona limitações ou potencialidades na diversidade de conteúdos consumidos. No caso de grupos focais da cidade de São Paulo, observou-se nos resultados que os entrevistados consideraram a indústria cultural de países desenvolvidos com uma condição superior ao Brasil por oferecerem produtos mais sofisticados e diversificados. Já os respondentes do Nordeste e do Norte mostraram-se preocupados com a valorização das matrizes culturais locais diante da grande influência da cultura estrangeira.

- O Museu do Frevo, digitalmente, ele é o máximo, mas o engraçado é que [...] está a cultura pernambucana ali dentro da tecnologia. Eu acho que precisa é você avançar nas condições nessa área e não esquecer o que você lembrou aqui; a cultura, as nossas origens, a gente tem que estar dentro disso daí” (Recife, 45 a 60 anos, Classes DE).

- é uma questão de cultura, assim, se a pessoa for amazonense mesmo, ela curte ou já curtiu um boi” (Manaus, 30 a 40 anos, Classes DE).

No Sul do país, também surgiu a preocupação em torno da valorização da cultura regional, das tradições locais e nos relatos dos grupos focais eram mencionados artistas da região, exceto nas falas de jovens entre 15 e 17 anos. Para os analistas da pesquisa isso representa que as tecnologias “contribuem para a valorização e difusão da cultura

¹³ Entrevistados de Manaus, 30 a 40 anos, Classes AB.

local”. Isso vem ao encontro da reflexão apresentada na dimensão criativa, dando conta de que os assuntos, antes tratados marcadamente no ambiente presencial, tomaram uma dimensão virtual, conforme os relatos a seguir:

- Eu gosto de postar fotos (Arcoverde, 22 a 26 anos, Classes DE).
- Muita coisa da minha menina, que ela está descobrindo o mundo ainda, eu coloco (Arcoverde, 22 a 26 anos, Classes DE).
- Era do meu ex-namorado. Aí a gente fazia vídeos juntos e, como a gente terminou o nosso namoro, eu tinha acesso ao canal e eu apaguei todos os vídeos, meu e dele (Goiânia, 15 a 17 anos, Classes A e B).

Portanto, informações, fotos e vídeos sobre viagens da família ou crescimento dos filhos, e outras questões do cotidiano pessoal passaram a ser compartilhados nas redes sociais. Ainda nas redes sociais, alguns respondentes disseram utilizar a Internet também para fazer negócios e obter algum dinheiro vendendo objetos pessoais nos classificados virtuais. O local preferencial para acessar à Internet é próprio domicílio (92%). Outro hábito revelado pela pesquisa é o fato de as pessoas compartilharem não somente mensagens e imagens, mas também a conexão dos vizinhos, prática mais comum em domicílios localizados em áreas rurais (30%) e na região Nordeste (28%), de acordo com o que se observa na Figura 5 abaixo:

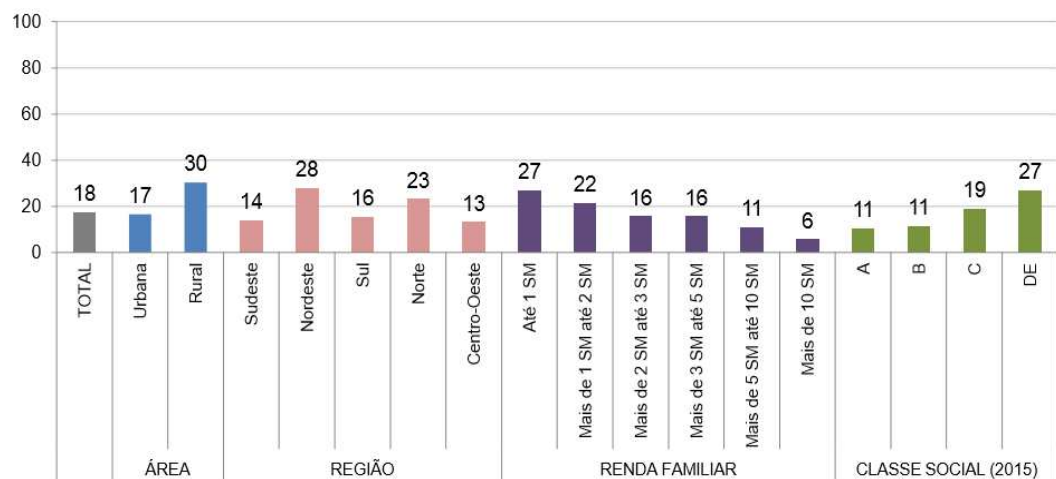


Figura 5 – Proporção de domicílios com acesso à internet compartilhado com vizinho, por área, região, renda e classe social (Percentual sobre o total de domicílios com acesso à internet)

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios 2016.

Em relação ao consumo de bens culturais, a TIC Domicílios 2016 revelou diferenças entre os moradores de áreas urbanas e rurais. Vídeos, programas, filmes ou séries são assistidos na Internet por 70% dos usuários residentes na área urbana, contra 56% registrados nas áreas rurais. Outra atividade muito comum na rede é a audição de músicas, praticada por 64% dos usuários de áreas urbanas e 53% de áreas rurais. Ainda segundo a declaração do gerente da Cetic.br, as desigualdades estão ligadas ao tipo de atividade realizada e, conseqüentemente as condições de infraestrutura, a exemplo de *streaming* de vídeo, que demanda de velocidades de banda mais alta. Quando a Internet é compartilhada, a velocidade é ainda menor. De uma maneira geral, a TIC Cultura revelou que tanto em capitais quanto em cidades de pequeno porte ou de regiões mais periféricas têm sido ampliado o acesso à conteúdos culturais, pincipalmente audiovisual e música. Uma questão central para este artigo é a constatação da TIC Cultura de que mídias tradicionais como o rádio e a televisão continuam presentes no cotidiano da população, numa nova forma de convivência híbrida, dividindo espaço com mídias mais contemporâneas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Longe do estereótipo de um mundo rural extremamente rústico, personificado em expressões literárias do Jeca Tatu ou Chico Bento, percebe-se na atualidade uma ruralidade imbricada numa sociedade midiaticizada, constituída em redes na nova ordem social. Neste artigo, buscou-se entender, as mudanças culturais da sociedade rural por meio das práticas comunicacionais, mediante a aproximação cada vez maior de culturas mais amplas com culturas locais. Nosso estudo objetivou, então, identificar a ruralidade contemporânea a partir do paradigma da midiaticização, ou seja, da presença das mídias no dia a dia do campo e suas reverberações.

Nesse sentido, apresentamos aportes teóricos que apontam para três possibilidades de conformação do rural com relação à sua exterioridade geográfica. Em contato com o diverso socioeconômico e político-cultural, o rural pode sofrer uma “aculturação aos modos de vida urbano”, ou pelo contrário “manter suas especificidades culturais” ou mesmo constituir-se como um rural híbrido. Entende-se a ruralidade como a experiência do rural, um modo de viver no campo. Quando as fronteiras geográficas, que antigamente delimitavam muito claramente o campo da cidade, representam muito

menos diante da onipresença midiática. Antes, a experiência de contatos tinham caráter interpessoal, sendo majoritariamente marcadas pelos contatos presenciais. Com as mídias digitais, ou as redes de mídias, a nossa experiência tem a potencialidade do mundo, ou do alcance que a rede estabelece. Pode-se estar localizado geograficamente num único ponto, mas as nossas possibilidades de experiências da vida estão abertas às inúmeras ou incontáveis conexões que podemos estabelecer via redes de mídias. Assim, a limitação da presença geográfica é relativizada pelas conexões midiáticas. Podemos viver no campo, mas não necessariamente e estritamente à vida no campo, a partir das conexões midiáticas que instituimos.

Partiu-se, nesta pesquisa, da hipótese de que está em constituição um “rural em rede”, marcadamente híbrido, com características que o diferencia da sociedade existente com as mídias tradicionais, rádios e televisão. Hoje, o fato dos moradores do campo contarem com novos elementos e práticas vindos do seu “exterior” pelas mídias digitais amplia a sua sociabilidade. As conexões efetivadas através das mídias digitais dinamizam e mobilizam outras formas de interação. As pesquisas sobre hábitos de consumo apresentadas, apontaram o crescimento do acesso à Internet no Brasil, tendo o celular como o principal dispositivo para as pessoas se conectarem à rede. Este foi também o equipamento mais utilizado por indivíduos das áreas rurais e das classes menos favorecidas economicamente. Isso significa que as pessoas que moram no campo estão cada vez mais conectadas com as novas tecnologias, com o mundo virtual.

De acordo com dados da pesquisa TIC Domicílios 2016, o envio de mensagens instantâneas e o uso de redes sociais foram as atividades mais realizadas na Internet, correspondendo a aproximadamente 80% das preferências dos respondentes. O Wi-Fi foi o tipo de conexão mais mencionado por 86% dos usuários. Isso demonstra a nova forma de presença do sujeito no mundo conformado em redes, no contexto da midiática. O hibridismo cultural dos rurais ganha plausibilidade em função da presença das TICs nas sociedades rurais. O celular e outros dispositivos eletrônicos com Internet permitem a audição de rádio, a visualização de programas de televisão, disponibilizam informações e imagens em redes sociais, com destaque para o *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram*, e em outras formas de acesso na rede, colocando o sujeito em conexão com a aldeia global. Essa realidade virtualizada inclui moradores da cidade e do campo, num universo midiático contemporâneo.

Todavia, em vez de acirrar disputas e descartes, as TIC parecem estar

promovendo uma maior possibilidade de escolhas tanto de dispositivos e meios de comunicação como em relação à possibilidade do uso simultâneo desses aparatos tecnológicos. Dessa forma, pode-se verificar a configuração do hibridismo cultural, tanto na disponibilidade de todo o tipo de oferta midiática, quanto nos usos dos recursos disponibilizados. Assim, estão abertas as possibilidades de acessos simultâneos ou simplesmente a uma variedade de mídias disponíveis na rede, sem que uma descarte a outra. E, ao mesmo tempo em que as pessoas buscam mais alternativas de entretenimento e informação, se observa a manutenção da presença de mídias tradicionais no cotidiano dos rurais como o rádio e a televisão. Os dados trazidos pelas duas pesquisas apresentadas apontam para transformações dos modos de comunicar das pessoas que vivem no campo, apontando para uma ruralidade em rede, para uma cultura rural hibridizada por meio das novas tecnologias.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUILAR, Alejandra. Identidade/diversidade cultural no ciberespaço: práticas informacionais e de inclusão digital nas comunidades indígenas do Brasil. **Revista Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, V.22, n.1. p.121-128, jan./abril 2012.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 2008.

CÂNDIDO, Antonio. **Os parceiros do Rio Bonito**: Estudo sobre o caipira paulista e a transformação dos seus meios de vida. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1964.

CARNEIRO, Maria José. Do “rural” como categoria de pensamento e como categoria analítica. In: **Ruralidades contemporâneas: modos de viver e pensar o rural na sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Mauad/Faperj, 2012.

_____. “Rural” como categoria de pensamento. **Ruris**, v. 2, n. 1, mar. 2008.

CARNEIRO, Maria José; PALM Juliano Luís. Modos de vida de agricultores familiares de montanha: um estudo de caso em São Pedro da Serra – Nova Friburgo - RJ. **Illuminuras**, Porto Alegre, v. 17, n. 41, jan./jun. 2016.

CESAR, Kilma Gonçalves; SUAIDEN, Emir José. O impacto da sociedade da informação no processo de desenvolvimento. **Revista Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, V.27, n.3. p.19-29. Set./dez 2017.

CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), **Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros – TIC Domicílios 2016**. Disponível em:

<<http://cetic.br/pesquisa/domicilios/>> Acesso em: 2 nov. 2017.

Cultura e tecnologias no Brasil [livro eletrônico]: um estudo sobre as práticas culturais da população e os usos das tecnologias da informação e comunicação/ Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR – NIC.br – São Paulo. Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2017. Disponível em: <<http://cetic.br/publicacao/cultura-e-tecnologia-no-brasil>> Acesso em: 31 nov. 2017.

DORETO, Juliana. **Indicadores nacionais sobre TIC e cultura: perspectiva qualitativa.** Artigo apresentado ao GP Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 5 a 9 de setembro de 2016.

MARTINUZZO, José Antonio. **Seis questões fundamentais da comunicação organizacional estratégica em rede.** Rio de Janeiro: Mauad, 2013.

MORAES, Dênis de. A tirania do fugaz. Mercantilização cultural e saturação midiática. In: MORAES, Dênis de (org.). **Sociedade Midiatizada.** Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

RAMBAUD, Placide. **Société Rurale et Urbanisation.** 1. ed. Paris: Ed. du Seuil, 1969.

SILVEIRA, Lidiane Nunes da. **Roça, uma marca registrada: o processo de valorização do rural na sociedade brasileira.** Viçosa, MG, 2015. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-graduação em Extensão Rural, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2015.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2001.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a Cultura:** a comunicação e seus produtos. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

_____. **Antropológica do Espelho:** uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. Etnicidade, campo comunicacional e midiatização. In: MORAES, Dênis de (org.). **Sociedade Midiatizada.** Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. A ruralidade no Brasil moderno. Por un pacto social pelo desenvolvimento rural. In: GIARRACCA, Norma. **Una nueva ruralidad en América Latina?** Buenos Aires: CLACSO, 2001. Disponível em: <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/rural/wanderley.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

_____. **O mundo rural como um espaço de vida:** reflexões sobre a propriedade da terra, agricultura familiar e ruralidade. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

*“(...) o mais importante e bonito, do mundo, é isto!
que as pessoas não estão sempre iguais,
ainda não foram terminadas — mas que elas
vão sempre mudando.
Afinam ou desafinam.
Verdade maior”.*
(GUIMARÃES ROSA)

ARTIGO 2

O RÁDIO NA COMUNICAÇÃO EM REDE

RESUMO: O presente artigo buscou compreender a forma como estão se configurando os hábitos midiáticos dos habitantes do campo com a introdução de novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) em suas moradias. A ênfase do estudo se deu no espaço ocupado pelo rádio no cotidiano dos rurais, em função de tradicionalmente ele ter representado uma presença constante no seu modo de vida. Buscou-se, assim, analisar a atual configuração da mídia radiofônica mediante o paradigma da comunicação em rede, a nova conformação comunicacional, com inegáveis implicações à sociabilidade contemporânea. Utilizou-se como procedimento metodológico, nesta pesquisa, a extração e análise dos dados secundários da Pesquisa Nacional por Amostragem por Domicílios (PNAD), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Foram extraídas da PNAD informações acerca da presença do rádio e de outros meios de comunicação em domicílios rurais e urbano do Brasil e, em particular, de Minas Gerais, no período compreendido entre 2005 e 2013. O estudo apresentado evidenciou um hibridismo cultural na presença dos meios de comunicação nos domicílios do Brasil e de Minas Gerais. Os resultados apontaram que mesmo com uma queda percentual na presença do rádio no período analisado, ele ainda continuava presente nos domicílios rurais.

Palavras-chave: Rádio, Radiomorfose, Sociedade em Rede, Comunicação em Rede.

1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, a sociedade rural no Brasil tem enfrentado mudanças significativas, principalmente, em face da intensificação do processo de industrialização e de modernização da agricultura, que se acentua a partir dos anos de 1980 com a extensão da eletrificação no campo. Nesse cenário, se expande, também, a infraestrutura necessária para o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) no campo. Com a utilização cada vez mais recorrente dessas tecnologias, se potencializa o redesenho das experiências face à distância. As intensas conexões virtuais da “sociedade em rede” (CASTELLS, 2005), mediadas pelas tecnologias da informação e comunicação permitem ao indivíduo autonomia para decidir acerca da sua “dieta de mídia”, segundo as suas necessidades e interesses (CARDOSO, 2007). A flexibilidade alcançada em torno do cardápio de fontes de informação e comunicação, a partir da expansão de uma rede de mídias, mobilizadas, sobretudo, pela internet e pela TV, colocam o rádio, tradicional veículo de informação e mesmo comunicação dos rurais,

em meio a um novo contexto midiático.

O histórico fenômeno da sociedade em rede ganha impulso na virada do Século XX para o XXI com as TIC, especialmente a internet. Cardoso (2007) defende que vivemos um novo paradigma de comunicação, a “comunicação em rede”, que traria inegáveis implicações à sociabilidade contemporânea. Trata-se de um sistema de comunicação ajustado às marcas da “sociedade em rede”, constituída a partir do advento das TIC, em substituição ao paradigma da comunicação em massa. É esse sistema que permitiria a reconfiguração da mídia rádio, tanto no sistema hertziano, que depende de antenas transmissoras¹⁴, quanto no paradigma das multiplataformas midiáticas. É esta nova experiência midiática, que adentra, também, o contexto da ruralidade contemporânea que será tratada neste artigo.

Barbosa (2011, p.15) sentencia que o rádio faz parte da constituição de processos comunicacionais no nosso país, “nas práticas de oralidade, nas misturas nos modos de comunicação, nas milhões de pessoas que fazem do rádio não apenas o companheiro de escuta, mas de sentimentos e partilhas”. Nesse sentido, ao tomar o rádio como tecnologia, compreendemos o quanto sua chegada nos contextos rurais constitui ao menos no início, nas primeiras décadas, um processo de “aculturação” (RAMBAUD, 1973), fazendo com que a cidade se descortinasse no imaginário dos moradores do campo por meio das irradiações radiofônicas, assegurando a expansão da cultura cidadina. Essa tecnologia surgiria, assim, carregada de determinados símbolos e sentidos de cidade.

É possível observar como uma determinada história do rádio enquanto patrimônio cultural midiático na sociedade brasileira pode ser tensionado com as próprias transformações que o rural sofreu no mesmo período histórico. Como foi visto neste item, o rádio chega no contexto brasileiro com uma linguagem elitista e se populariza a partir da década de 30, tendo seu auge nos anos 40, na Era de Ouro do rádio. Nesse período é possível observar a emergência de um fato político relevante, do então presidente Getúlio Vargas, que é a tentativa de construção de um projeto de nação brasileira, buscando unificar o país em torno de uma certa urbanidade. O rádio foi

¹⁴ Rádio Hertziano representa as “formas tradicionais de transmissão por ondas eletromagnéticas” (FERRARETTO, 2014, p. 19). O termo Hertziano é uma homenagem a Heinrich Rudolf Hertz, inventor da teoria sobre a possibilidade de se transmitir sinais telegráficos através do ar (GONTIJO, 2001, p.222). Como veremos mais adiante, neste artigo, existem outras modalidades de rádio em função do novo ambiente midiático com o advento da internet.

apropriado por Vargas como um importante instrumento ideológico de massa para capitanear mentes e corações em torno de seus discursos midiáticos. Vargas apostou, a exemplo de outros líderes políticos mundiais, na força de penetração do rádio. Tanto que em 1935 criou o programa "A Hora do Brasil" (que depois passou a se chamar "A Voz do Brasil"), um noticiário oficial com o objetivo de difundir ações governamentais para a população brasileira.

Os habitantes do campo puderam acompanhar os acontecimentos políticos instituídos sobretudo no contexto urbano. Da mesma forma, a cultura cidadina era irradiada para todos os cantos do Brasil, alcançando os locais mais periféricos como o campo. Os principais acontecimentos do país eram protagonizados na cidade, sobretudo no Rio de Janeiro, até então. Dessa forma, o rádio aproximou o campo da cidade por uma sinergia traduzida por Rambaud (1973) como o sonho de uma comunhão com a cultura urbana, antes mesmo do processo de urbanização. Por meio das irradiações, os rurais, assim como os citadinos, acompanhavam atentamente fatos políticos, econômicos e sociais, bem como se divertiam e se emocionavam com as pitorescas radionovelas, com os cantores do rádio. Acompanhavam a vida e os romances de seus ídolos, como por exemplo o desfecho histórico do romance de mais de uma década entre os famosos Dalva de Oliveira e Herivelto Martins, que tomavam o rádio de empréstimo com suas canções de amor e, após o rompimento, de composições tomadas por desabafos e respostas veiculadas no palco radiofônico, compartilhando radiofonicamente o drama real vivido pelo casal.

Esse veículo de comunicação, então, tornou-se tradicional no meio rural principalmente pela identificação com a comunicação oral, mais coadunada com os moradores do campo que o jornal impresso, mídia com a qual essa população não se afinava como constatou Rambaud (1973). Entretanto, no momento em que o rádio se torna popular, aos poucos, a cultura popular do meio rural passa a adentrar os programas de rádio. Artistas de partes periféricas do país despontavam entre os famosos e despertavam identificação dessa população distante dos eixos centrais de acontecimentos. As canções rurais também foram paulatinamente encontrando espaço nas irradiações, movimentando ainda mais a ligação do campo com o rádio. Com a industrialização e o êxodo rural, as empresas de comunicação perceberam um filão de ouvintes em busca de traços culturais de suas origens, motivando o surgimento de programas voltados para a cultura rural, passando a se estabelecer trocas culturais

importantes. O rádio tornou-se um meio que permitiu conectar o que vem das culturas camponesas com o mundo da sensibilidade urbana. Conservando suas falas, suas canções e os traços de seu humor, o rádio faz a mediação entre a tradição e a modernidade (BARBERO, 2003, p. 281). O que torna o rádio popular, então, é sua ligação com a vida das pessoas. O público ouve o rádio para se divertir, se emocionar, dialogar, desabafar, pedir ajuda, se solidarizar.

Entretanto, o rádio passou por várias transformações tecnológicas desde o transistor, quando ele passa a ter maior mobilidade, longe de fios e tomadas, saindo da sala e passando a circular nos mais variados ambientes pelo aparelho portátil. Na atualidade, com a “comunicação em rede” (CARDOSO, 2007), observa-se uma reconfiguração da mídia num processo de adaptação conceituado por Prata (2008) como “radiomorfose”, como discutiremos a seguir. Diante disso, o novo cenário midiático da narrativa radiofônica decididamente ganha nova roupagem, numa perspectiva mais coadunada ao que parece inicialmente com o “hibridismo cultural” (CANCLINI, 2008). Mediante as transformações ocorridas ao longo das décadas na mídia radiofônica e nos modos de vida dos rurais, averiguaremos ao longo deste artigo as novas configurações que se constituem em torno do rádio e das práticas comunicacionais nos domicílios brasileiros, incluindo a sociedade rural.

Este artigo¹⁵ buscou compreender, portanto, a atual configuração da mídia radiofônica mediante o paradigma da comunicação em rede, a nova conformação comunicacional contemporânea (CARDOSO, 2007). Buscou-se, particularmente, analisar de que forma o “bom e velho companheiro da casa e da lida na roça”, o rádio, estaria presente nas moradias das pessoas que vivem no campo, considerando-se o processo de diversificação das mídias no contexto das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). A partir das transformações no rádio, tradicionalmente ligado do cotidiano rural, buscamos identificar um tema mais amplo, que é a mudança sociocultural na vida dos moradores do campo.

Utilizou-se, como metodologia, além de revisão de literatura pertinente à problemática em questão, a análise dos microdados da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios (PNAD), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O artigo apresenta dados da PNAD acerca da presença do rádio e de outros

¹⁵ Este artigo faz parte da tese intitulada “O rural em rede: rádio, midiaticização e ruralidade no cotidiano da Zona da Mata mineira”.

meios de comunicação em domicílios do campo e da cidade, no Brasil e em Minas Gerais, estado com uma expressiva cultura de matizes rurais. O artigo apresenta inicialmente um histórico das transformações e adaptações do rádio nos cenários midiáticos, assim como realiza-se uma explanação acerca do conceito de radiomorfose. Na segunda seção apresenta-se a metodologia desta pesquisa. Na terceira etapa, realizamos a análise de dados da PNAD, no período entre 2005 e 2013 e, em seguida, apresentamos nossas considerações finais.

2. O RÁDIO E SUA TRAJETÓRIA DE TRANSFORMAÇÕES E ADAPTAÇÕES NOS CENÁRIOS MIDIÁTICOS

Para se compreender a atual configuração do rádio é preciso, inicialmente, falar de sua trajetória e de suas transformações para conseguir se adaptar aos cenários midiáticos. Assim, pode-se falar de rádio tanto no sistema hertziano, com sinal de antena, quanto no paradigma digital. Após viver o glamour da era de ouro, com as radionovelas, galãs e mocinhas dos folhetins radiofônicos, cantores e “rainhas” do rádio, essa caixa mágica de um som cativante teve de se reinventar com o advento da televisão, ainda na fase da comunicação em massa. E, nas últimas décadas a sua lida não foi diferente, com a chegada apocalíptica da internet, do computador, da cultura da virtualidade, da convergência, enfim, de expansão do sistema de comunicação em rede. Coube ao rádio buscar uma nova narrativa como forma de sobrevivência na sociedade em rede.

O rádio foi se adaptando no ambiente das novas tecnologias, que transformaram o mundo da mídia. Da mesma forma, as redações jornalísticas passaram a ter uma dinâmica interativa, fazendo com que os profissionais da área deixassem de lado o perfil de competência exclusiva e específica em texto, fotografia, edição, revisão, imagem, etc., para ter uma multiplicidade de facetas e funções associadas para a construção de uma narrativa que contemplasse o conteúdo multimídia. Mas, mesmo diante do frenético mundo virtual, a mídia radiofônica vem garantindo a sua permanência como meio de informação e entretenimento (CASTELLS, 2010, p.422).

Dentre a variedade de mídias existentes na comunicação em rede (CARDOSO, 2007), o rádio desperta interesse nesta pesquisa por ser um patrimônio histórico no universo midiático, além de se constituir em um traço marcante da cultura dos rurais, principalmente, em função da sua oralidade. Esta mídia tem sido objeto de estudo por

parte de muitos pesquisadores brasileiros ao longo das últimas décadas. Nesta etapa do trabalho, apresentam-se as pesquisas acadêmicas, realizadas no formato de teses e dissertações, que trataram da trajetória deste veículo. Em seguida, apresentam-se alguns estudos empíricos, especificamente, sobre o rádio no contexto das sociedades rurais.

2.1 A presença do rádio nas pesquisas acadêmicas

Não há dúvida quanto à importância do rádio no Brasil, desde o seu surgimento¹⁶, reverberando acontecimentos históricos, políticos e econômicos marcantes no país. Este veículo de comunicação tem sido alvo de interesse de vários pesquisadores brasileiros, e está incluído no panorama de produção científica. Haussen (2016) mostrou o estado da arte mapeando teses e dissertações sobre o rádio em Programas de Pós-Graduação em Comunicação no país, no período de 2002 a 2012, identificando 179 trabalhos, sendo 134 Dissertações de Mestrado e 45 Teses de Doutorado.

Esses trabalhos foram apresentados em 30 dos 49 Programas de Pós-Graduação em Comunicação (PPGs), conforme dados extraídos pela autora do *site* da Capes. Haussen (2016) identificou nas teses e dissertações, 40 trabalhos sobre rádio em geral; 33 sobre comunicação comunitária e livre; 27 sobre radiojornalismo; 18 sobre história do rádio; 15 sobre educação; 13 sobre tecnologias e tendências; 7 sobre política; 6 sobre gêneros radiofônicos; 6 sobre rádio esportivo; 5 sobre políticas públicas; 3 sobre rádio e religião; 3 sobre rádios universitárias; e 3 sobre indústria fonográfica.

Prata (2016), também, realizou um balanço da trajetória de 25 anos¹⁷ de existência do Grupo de Pesquisa (GP) Rádio e Mídia Sonora da Intercom¹⁸. De acordo com a autora, as pesquisas sobre rádio no Brasil começaram, efetivamente, nos anos 1980, já que, antes disso, havia algumas produções isoladas, de iniciativa sobretudo de

¹⁶ Oficialmente, a primeira transmissão radiofônica no Brasil ocorreu em 1922 no centenário da Independência do Brasil, no governo Epitácio Pessoa, e em 1923, foi inaugurada a emissora pioneira, a Rádio Sociedade Rio de Janeiro. Todavia, a primeira transmissão efetiva, segundo relatam alguns autores, foi o Rádio Clube de Pernambuco, em Recife, no dia 6 de abril de 1919 (GONTIJO, 2001; FERRARETTO, 2001). Atualmente, existem 380 emissoras AM e FM no país (DEL BIANCO, 2016).

¹⁷ O GP Rádio e Mídia Sonora da Intercom completou 25 anos de existência em 2016, ano de realização da pesquisa de Nair Prata.

¹⁸ A Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) é uma das principais instituições do país em seu segmento, desde a fundação, em 1977. Proporciona um espaço de troca entre pesquisadores e o desenvolvimento da produção científica entre estudantes, mestres, doutores e profissionais da área. Informações obtidas no *site* da Intercom. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/memori>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

profissionais da comunicação. A autora recorreu a outros pesquisadores para traçar o percurso analítico do rádio:

Moreira (2005) divide os trabalhos sobre o rádio, no Brasil, em três fases: na primeira etapa estão as pesquisas relacionadas às décadas de 40 e 50, quando predominaram os manuais de redação como registros impressos sobre o rádio; a segunda fase remete às décadas de 60, 70 e 80, com os livros-depoimentos e, por fim, a terceira etapa, com os trabalhos de produção acadêmica, característicos da década de 90 do século passado, para cá, que nada mais seriam do que o reflexo da percepção social sobre o meio rádio (PRATA, 2016, p. 60).

A criação de um grupo de pesquisa com foco específico em rádio pela Intercom, em 1991, impulsionou as produções na área. Desde o primeiro encontro do GP, em 1991, até o congresso de 2015, foram apresentados 695 trabalhos no grupo (PRATA, 2016). Contudo, observa-se que há muito espaço a ser explorado em termos das pesquisas voltadas para a inserção do rádio no cotidiano e na cultura das pessoas. Segundo Certeau (2014), o cotidiano se processa nas práticas sociais, nas “maneiras de fazer” e tecer as atividades do dia-a-dia, fazendo com que os agentes sociais demarquem seu lugar no mundo por meio de suas formas de agir. É neste sentido, que esta investigação busca contribuir com os estudos sobre rádio, ao trazer a temática do espaço hoje ocupado pelo rádio no cotidiano dos rurais, em meio à expansão da sociedade em rede.

2.2 Breve história do rádio enquanto patrimônio midiático

É inegável a importância do rádio na história do Brasil, por ter acompanhado mudanças culturais, sociais, econômicas, guerras, conflitos e levado informação aos lares brasileiros. Foi o principal veículo de comunicação de massa do Brasil, entre os anos 20 e os 60 do século XX. Embora este artigo não se proponha a fazer um traçado sobre a história do rádio, tendo em vista que outros autores já deram essa contribuição, serão feitos alguns apontamentos da trajetória deste surpreendente veículo no cenário brasileiro.

A primeira irradiação radiofônica no Brasil ocorreu nas festividades do centenário da Independência, no Rio de Janeiro no dia 7 de setembro de 1922, no governo Epitácio Pessoa. O público ouviu a transmissão por meio de um sistema de alto-falantes, irradiando a solenidade para diversos pontos da então capital federal. A

Exposição do Centenário foi uma estratégia da presidência para mostrar o progresso da indústria nacional e atrair investidores estrangeiros. Logo depois, Roquette-Pinto e Henry Morize, investiram na implantação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, inaugurada em 20 de abril de 1923, apostando no rádio como instrumento para uma transformação educativa e cultural (FERRARETTO, 2000).

Nos primeiros anos de implantação do rádio no Brasil, as emissoras funcionavam em forma de clubes e se mantinham por meio do pagamento de mensalidade dos associados. Os aparelhos eram caros e só uma pequena parcela da população, inicialmente, tinha acesso ao veículo. Era comum a reunião de amigos e familiares em algumas casas com o equipamento para fazer uma audição coletiva, mais comunitária. “Foi a fase de leitura de jornais, poemas, da transmissão ao vivo de musicais, concertos, óperas e peças teatrais e, ainda, da abertura de seus microfones para conferências de intelectuais e eruditos” (FERRARETTO, 2000, p.163). Aos poucos, observou-se que o conteúdo dessa programação era “enfadonho”, mais elitista, e conquistava apenas uma parcela elitista da sociedade.

As conferências se tornavam sonolentas, os textos escritos nem sempre eram suficientemente claros para a percepção por via auditiva, as composições musicais não levavam em conta a precariedade técnica dos primeiros estúdios e os espetáculos, o teatro e a ópera, privados dos seus elementos visuais, tornavam-se ininteligíveis, aborrecidos e angustiantes para o público. A experiência demonstrava que o rádio possuía ‘suas próprias leis’ que precisavam ser preservadas. (FERRARETTO, 2000, p.163).

A primeira mudança estratégica da mídia radiofônica foi exatamente a popularização do seu conteúdo, na década de 1930, quando o veículo começou a se *massificar*, voltando-se mais para o entretenimento, passando a tocar músicas populares, a apresentar programas humorísticos e os famosos programas de auditório. O aparelho de audição coletiva, que unia a família, era majestosamente colocado num local especial na sala de residências que podiam arcar com o custo de um equipamento caro, até então. A inserção de publicidade foi permitida pelo Governo Vargas, o que garantiu faturamento com a venda de espaço na programação e resultou num impulso financeiro para investimentos para contratação de equipe técnica, de cantores e atores para implementar programas de músicas populares, programas humorísticos e de auditório.

Os programas populares, batizados assim tanto por seus conteúdos quanto pelo forte apelo junto aos ouvintes, marcaram época. O pioneiro do gênero foi o *Programa*

Casé, na Rádio Philips (MARCONDES FILHO, 2003). Com sucesso marcante, o programa inovou com o espírito empreendedor de seu criador e apresentador, trazendo para este espaço midiático grandes contribuições, como a criação de *spots* e *jingles*¹⁹. Casé²⁰ levou ao ar o primeiro anúncio publicitário, um jingle da padaria Bragança²¹, então localizada em Botafogo, no Rio de Janeiro. O proprietário do estabelecimento, português Albino, dono da Padaria Bragança, foi convencido a investir no programa²². Além de Nássara, Casé tinha em sua equipe renomados compositores e redatores como Lamartine Babo, Henrique Foréis Domingues, o Almirante, precursor na veiculação de crônicas policiais.

Os anos 40 marcaram a “época de ouro” do rádio brasileiro, com os programas humorísticos e de entretenimento, além das atrativas radionovelas. O radioteatro descortinou-se na Rádio Nacional, em 1936, com transmissões de diálogos, em sua maioria humorísticos. Mas foi em 5 de junho de 1941, que os ouvintes passaram a se emocionar com a radionovela mais badalada nesse cenário, “Em busca da felicidade”, com duração de dois anos.

Neste mesmo ano, também entrou no ar o famoso *Repórter Esso*, precisamente em 28 de agosto de 1941, com a locução de Heron Domingues, criando um novo padrão textual para o noticiário jornalístico, caracterizando, assim, o poder de síntese radiofônica, com texto claro, objetivo, ordem direta, frases curtas, evitando os períodos intercalados. Foi um marco para o jornalismo nacional pois implementou o lide, um “jargão” técnico que expressa uma forma específica, objetiva, de iniciar um texto jornalístico. O texto passava a ter linguagem mais clara, sintética e objetiva, ao contrário da trajetória entre as décadas de 20 e 30, quando predominava o *gilete press*²³, uma reprodução dos jornais impressos, lidos na íntegra pelos comunicadores.

¹⁹ *Spot* refere-se a uma “peça radiofônica publicitária conhecida popularmente como anúncio radiofônico” e o *Jingle* é “uma pequena peça musical cuja função é facilitar e estimular a retenção da mensagem pelo ouvinte. É geralmente curto e sua melodia é ao mesmo tempo simples e de fácil compreensão”. (BARBOSA FILHO. *Gêneros Radiofônicos: os formatos e os programas em áudio*. São Paulo: Paulinas, 2003).

²⁰ O radialista Adhemar Casé era avô da atriz Regina Casé. Iniciou sua relação com o rádio, vendendo aparelhos radiofônicos até conquistar espaço para criar seu próprio programa.

²¹ Informações disponíveis em: <<http://radionahistoria.blogspot.com.br/2014/07/o-primeiro-jingle-do-radio-brasileiro.html>>. Acesso em: 27 dez. 2017.

²² Disponível em: <<http://radios.ebc.com.br/todas-vozes/edicao/2014-07/primeira-propaganda-em-forma-de-musica-no-radio-brasileiro>> Acesso em 27 dez.2017.

²³ A primeira forma de veicular uma notícia no rádio era feita da seguinte forma: recortava-se, com gilete, trechos de informações do jornal impresso para que fossem lidas na íntegra na programação radiofônica. Por isso o termo *gilete press*.

O jornalismo radiofônico ganhou força no início da Segunda Guerra Mundial, em função das transmissões dos noticiários da guerra. A credibilidade a partir das informações desses fatos que despertavam a atenção da população em todo o mundo consolidou mais uma função social e conferiu maior autoridade ao veículo. A voz firme de Heron Domingues, reforçou a credibilidade do *Repórter Esso*, com o slogan ‘testemunha ocular da história’. A fidelidade do público ouvinte era tão grande que o fim da Guerra foi anunciado por outra emissora em primeira mão, mas somente quando a informação foi irradiada no *Repórter Esso* as pessoas acreditaram.

Com o advento da televisão, na década de 1950, o rádio enfrentou sua primeira grande crise existencial, por assim dizer, já que ressoavam vozes de todos os cantos com previsões apocalípticas decretando seu fim. Parecia impossível disputar audiência com o fascínio de um novo meio de comunicação que associava som e imagem, num auditório virtual. No dia 18 de setembro de 1950, a TV Tupi-Difusora, de Assis Chateaubriand, inicia suas transmissões na capital paulista. Inicialmente, a TV apenas transportou o conteúdo do rádio para sua programação. A adoção de uma linguagem diferenciada foi a alternativa encontrada pelos profissionais do rádio para continuar mantendo a audiência. Apesar das previsões de que sucumbiria diante das novas mídias, o rádio continuou presente no cotidiano dos brasileiros. Buscando mecanismos de manutenção, teve como aliado o invento do transistor – dispositivo que substituiu alguns componentes do aparelho radiofônico, principalmente a válvula, permitindo o funcionamento do rádio à pilha.

Os receptores transistorizados, então, deram mobilidade ao rádio, possibilitando que o ouvinte levasse o rádio portátil para qualquer lugar, o que tornou a audição individualizada, longe de fios e tomadas. O local, até então de excelência do aparelho radiofônico, passa a ser ocupado pelos televisores, que reunia a família em torno de suas atrações. Mas, com a característica da mobilidade a seu favor, o rádio ganha um “jargão” que se manteve ao longo das décadas, de “companheiro”, “amigo” de todas as horas. Essa possibilidade começa a ser explorada pelos comunicadores de programas popularescos, aqueles que falam fazendo referência à ‘amiga dona-de-casa’, “explorando trivialidades do dia-a-dia, com conselhos de relacionamento amoroso, culinária, astrologia ou vida particular de artistas” (FERRARETTO, 2000, p. 45).

Desde então, o rádio vem se reinventando em termos de formatos, conteúdos, operacionalização, etc. O jornalismo e a prestação de serviço tornaram-se basilares para

o novo cenário radiofônico pós-televisão, garantindo maior interatividade com os ouvintes (PORCHAT, 1989, p.16). Notícias sobre o cenário político brasileiro, informações policiais, incluindo dramatização com personagens, enfim, fatos cotidianos impulsionam o jornalismo nessa mídia, que buscou maior proximidade com o cotidiano dos ouvintes. Nos anos 70 e 80 houve o *boom* das emissoras FM, cativando o público que passou a ouvir uma programação essencialmente musical, voltada para o público jovem, com som de melhor qualidade, linguagem descontraída, e sorteio de brindes. A programação marcada por conversa e participação do ouvinte ficou destinada às emissoras AM, mais populares. Anos depois da consolidação das FMs, rádios de faixas AM passaram a transmitir sua programação simultaneamente também em FM, associando a melhor qualidade de som da FM com a maior abrangência de irradiação da AM.

Na década de 80, outra mudança diferenciada foi a segmentação e a especialização das emissoras para atender a diversos públicos. Outra estratégia de inovação veio, nos anos 90, com a criação das emissoras *all news*²⁴, com informações 24 horas, tornando a *performance* do radiojornalismo ainda mais marcante, a exemplo de emissoras afiliadas da CBN - a pioneira neste segmento (tanto na faixa AM quanto na FM), Jovem Pan; Eldorado, entre outras. Na mesma fase, foi implementada a formação de redes, expandindo um canal para uma multiplicidade de ouvintes, sendo assim, outra grande inovação. Grandes corporações criaram emissoras filiais em vários estados para amplificar a irradiação de suas transmissões.

A partir daí, o jornalismo teve uma crescente participação na programação. Com as transformações do jornalismo radiofônico, o ouvinte passa a assumir uma característica mais determinante de agente ativo no processo comunicativo. Ele busca cada vez mais informações diretamente ligadas ao seu cotidiano, pauta a produção das notícias e participa como personagem dos acontecimentos. “A participação do ouvinte como repórter em programas informativos manifesta o diálogo permanente firmado entre emissoras e seu público”, assinala Sônia Virgínia Moreira (2003, p.10).

Durante muito tempo, o rádio destacou-se também por dar as notícias em primeira mão pela facilidade da transmissão “ao vivo”, ou seja, entrar no ar na programação com as notícias no momento da ocorrência do fato. Afinal, para veicular uma notícia ao vivo bastava contar com um aparelho telefônico, preferencialmente o

²⁴ Emissoras dedicadas exclusivamente a veiculação de notícias.

celular ou um radiotransmissor acoplado ao carro da emissora²⁵ para o repórter responsável por uma determinada cobertura, seja de uma reportagem sobre problemas de bairro, de manifestações, de incêndios, acontecimentos políticos, policiais, etc. A televisão também criou aparatos tecnológicos para entrada ao vivo, todavia, a infraestrutura de uma transmissão deste porte mobiliza uma grande equipe na rua e no estúdio para tal operacionalidade, incluindo carros especiais como vans, dentre outros aparatos. Com o surgimento da internet, tornou-se possível transmitir as notícias em “tempo real”, em geral com mais agilidade que no rádio, por meio de dispositivos móveis como o celular e o computador. Aliás, assim como a televisão, a internet se apropriou da linguagem radiofônica para criar sua forma de se comunicar com o público, utilizando textos e falas objetivas, sintéticas. Aos poucos, principalmente com as redes sociais, passou a existir um vocabulário próprio da linguagem virtual, uma narrativa transmídia.

2.3 Radiomorfose: uma reinvenção do rádio na comunicação em rede

Diante do novo ambiente comunicacional na sociedade em rede, o rádio, novamente, teve de se ressignificar, já que “é incontestável a tendência atual de adesão dos meios de comunicação tradicionais ao ambiente da Internet e dos dispositivos móveis” (DEL BIANCO 2016, p. 36), em função da convergência de mídias entendida como um processo cultural, além da mudança tecnológica. Na atualidade, além do sistema hertziano, o ambiente virtual contribuiu para o surgimento do novo modelo de rádio, a webradio, radiofonia via internet, criado nos Estados Unidos, em 1995, e três anos depois no Brasil. Segundo Prata (2007, p. 6), o grande diferencial da webradio²⁶ é o suporte, para além do aparelho tradicional, já que o acesso passou a ser feito por dispositivos eletrônicos. Dessa forma, pode-se dizer de dois modelos de radiofonia no Brasil, que são as “emissoras hertzianas”, com presença na internet ou no modelo tradicional de transmissão, e as Webradio, veiculadas especificamente na internet

²⁵ Como os “amarelinhos” da Rádio Globo, uma das primeiras emissoras de rádio a investir nessa tecnologia voltada para as equipes de radiojornalismo.

²⁶ Existem no Brasil, atualmente, centenas de rádios na internet, que oferecem, além da transmissão em áudio, sites das emissoras com informações e imagens da programação da emissora, *chats*, *podcast*, serviços de busca, fotografias dos locutores, biografia de artistas, letras de música, tabela de preços de publicidade, entre dezenas de outros atrativos, além da transmissão ao vivo por vídeo da programação (PRATA, 2007, p.11- 12). Existe uma variedade de emissoras voltadas para perfis distintos de públicos como as rádios evangélicas, católicas, comunitárias, universitárias, públicas, dentre outras.

(PRATA, 2007, p. 10).

Essa reconfiguração do velho invento de Marconi é conceituada por Prata (2008) como “radiomorfose”, que, na fala da autora, é o empréstimo do vocábulo *mediamorphosis* cunhado por Roger Fidler (1997), que simboliza metafóricamente o processo de adaptação dos meios tradicionais às novas tecnologias, como forma de sobrevivência num processo de mudança cultural. Essa teoria é aplicável ao rádio em várias fases de reconfiguração, como no advento da televisão, quando superou o impacto tecnológico da nova mídia, nos anos 50, e buscou uma nova linguagem, como discutidos anteriormente. Da mesma forma que diante do surgimento da TV o rádio não morreu, mas se reconfigurou, a mesma radiomorfose continua ocorrendo no enfrentamento do impacto das novas tecnologias. O rádio busca “uma readaptação e encontra seu caminho numa nova linguagem, especificamente desenvolvida para os novos suportes” (PRATA, 2008, p. 60-61).

A radiomorfose, na visão de Prata (2008), ocorre por “vários caminhos”, com destaque para dois pilares, os gêneros e a interação. Foram as categorias basilares da tese ‘Webradio: novos gêneros, novas formas de interação’, que investigou 30 emissoras agrupadas em três grandes grupos (rádios hertzianas, hertzianas presentes na internet, e Webradio). A autora explica que nesse processo de metamorfose, “os gêneros do rádio tradicional se ressignificam, ganhando novas características, enquanto as formas de interação passam a ser configuradas a partir de especificidades do novo suporte” (PRATA, 2008, p. 61). Assim, pode-se afirmar, na dimensão da radiomorfose, que

o rádio na Web repete as fórmulas e os conceitos hertzianos, velhos conhecidos do ouvinte, pois é pela repetição que o público se reconhece. Mas, ao mesmo tempo, insere novos formatos, enquanto reconfigura elementos antigos, numa mistura que transforma o veículo numa grande constelação de signos sonoros, textuais e imagéticos (PRATA, 2008, p. 61).

Nas emissoras hertzianas, a autora não constatou muitas novidades em relação a gênero e interação. Apontou somente o *email*, já usado há algum tempo por elas. Já no segmento de emissoras hertzianas com presença na internet, a pesquisa identificou uma evolução da forma tradicional de irradiação para o suporte virtual, buscando oferecer aos ouvintes novas formas de gênero e de interação. Observou-se nos sites desse tipo de emissora, a transmissão online, e a inserção de elementos textuais e imagéticos – o que

inclui a apresentação audiovisual, ou seja, numa conjunção do áudio com a imagem da programação em tempo real. Isso mostra “que não se trata de uma mera página para exposição da empresa na rede de computadores, mas radiofonia num novo suporte” (PRATA, 2008, p. 196). Portanto, de imediato já é possível perceber um avanço nas relações interacionais tendo em vista que em um passado recente o contato com as emissoras ou locutores eram feitas somente mediante ligações telefônicas ou envio de cartas.

Os tradicionais gêneros hertzianos, veiculados também no ambiente virtual, de forma híbrida, são outros exemplos de radiomorfose, no entendimento da autora, ao sinalizar, ainda que a Webradio abriga formatos antigos, novos e híbridos representando o que seria uma constelação de gêneros. Ainda nesse segmento, além da programação online, os sites também disponibilizam letras de música e o ranking das mais tocadas, loja virtual e arquivo de áudio, texto e vídeo. De acordo com Prata (2008, p. 197), a interação ainda ocorre de forma tradicional “com a participação do ouvinte na programação, com a utilização principalmente do telefone e do email”. Quando presentes na Web, muitas emissoras se apropriam de novas ferramentas, dentre elas seções específicas para contato com usuários, e, ainda espaços específicos nos site para anunciantes, enquete, disponibilização de conteúdo, cadastro para pedidos de músicas, além de promoções, forte estratégia de atrativo da audiência.

No seguimento das Webrádios, existe uma repetição do modelo hertziano mas reconfigurado para o meio digital, com “novos elementos textuais e imagéticos e algumas tentativas também de uma nova linguagem” e novas formas de interação, como no chat pelo qual “o usuário pode interagir com o locutor do horário e ambos podem se ver pela webcam” (PRATA, 2008, p. 197-198). A autora reforça que em alguns casos “a programação não é determinada pela emissora, mas sugerida e construída a cada dia com a participação do público” e o ouvinte, “tem incontáveis opções de canais de áudio, demonstrando a força da segmentação” (PRATA, 2008, p. 198). A autora menciona vários outros exemplos de interação. Na web, a reportagem, um dos gêneros mais expressivos do rádio, pode vir ancorada com vídeos, fotografias sobre o assunto, textos, hipertextos com dados sobre a questão levantada, icnografia colorida e até informações adicionais que podem ser acessadas por links. Na notícia de utilidade pública, por exemplo, é possível contar com fotografia de uma pessoa desconhecida, para além do áudio e do texto disponibilizados no site da emissora.

A interação ocorre nas webrádios pesquisadas de três maneiras: “entre usuários; entre usuários e a emissora; e entre a emissora e o anunciante”. O *chat* é apontado pela autora como a grande novidade na interação entre os usuários, “com salas de bate-papo temáticas, onde as pessoas podem entrar sair à vontade”. Outro destaque é o fórum, “com vários tópicos de discussão, sobre os mais variados temas” (PRATA, 2008, p. 200). Na relação entre público e emissora, as novidades são diversificadas como

o cadastro do ouvinte, informações gerais sobre a rádio, serviço de busca, acesso a *downloads* diversos, jogos via web, disponibilização de formulários para contato, seções como “Dê nota para a rádio” e “Dê nota para o site”, disponibilização de clipes, hospedagem de sites e até um formulário para ser preenchido por quem deseja fazer pedido de oração (PRATA, 2008, p. 201).

Além disso também são oferecidos espaços para tocar músicas de artistas iniciantes, com envio de CDs ou DVDs para divulgação; espaço para testemunhos de fé, participação em enquetes, dentre outras possibilidades. Já a interação entre empresa e anunciante permite novos formatos como “a produção gratuita de material publicitário e link com a tabela completa de preços de comerciais na rádio” (PRATA, 2008, p. 200).

Esse redesenho do rádio no suporte virtual é um novo modelo de radiofonia. A exemplo do que ocorreu com o advento da televisão, na década de 50, quando o rádio estava fadado ao desaparecimento por previsões apocalípticas diante da competição de uma mídia imagética, a invenção da internet não representa o fim, mas uma nova era. Prata (2008, p. 205) sinaliza que isso vem acontecendo por meio de “nova linguagem, novos signos textuais e imagéticos, novo suporte, novas formas de interação e presença de gêneros reconfigurados, alguns do velho modo hertziano e outros novos nascidos das modernas tecnologias”. Essa reconfiguração, portanto, é viabilizada pela “radiomorfose”. Contudo, da mesma forma que a televisão nos seus anos iniciais não tinha uma linguagem específica, adotando como estratégia a apropriação do conteúdo radiofônico, a rádio na internet também convive com vários formatos, incluindo o modelo hertziano, mas vem evoluindo para um caminho peculiar.

Os novos gêneros e as novas formas de interação, conforme já assinalamos, demonstram a desenvoltura dessa roupagem diferenciada que vem sendo delineada na radiofonia. Como agente facilitador tem-se a mobilidade proporcionada por aparatos modernos de conexão com o ambiente de convergência de mídias, compartilhado por

novos e velhos meios de comunicação. A primeira forma de mobilidade do rádio foi possível com o transistor, na década de 50, exatamente com o surgimento da televisão, livrando o aparelho de fios e tomadas e permitindo que o ouvinte levasse seu aparelho portátil para qualquer espaço. Na atualidade, a nanotecnologia permite outros avanços, como a criação de dispositivos cada vez menores e mais fáceis de carregar dentro e fora de casa, no trabalho, nas atividades físicas, de lazer, em viagens, além do carro – um dos primeiros avanços no aspecto da mobilidade. Essa mobilidade tem a vertente da facilidade de acesso por parte do público e também das formas de transmissão, agora não mais limitadas a um raio de ação de emissoras sintonizadas pelo dial. As emissoras de rádio no circuito virtual cortam fronteiras, saem dos locais de origem, entram nos lares dos cidadãos, dos rurais, e ocupam dimensões mundiais.

Assim, o rádio conta com a vantagem de ser um “espaço privilegiado de cumplicidade, de proximidade de interação” com seu público e agora enfrenta o desafio da busca da audiência nos ambientes físicos e virtuais. Nesse sentido, Martinez-Costa e Prata (2016) apresentam no artigo “o rádio em busca da sua audiência: rumo a uma escuta diversificada de multiplataforma” alguns produtos e serviços sonoros de radiofonia, que mostram o esforço constante do rádio na conquista da audiência em velhos e novos ambientes. A pesquisa aponta para oito categorias inovadoras nessa radiomorfose: apostas por suportes alternativos; conteúdo transmídia; visualização da informação; iniciativas sociais; novas plataformas sociais de emissão; *Brand* radio; reconfiguração de conteúdos através de novos negócios; expansão e explosão do *podcast*.

Na dimensão dos conteúdos transmídias²⁷, dois exemplos foram citados pelas pesquisadoras: a telenovela da Rede Globo *Êta mundo bom!*, ambientada nos anos 40-50, época de ouro da radiofonia brasileira. Dentro da telenovela, os personagens acompanhavam as edições da radionovela *Herança de ódio*. Estrategicamente, a TV Globo também transmitiu a radionovela para os ouvintes da Rádio Globo, com episódios três vezes por semana. Na Espanha, um conteúdo similar é o programa de rádio online *Morning Glory*, derivado de uma série televisiva. A protagonista, cuja tarefa é cuidar de um consultório sentimental, trabalha numa emissora de rádio. Para

²⁷ O termo transmídia, como já explicamos anteriormente neste artigo, é uma narrativa que “consiste em contar uma história através de múltiplas plataformas e formatos, utilizando os recursos próprios de cada meio para desenvolver e expandir a história, e incluindo a participação e contribuição dos usuários (MARTÍNEZ-COSTA, 2015).

Martínez-Costa e Prata (2016), essa experiência transmídia dá resultados, “viraliza nas redes sociais e aspira a competir com os *Morning shows* das emissoras especializadas.

Uma verdadeira ginástica tem sido feita pelas empresas radiofônicas para garantir a visualização de imagens e fidelizar ainda mais seu público, oferecendo conteúdos imagéticos nas novas plataformas. Dentre elas, o uso complementar de dados, como o caso do programa espanhol *Hora 14*, da Cadena SER, que ofereceu uma cobertura diferenciada da crise dos refugiados, apresentando, além de informações convencionais, gráficos e mapas interativos associados com sons de arquivo das emissoras. No Brasil, a Rede Jovem Pan, por exemplo, transmite o *Jornal da Manhã*, de segunda a sábado, das 5 às 10 horas, tendo como inovação o acréscimo de conteúdo visual às notícias em áudio, como parte do conceito da empresa “rádio com imagem”. O impacto foi tão importante que “a estrutura física da emissora foi modificada e o estúdio de jornalismo ganhou agora uma área exclusiva para a produção de vídeos” (MARTÍNEZ-COSTA; PRATA, 2016, p. 6).

Imagine uma situação em que o rádio é o único meio de comunicação que pode chegar em comunidades afetadas em situações de emergência. As iniciativas sociais marcam uma outra estratégia de radiofonia. Um exemplo desvendado por Martínez-Costa e Prata (2016, p.7) foi a Oficina Nacional de Emergencia do Chile (ONEMI), no país que concentra 30% da energia sísmica mundial, fabricou um receptor de rádio solar que integra o kit de emergência de famílias chilenas, capaz de receber “transmissões de FM e é feito de papelão, que pode ser dobrado y guardado, de fácil distribuição entre a população e com energia garantida pelo papel solar do qual ele é fabricado”.

Martínez-Costa e Prata (2016) sinalizam a expansão e explosão do *podcast*²⁸ como outro exemplo dentro do novo modelo de escuta e de consumo do rádio. Os *podcasts*. Martínez-Costa e Prata (2016, p.12-13) explicam que “após o êxito da primeira temporada de *Serial*, nos Estados Unidos, grupos de comunicação como o The New York Times decidiram investir no desenvolvimento de produtos *podcast*”. A intenção foi seguir o mesmo caminho de outros periódicos como The Guardian e The Wall Street Journal, “centrados em atrair verbas e ouvintes em grande escala”. Na Espanha, um dos exemplos desse investimento é o *Podium Podcast*, da empresa Prisa

²⁸ *Podcast*, de uma forma simplificada, “é como um programa de rádio, porém sua diferença e vantagem primordial é o conteúdo sob demanda. Você pode ouvir o que quiser, na hora que bem entender. Basta acessar e clicar no play ou baixar o episódio”. Informações disponíveis em: <<https://mundopodcast.com.br/artigos/o-que-e-podcast/>> Acesso em: 20 jan. 2018.

Rádio. Trata-se de uma “rede viva e flexível com ofertas sonoras à escolha do público, que se adapta às necessidades de cada ouvinte e oferece conteúdos de produção própria de todas as emissoras da Prisa Radio na Colômbia, México, Chile, Argentina e Espanha”. São narrativas radiofônicas produzidas especificamente para a internet, voltadas para temáticas “ficção, jornalismo, entretenimento e essenciais”.

Desta forma, percebe-se como o rádio tem tido uma trajetória de reinvenção, adaptando-se às novas tecnologias e mantendo-se acessível aos indivíduos, mesmo que não mais no formato hertziano tradicional. O rádio se ressignificou na atualidade de formas diversificadas em sua “radiomorfose”, adotando uma variedade de formas de escuta e de consumo offline e online, combinando modelos tradicionais e novas narrativas no cenário de convergência de mídias. Agora, cabe investigar se a mídia radiofônica continua presente no cotidiano dos brasileiros, incluindo os rurais. É o que verificaremos com os dados da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios (PNAD).

3. METODOLOGIA

Utilizou-se como procedimento metodológico, neste artigo, a extração dos dados secundários da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios (PNAD), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), relativos aos domicílios com rádio, televisão, computador e celular, entre 2005 e 2013, no Brasil e em Minas Gerais. A PNAD começou a ser realizada em 1967 com levantamentos trimestrais, e anualmente a partir de 1971. Contudo, foi somente em 2004 que os dados agregaram informações das áreas urbana e rural para todo o país. No que diz respeito especificamente aos dados sobre as TIC, estes começaram a se diversificar em 2005. Na edição de 2013, a PNAD ampliou os dados coletados de TIC, sobretudo em relação à Internet e ao acesso ao sinal de Televisão, visando à orientação da migração do sinal analógico para o digital (PNAD, 2015).

A PNAD adota um plano amostral estratificado e por conglomerado com um, dois ou três estágios de seleção, dependendo do estrato. Por conta disso, algumas questões incluídas na PNAD são realizadas tendo como foco o domicílio enquanto outras, os moradores. Como a PNAD não inclui no questionário de pessoas questões

sobre uso de celular ou de televisão, ela o faz apenas no questionário de domicílios. Por isso, é necessário fundir os dois questionários para saber quantas pessoas habitam em domicílios que possuem rádio, celular ou televisão, ou ainda microcomputador – o que não significa o mesmo que dizer que cada morador de um dado domicílio, individualmente, possui celular, ou televisão, ou microcomputador. Foi exatamente este o procedimento adotado neste artigo para compor o banco de dados da PNAD. Assim, para juntar os dois questionários, de pessoas e de domicílios, foram usados os identificadores de controle (variável V0102) e série (variável V0103) das bases, que identificam áreas amostrais e domicílios únicos: a primeira variável indica nos dois questionários o local onde está cada um dos milhares de domicílios incluídos na amostra, e a segunda variável corresponde a um identificador (ID) único de cada domicílio. Isto feito, as proporções e cruzamentos foram realizados diretamente.

As proporções e percentagens relatadas foram calculadas a partir de pesos amostrais, e isto pela mesma razão apontada anteriormente: como a amostra da PNAD é complexa, alguns domicílios (geralmente urbanos) são sub representados na amostra final. De forma geral, este peso equivale a um número, atribuído a cada indivíduo no questionário de pessoas: por exemplo, uma pessoa com peso de 420 representa cerca de outras 420 pessoas na população brasileira com perfil semelhante, assim como uma pessoa com peso de 200 na amostra representa cerca de outras 200 com perfil semelhante. Estes pesos são calculados pelo próprio IBGE para evitar as distorções da amostra (BARBOSA, 2014; SILVA; PESSOA; LILA, 2002). Para calcular o total de pessoas numa dada categoria (mulher que habita no meio rural, por exemplo), foram somados os pesos de todas as pessoas que i) são do sexo feminino e ii) habitam no meio rural. Como os pesos do IBGE são estimados a partir de dados do Censo, os valores totais foram arredondados. Pode-se afirmar, assim, que existem *cerca de* 2 milhões de pessoas numa dada categoria, mas não é recomendável afirmar categoricamente que existem 2.123.345 pessoas numa dada categoria. Proporções e percentagens foram, desta forma, calculadas por média ponderada:

$$Proporção = \frac{\sum_{i=1}^n C elular_i P eso_i}{\sum_{i=1}^n P eso_i}$$

Nesta fórmula, o *Celular_i* é uma variável binária que indica se a pessoa *i* mora num domicílio que possui (1) ou não (0) celular (ou qualquer outro bem) e *Peso_i* indica o peso amostral da pessoa *i* no questionário de pessoas da PNAD. A maior dificuldade ao trabalhar com desenhos amostrais complexos como o do PNAD é a de estimar intervalos de confiança para as estimativas feitas, já que os métodos paramétricos de mensuração de incerteza para amostras simples ou estratificadas não servem nestes casos. Os resultados, portanto, são mais bem utilizados como um conjunto de fotografias, para ver padrões mais gerais. Por causa da incerteza das estimativas (e da falta de um método apropriado para calcular intervalos de confiança), interpretar pequenas mudanças entre um ano e outro não é algo recomendado. Por isso, neste artigo, optou-se pela análise longitudinal, compreendendo um período de nove anos da PNAD.

Como dito anteriormente, usar os dados da PNAD para calcular diretamente erros, variação e intervalos de confiança não é algo recomendável (BARBOSA, 2014). Como nas amostras aleatórias simples (AAS), as amostras complexas permitem que a inferência estatística de estimativas pontuais (totais, médias, razões, proporções etc.) possa ser feita normalmente, desde que mediante a aplicação de pesos – se a amostra não for autoponderada, como é o caso da PNAD (SILVA; PESSOA; LILA, 2002).

4. RESULTADOS E ANÁLISE

A análise do espaço ocupado pelo rádio no cotidiano dos rurais em meio à presença das novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) possibilita a percepção da forma como a cultura local incorpora as influências advindas da Sociedade Urbano-Industrial-Informacional na sua vida. Observou-se através da análise longitudinal, entre os anos de 2005 a 2013, a tendência de queda da presença do rádio em domicílios brasileiros, incluindo os rurais. A partir de 2009 notou-se, mais intensamente, a diminuição do número de casas com a mídia radiofônica²⁹. É o que sinaliza a Figura 1:

²⁹ Vale lembrar que, em 2010, a PNAD foi interrompida em função da realização do Censo Demográfico do mesmo ano. Portanto, os dados deste ano não constam nesta análise. Todavia, a presença de rádio, televisão e celular nos domicílios brasileiros, neste ano, está contemplada na análise de Rodrigues (2017), referente à varredura dos censos demográficos de 1960 até 2010.

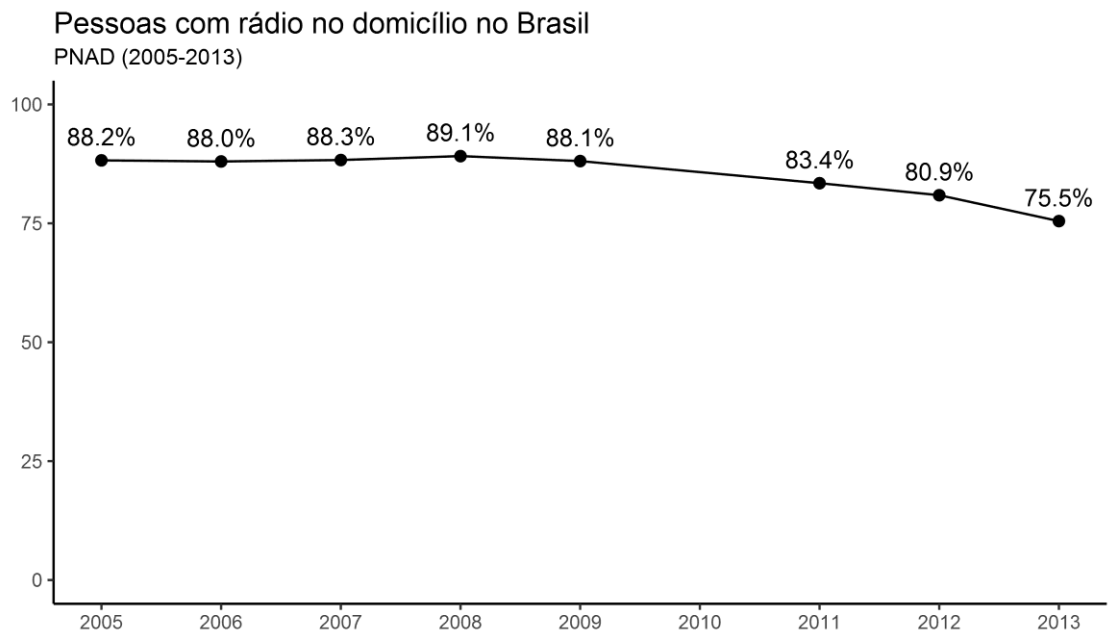


Figura 1 – Gráfico de Pessoas com rádio no domicílio no Brasil

Fonte: elaborado pelas autoras com base em PNAD (2013).

A Figura 2, apresentado a seguir, revela a mesma tendência de queda no número de domicílios mineiros com rádio observada em nível de Brasil. Em ambos os casos, os dados incluem residências urbanas e rurais. Todavia, embora o Estado tenha apresentado aproximadamente dez pontos percentuais de queda em relação ao número de domicílios com rádio, caindo de 91,6%, em 2005, para 82,3%, em 2013, observa-se que esta queda foi menor que a encontrada no cenário nacional. Tal fato pode apontar para os traços de ruralidade persistentes na cultura mineira, tal como o constatado por estudos como o de Braga (2015). No que diz respeito ao cenário em Minas Gerais, várias pesquisas dentre elas as realizadas e organizadas por Nair Prata relatam a fidelidade do ouvinte mineiro ao rádio. No estudo desenvolvido por Prata (2002), foi detectado que a manutenção da audiência da emissora analisada estava ligada a cinco fatores determinantes, entre eles destaca-se a tradicionalidade, uma marca forte do mineiro.

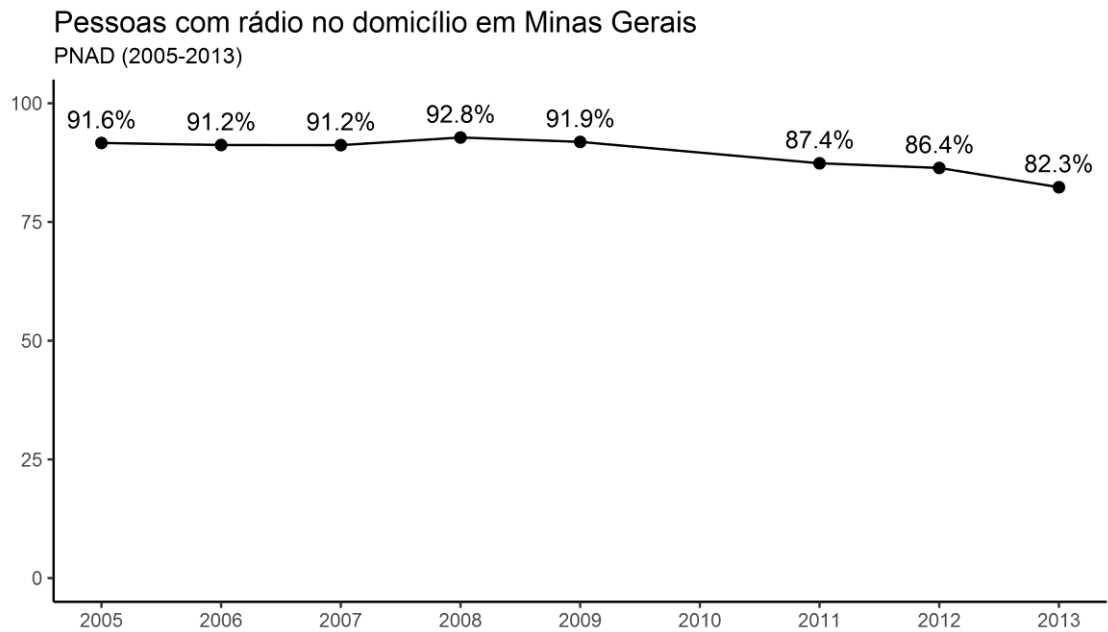


Figura 2 - Gráfico de Pessoas com rádio no domicílio em Minas Gerais

Fonte: elaborado pelas autoras com base em PNAD (2013).

Para melhor comparativo, o gráfico a seguir sintetiza os dados comparativos entre Brasil e Minas Gerais, no que diz respeito à presença do rádio nos domicílios dos meios urbano e rural.

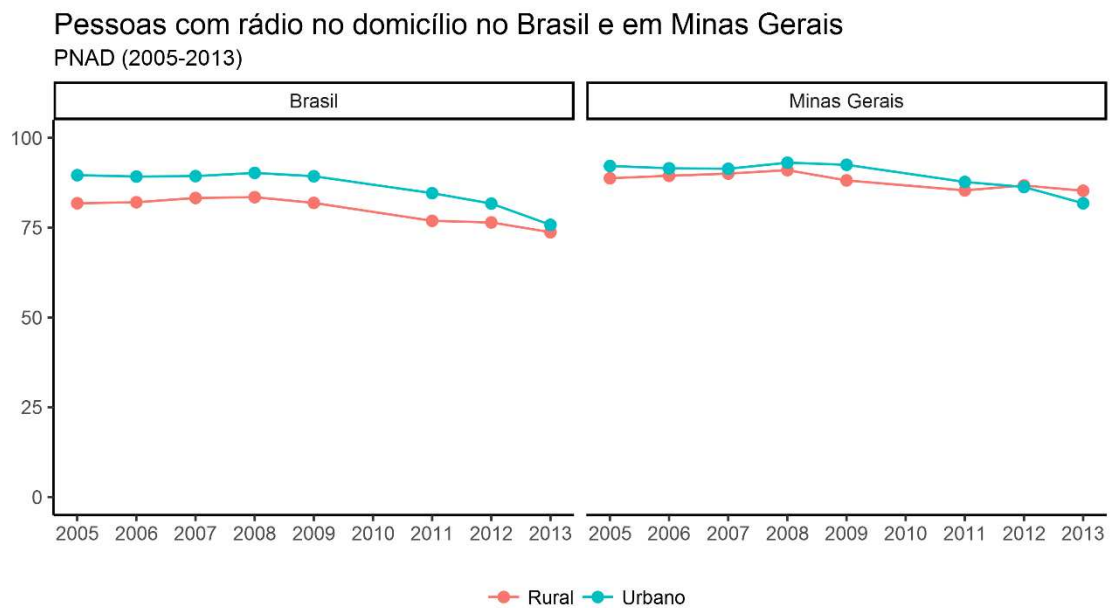


Figura 3 – Gráfico de Pessoas com rádio no domicílio no Brasil e em MG, meios rural e urbano

Fonte: elaborado pelas autoras com base nos dados da PNAD (2013).

É importante destacar, no entanto, que estes dados se referem à queda da presença do rádio hertziano, modelo de aparelho com suporte tradicional do tipo à pilha

e eletricidade, o qual é analisado pela PNAD. Contudo, atualmente, além do sistema hertziano, o ambiente virtual contribuiu para o surgimento do novo modelo de rádio, a webradio, radiofonia via internet, criado nos Estados Unidos, em 1995, a qual chegou no Brasil três anos depois (PRATA, 2007, p. 10). Os dados apresentados anteriormente, nos Gráficos 1 e 2, podem estar a indicar o que Prata (2008) caracterizou como “radiomorfose”, ou seja, o processo que simboliza metaforicamente o processo de adaptação dos meios tradicionais às novas tecnologias, como forma de sobrevivência num processo de mudança cultural.

Essa teoria é aplicável ao rádio em várias fases de reconfiguração, como no advento da televisão, quando superou o impacto tecnológico da nova mídia, nos anos 50, e buscou uma nova linguagem, como discutimos anteriormente. Da mesma forma que diante do surgimento da TV o rádio não morreu, mas se reconfigurou, a mesma radiomorfose parece se manifestar com o advento das novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC). Embora a presença do rádio hertziano nos domicílios brasileiros tenha diminuído em face à presença das TIC, ele continua presente em porcentagem superior a 70% e faz-se necessário aprofundar as investigações acerca da possibilidade de estar ocorrendo uma readaptação do mesmo a uma nova linguagem desenvolvida para os novos suportes” (PRATA, 2008, p. 60-61). No caso específico de Minas Gerais, pode-se observar na tabela 1, apresentada a seguir, a qual foi elaborada por Rodrigues (2017) com base nos dados dos censos demográficos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) da década de 1960 até 2010, a mesma situação observada em nível de Brasil, a manutenção do rádio tradicional nos lares mineiros, embora a partir de 2010 o rádio tenha perdido espaço para a televisão. A tabela ainda evidencia a expressiva presença do celular nos domicílios rurais.

Tabela 1- Posse de bens de consumo em Minas Gerais

Bem	1960	1970	1980	1991	2000	2010
Televisão	0,1	1,2	11,9	34,9	65	88,8
Geladeira	0,7	1,6	6,4	25,9	55,7	86,3
Rádio	9,3	41,4	77	77,5	85,5	83,5
Celular	-	-	-	-	-	64,8
Maq. Lavar (automática ou semiautomática)	-	-	-	7,6	8	15,3

Computador	-	-	-	-	0,9	8,3
Internet	-	-	-	-	-	5,4
Telefone fixo	-	-	0,7	1	3,3	4,5
Veículo (carro ou moto)	-	2,6	7,5	11,2	23	30,8

Fonte: Rodrigues (2017).

A presença do celular no meio rural aponta, de fato, para a possibilidade deste poder servir de suporte para que os habitantes do campo explorem novas formas de audiência. O rádio tem criado outras facetas para além daquela vinculada ao aparelho tradicional de escuta, irradiando-se na internet e podendo ser ouvido pelo celular. O rádio já conta com novas plataformas sociais de emissão, ou seja, está “em espaços originalmente pensados para a comunicação interpessoal ou para as redes sociais”, segundo (MARTÍNEZ-COSTA; PRATA, 2016, p. 6). O radialista brasileiro, Marcos Wor criou uma versão de rádio para o WhatsApp, a Rádio Voice³⁰, que funciona com o pedido de música dos participantes do grupo e a partir de cada solicitação, o administrador fala sobre o pedido da música e envia o áudio para todos os integrantes, que podem baixar o arquivo. Atualmente, a Rádio Voice funciona com três programas: *Manhã Notícia*, *Tarde Sertaneja* e *flash Back*. Quando o programa está prestes a começar, o radialista sinaliza para os participantes informando que a atração entrará “no ar” e, quando termina, muda novamente para a posição “off”.

Outro exemplo brasileiro é de estudantes de Jornalismo da Faculdade Cearense. Eles criaram a Rádio Zap, que funciona com programas de curta duração, de até dois minutos, que circulam no *WhatsApp* nos intervalos de aula. Trata-se de um espaço de experimentação no qual os jovens utilizam linguagem informal e bem humorada. A transmissão radiofônica também está na plataforma *Facebook*, com um conteúdo voltado para o público feminino. A Rádio Ella FM foi uma invenção do empresário Vladimir Batalha, em 2012, com o objetivo de oferecer conteúdo para o universo feminino durante a navegação das mulheres na internet. Com nove programas de temas variados como tecnologia, brincadeiras, vida financeira, dentre outros, a programação não tem um horário específico, mas já conta com *podcasts*.

Nos estados Unidos, a mesma plataforma está sendo usada pela emissora da igreja católica, a Relevant Radio, cujo conteúdo é a transmissão de missas, uma

³⁰ A Rádio Voice pode ser acessada pelo telefone +55-17-99121-8387” (MARTÍNEZ-COSTA; PRATA, 2016).

estratégia do seu fundador e diretor da emissora, padre Francis Hoffman, que decidiu buscar os jovens aonde eles estavam mais presentes, ou seja, nas redes sociais. A busca do religioso por suas “ovelhas” faz sentido e obteve sucesso, tendo em vista que, de acordo com Martinez-Costa e Prata (2016, p.9), “as redes sociais da emissora têm entre 12 e 15 milhões de visitantes únicos a cada semana e 85% deles são menores de 35 anos”. Os negócios também fazem parte das novas configurações do rádio. No ambiente corporativo tem sido criadas emissoras com perfil direcionado para atender empresas específicas, constituindo o que é classificado como *brand radio*. Duas emissoras brasileiras são exemplos disso: a Rádio Luiza, vinculada ao Magazine Luiza, empresa com 740 lojas e oito centros de distribuição em 16 estados, especializada em vendas de móveis, eletrodomésticos, equipamentos de informática e outros produtos. A empresa criou, em 2005, vários canais de comunicação: Rádio Luiza, TV Luiza e Portal Luiza. A vertente radiofônica funciona 24 horas por dia, por meio de um *software* e está voltada especialmente para os funcionários com o objetivo de entreter e repassar informações institucionais a esse público alvo. A outra emissora radiofônica a adotar estratégia semelhante foi a CCR FM, emissora destinada para um público distinto: usuários da rodovia Presidente Dutra, que liga os estados do Rio de Janeiro e São Paulo. Também conhecida como CCR NovaDutra FM e FM NovaDutra, a emissora é coordenada pela empresa concessionária da rodovia, e funciona no dial, na faixa FM, na frequência FM 107,5 MHz no percurso da estrada. Quem passa de carro no local, principalmente os caminhoneiros, sintoniza para receber orientações de trânsito na emissora que tem como conceito publicitário o slogan: “a única rodovia que fala com você” (MARTÍNEZ-COSTA; PRATA, 2016, p. 10).

Percebe-se, assim, que para garantir a sustentabilidade, muitas emissoras de rádio têm buscado a reconfiguração de conteúdos e atingido o público, inclusive o rural, de forma bastante inovadora em relação ao tradicional rádio hertziano. É o caso da Webradio Pelo Mundo, criada em 2004, e acabou sendo convertida em uma agência de produção de conteúdo digital, operando, atualmente, em seis segmentos: produção e transmissão da emissora; criação e produtos de TVs corporativas; criação e produção de rádios corporativos; planejamento, criação, produção e desenvolvimento digital com foto em internet e meios digitais alternativos; criação e produção de conteúdo para celulares; e produção de conteúdo digital. Já a Rádio Itatiaia, de Belo Horizonte, que tem um público fiel na sua programação esportiva, principalmente o futebol, decidiu

investir em algo inusitado. Abriu um bar com a marca da emissora, Itatiaia Rádio Bar, um espaço destinado aos amantes do futebol. No bar, o público assiste programas de futebol num “maior telão de LED da cidade”, com espaço para 250 pessoas. Os frequentadores contam, ainda, conforme Martinez-Costa e Prata (2016, p.12) com outras atrações: shows, eventos como *stand-up*, palestras, mesas redondas sobre temas variados, programas para o público feminino, cursos, além de um acervo histórico da Itatiaia, que permite a escuta de entrevistas e notícias, além de recordação de gols mais importantes dos times de futebol. A Figura 4, apresentado a seguir, permite adentrar ainda mais os dados da PNAD, em nível de Brasil, referentes ao posicionamento do rádio no novo ambiente comunicacional de diversidade das mídias.

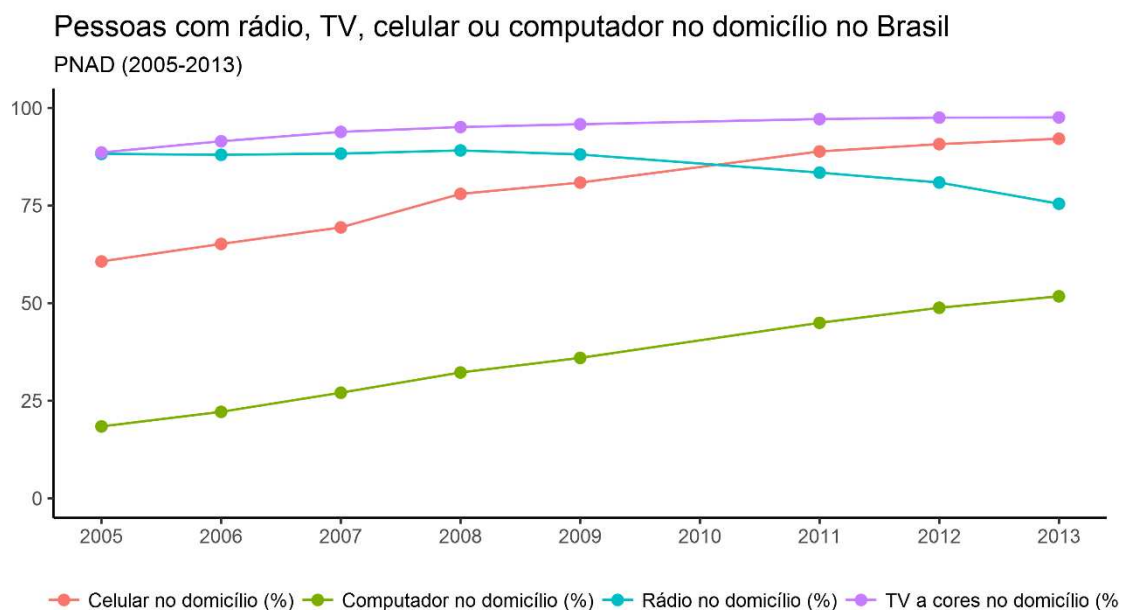


Figura 4 - Gráfico de Pessoas com rádio, TV, celular ou computador no domicílio no Brasil.

Os dados da PNAD assim como as pesquisas de Martinez-Costa e Prata (2016, p. 12) demonstram que o rádio vem sobrevivendo às inovações tecnológicas da contemporaneidade e mesmo se reconfigurando. Mas, se pelo lado das emissoras de rádio percebe-se uma movimentação voltada para a sua reinvenção, pelo lado dos ouvintes percebe-se um evidente processo de hibridismo cultural, em que o tradicional permanece como um suporte para a incorporação do novo. Embora os dados da PNAD não sejam referentes ao uso e sim a posse de aparelhos de comunicação nos domicílios, pode-se supor que a sociedade em rede se ergue através de um claro processo de

radiomorfose, adotando uma variedade de formas de escuta e de consumo de rádio, offline e online, combinando modelos tradicionais e novas narrativas no cenário da convergência de mídias. Em Minas Gerais, estado em que a presença do rádio hertziano nos domicílios é bem maior que em relação ao contexto nacional, a utilização do rádio multiplataforma mediante a presença de celulares e mesmo de computadores nas residências é uma possibilidade.

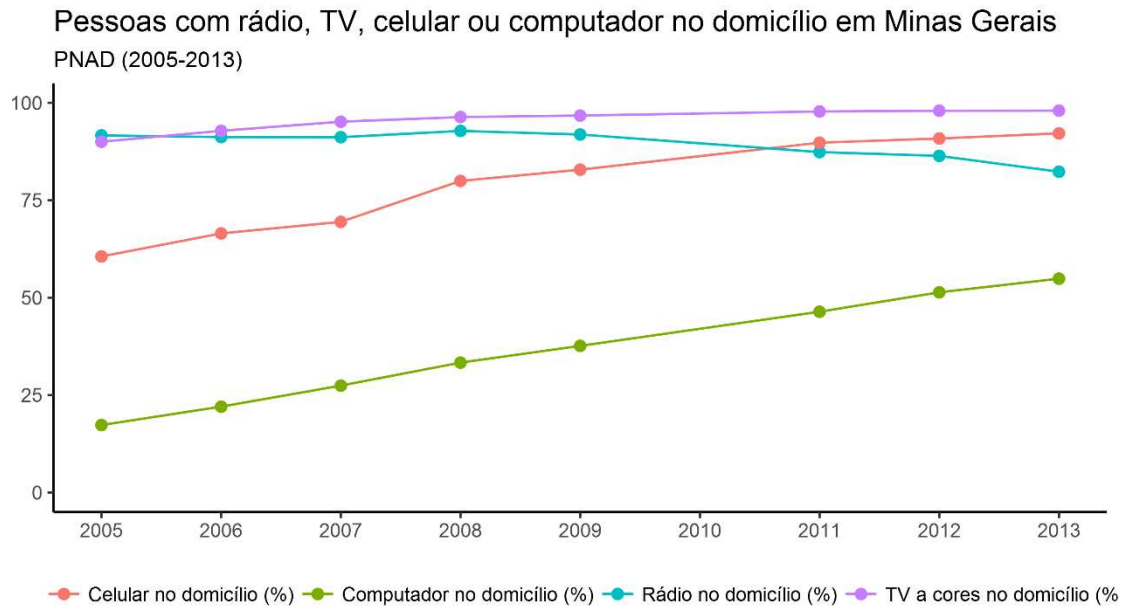


Figura 5 - Gráfico de Pessoas com rádio, TV, celular ou computador no domicílio em Minas Gerais

Mesmo com a supremacia da televisão, o celular tem lugar de destaque entre as mídias, se levarmos em consideração o crescimento da presença desse meio de comunicação nas residências. Possivelmente, isso está ocorrendo pela facilidade de comunicação com outras pessoas via telefonia móvel, cujo acesso tem sido facilitado pelo baixo custo, no caso de aparelhos mais simples, dentre outros fatores. Apresenta-se, a seguir, a Figura 6, o qual traduz a força do celular, coincidentemente, numa presença vertiginosa e similar tanto no Brasil quanto em terras mineiras:

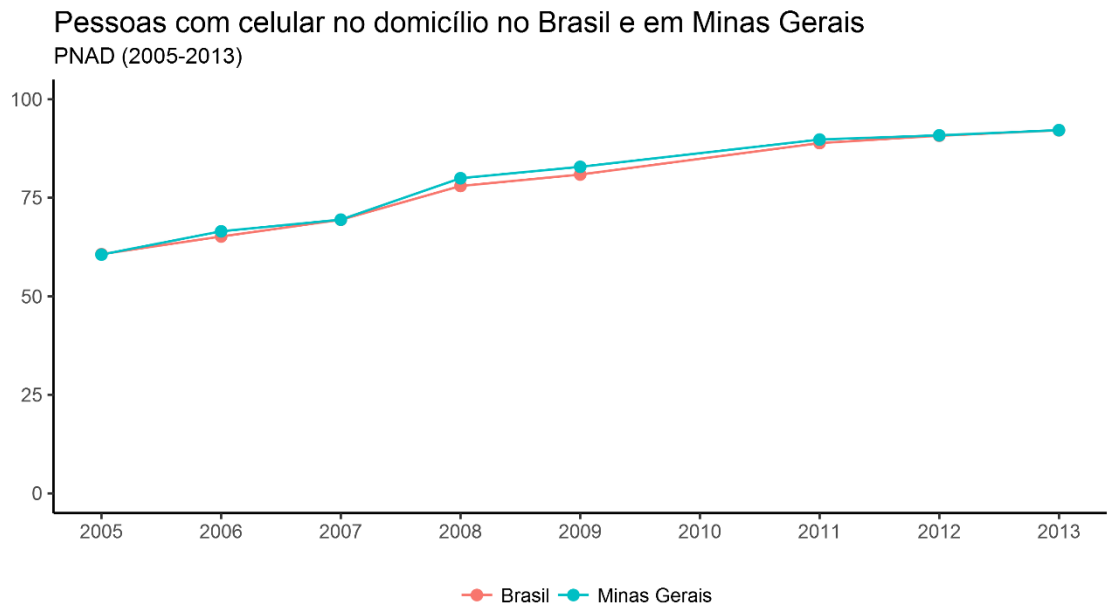


Figura 6 - Gráfico de Pessoas com Celular no domicílio no Brasil e em MG

Pelo que refletem os dados da pesquisa da PNAD e a teoria analisada neste artigo, este dispositivo móvel é marcante e sinalizador da “sociedade em rede” (CASTELLS, 2010) e a participação dos novos aparelhos e das mídias tradicionais no mesmo ambiente virtual constitui-se, de fato, na “comunicação em rede” (CARDOSO, 2007). Embora os dados da PNAD especificamente não demonstrem os usos dos meios de comunicação, tendo em vista limitar-se somente sobre aos dados de posse, de presença de equipamentos comunicacionais em domicílios, outros estudos apontam para a convergência de mídias (JENKINS, 2009), o que nos leva a apostar que o rádio tem sido acessado, para além dos aparelhos hertzianos, em diversas plataformas, como no computador e na televisão e vice-versa. Assim, pode-se supor que a radiofonia passa a constituir-se na “radiomorfose”, em suas múltiplas facetas para o uso de sua audiência no cenário de transformações coadunadas com um “hibridismo cultural” (CANCLINI, 2008) em relação aos avanços tecnológicos e as mudanças nas práticas comunicacionais dos sujeitos rurais.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise do espaço ocupado pelo rádio em meio ao espraiamento das TIC torna possível compreender os processos de transformação cultural pelos quais sociedades e culturas não hegemônicas passam mediante às influências socioculturais com as quais

entram em contato cotidianamente. Em sua trajetória histórica, a mídia radiofônica teve dois enfrentamentos e apesar das previsões apocalípticas de que sucumbiriam diante do surgimento da televisão e, mais recentemente, da internet, o rádio vem se reconfigurando. De acordo com os dados da análise longitudinal da PNAD apresentados neste estudo, esse veículo de comunicação mantém sua presença nos domicílios brasileiros e, principalmente, nos lares mineiros, com maior participação entre as residências rurais.

Em mais de 70% destes domicílios rurais e urbanos do Brasil e de Minas Gerais o rádio hertziano continua a ser utilizado. Entretanto, se considerarmos que o celular serve dentre tantas funções, também, de suporte para a escuta do rádio através do sinal digital, pode-se admitir, ainda que como hipótese, que a cultura dos rurais esteja incorporando o rádio através de outros mecanismos, que não mais, exclusivamente, o vinculado ao modelo hertziano. Entendendo essas interconexões e interações como parte da “comunicação em rede” e diante das reflexões acerca das transformações da mídia sonora em questão, acredita-se que o rádio, em seu mais novo processo de reconfiguração, vive uma existência de radiomorfose, muito além do modelo hertziano, mas que a cultura dos rurais também apresenta conotações de hibridização, incorporando o tradicional ao novo. Por meio da radiomorfose o rádio se ressignificou e expandiu para a internet, espaço no qual criou novos gêneros e novas formas de interação, com maior mobilidade e diversificação nos modos de consume dessa mídia.

Num cenário de radiomorfose, sabe-se que o rádio, veículo de comunicação tradicionalmente vinculado ao modo de vida dos rurais, pode ser hoje acessado por vários dispositivos como o celular, a televisão e o computador, todavia os dados da PNAD são muito limitados, reduzindo-se a inferência sobre a presença do rádio nos lares urbanos e rurais do Brasil e de Minas somente em aparelhos tradicionais a pilha ou a energia.

Portanto, diante das transformações tecnológicas e culturais ocorridas nas últimas décadas, não se pode falar de uma aculturação, como visto no início das irradiações radiofônicas no contexto rural, quando houve uma aproximação entre o campo e a cidade, pois trata-se de um fenômeno mais amplo, de um hibridismo cultural. Na verdade, tanto no rádio quanto no contexto rural algo permanece e algo muda, já que os processos de mudança não são lineares, são modos de se fazer no cotidiano e por isso podemos falar de um rural que permanece, mas um rural que está em fluxo, em rede.

Isso nos leva a avançar para um conceito ainda mais amplo, o *rural em rede* que pressupõe um conjunto de práticas culturais associadas com os avanços tecnológicos da comunicação em rede, numa nova dimensão de tempo e espaço. É necessário, contudo, que sejam realizadas novas pesquisas voltadas para averiguar mais aprofundadamente a forma como estão se configurando os usos e apropriações do rádio diante das novas mídias.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA FILHO. **Gêneros Radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.

BARBOSA, Marialva. Prefácio do livro **Panorama do Rádio no Brasil**. Nair Prata (org.). Florianópolis: Insular, 2011.

BARBOSA, Rogério Jerônimo. **Comparabilidade das informações disponíveis nos Censos (1960-2010) e Pnads (1976, 1985, 1995 E 2005)**. Centro de Estudos da Metrópole (USP): São Paulo, 2014.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 2008.

CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrine, notícias**. Rio de Janeiro: FGV, 2007. Culturas Híbridas: estratégias

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005. Rádio

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

DEL BIANCO, Nelia R.. E o rádio, vai morrer na era da convergência tecnológica? In: DÂNGELO, Newton; SOUSA, Sandra Sueli Garcia de (org). **Noventa anos de rádio no Brasil**. Uberlândia: EDUFU, 2016.

FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2000.

FIDLER, Roger. **Mediamorphosis: Understanding New Media**. London: Sage Publications Ltd, 1997.

GONTIJO, Silvana. **O mundo em Comunicação**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2001.

HAUSSEN, Doris Fagundes. O Rádio em teses e dissertações dos PPGs em comunicação brasileiros (2002-2012). **Estudos Radiofônicos no Brasil: 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom/ Valci Zuculoto, Débora Lopez, Marcelo Kischinhevsky**. (Organizadores) – São Paulo: INTERCOM, 2016

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (1990, 2010). Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

MARTÍNEZ-COSTA, María del Pilar; PRATA, Nair. **O rádio em busca da sua audiência: rumo a uma escuta diversificada e multiplataforma**. Trabalho apresentado no GP Mídia Sonora, XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo/SP, 05 a 09 de 2016.

MIRO, Thiago. **O que é podcast?** Disponível em: <<https://mundopodcast.com.br/artigos/o-que-e-podcast/>>. Acesso em: 27 dez. 2017

PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRAGEM DE DOMICÍLIOS (PNAD). **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal**: 2013. Rio de Janeiro: IBGE, 2013.

PORCHAT, Maria Elisa. **Manual de radiojornalismo da Jovem Pan**. São Paulo: Ática, 1989.

PRATA, Nair. A fidelidade do ouvinte de rádio. In: XXV CONGRESSO ANUAL EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO, 2002, Salvador. **Anais...** Salvador, 2002.

_____. Pesquisa em rádio no Brasil. In: DÂNGELO, Newton; SOUSA, Sandra Sueli Garcia de (Orgs.). **Noventa anos de rádio no Brasil**. Uberlândia: EDUFU, 2016.

_____. Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom – 25 anos. **Estudos Radiofônicos no Brasil: 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom/ Valci Zuculoto, Débora Lopez, Marcelo Kischinhevsky**. (Orgs.) – São Paulo: INTERCOM, 2016.

_____. História do Rádio em Minas Gerais. In: CUNHA, Magda Rodrigues da; HAUSSEN, Doris Fagundes (org). **Rádio Brasileiro: episódios e personagens**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

_____. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Tese de doutorado – Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Minas gerais (UFMG), Belo Horizonte, 2008.

_____. **Tecnologia, um divisor de águas na história do rádio**. Trabalho apresentado, V Congresso Nacional de História da Mídia, São Paulo/SP, 31 de maio a 9 de junho de 2007.

RÁDIO NO BRASIL. **O rádio faz história**. 2014. Disponível em: <<http://radionahistoria.blogspot.com/2014/07/o-primeiro-jingle-do-radio-brasileiro.html>>. Acesso em: 20 dez. 2017

RAMBAUD, Placide. **Société Rurale et Urbanisation**. 1. ed. Paris: Ed. du Seuil, 1973.

RODRIGUES, Eduarda da Costa. **As transformações da casa e dos modos de morar**

no meio rural em Minas Gerais: uma análise a partir dos censos demográficos de 1960 a 2010. 2017. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-graduação em Economia Doméstica, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2017.

SILVA, Pedro Luis; PESSOA, Djalma Galvão Carneiro; LILA, Maurício Franca. Análise estatística de dados da PNAD: incorporando a estrutura do plano amostral. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 7, n. 4, p. 659–670, 2002.

TODAS AS VOZES. **Confira a primeira propaganda em forma de música do rádio brasileiro.** Disponível em: <<http://radios.ebc.com.br/todas-vozes/edicao/2014-07/primeira-propaganda-em-forma-de-musica-no-radio-brasileiro>>. Acesso em: 20 dez. 2017.

Contar é muito, muito difícil.
Não pelos anos que se já passaram.
Mas pela astúcia que têm certas coisas passadas
– de fazer balancê,
de se remexerem dos lugares.
(GUIMARÃES ROSA)

ARTIGO 3

O RURAL EM REDE NA ZONA DA MATA MINEIRA

RESUMO: Este artigo tem como objetivo analisar a dieta de mídia dos moradores do campo na Zona da Mata mineira, identificando que tipo de mídias eles utilizam na tessitura do seu cotidiano, com especial destaque à investigação do lugar do rádio neste ‘cardápio midiático’. Os resultados nesta etapa da tese derivam da pesquisa realizada em dois municípios da região estudada, Pedra Bonita e Juiz de Fora, o primeiro com características de maior ruralidade e o segundo com menor aspecto rural. Adotamos como metodologia a pesquisa quantitativa por meio de aplicação de questionários com estudantes de escolas de ensino médio, incluindo também seus familiares (pais, mães, avôs e avós). Percebeu-se que o rádio continua fazendo parte do dia a dia desses moradores, todavia, na atualidade, este veículo tradicional divide espaço com outras mídias na nova configuração da comunicação em rede. Identificaram-se, por fim, marcas da experiência do *rural em rede* a partir da utilização de diversas mídias e da presença desses conteúdos midiáticos no cotidiano do campo.

Palavras chaves: Rádio; Dieta de Mídia; Hibridismo Cultural

1 INTRODUÇÃO

Pro pessoal aqui do interior, que parece que anoitece mais cedo, e que não tem claridade da luz elétrica e sim da lua, o rádio é uma peça sagrada. Certos momentos, acredito que é tão sagrado quanto a Escritura Sagrada. Para o nosso povo sofrido, que luta e que às vezes não encontra muita saída, a Bíblia é a resposta porque dentro da casa ela representa Deus. Ele está em primeiro plano e, em segundo, está o rádio. Então, com a Bíblia estamos em comunhão com Deus, com o rádio estamos em comunhão com o mundo, em contacto, acompanhando tudo o que está se passando à nossa volta (FAVORITO, 2004, p. 99).

A epígrafe deste artigo é do Padre Bessa e expressa, na visão do pároco, o lugar social atribuído ao rádio na vida dos rurais, ainda na década de 1980. No relato, o padre explica o porquê de o aparelho radiofônico estar sempre junto à bíblia nas casas das famílias que vivem no campo. Na concepção do sacerdote, enquanto a escritura possibilita o diálogo com o sagrado, o rádio facilita a interação social. O relato que abre este artigo foi extraído de um estudo sobre a Rádio Auriverde, localizada em Pitanga, segundo maior município em extensão do Paraná. Em 1988, a emissora ainda era o único veículo de comunicação e funcionava como o grande elo entre a cidade e o campo.

Através de sua programação e de seus apresentadores, levava alegria, lazer e esperança. A alegria era proporcionada pelas cartas que eram lidas, pelas músicas tocadas, pela oportunidade de falar no microfone e de dançar, quando uma música era “rodada” na Rádio [...]. As

mulheres tinham com esse veículo de comunicação uma grande intimidade, chegavam a personificá-lo: com ele, conversavam, lamentavam, riam, choravam, rezavam, dançavam (FAVORITO, 2004, p. 99).

O presente estudo faz um deslocamento temporal do final da década de 1980 para o final da segunda década dos anos 2000. Faz também um movimento espacial, pois partiu-se do relato do significado do rádio no sul do país e migra-se, então, para o estudo na Zona da Mata mineira, buscando entender se ainda existe espaço para este “velho companheiro” no cotidiano dos moradores do campo, em face aos processo de mudanças culturais pelo qual passam as sociedades rurais ao longo das últimas décadas, sobretudo, diante dos avanços das novas tecnologias da informação e comunicação, que dinamizam o cotidiano.

O rádio, um veículo de comunicação tradicional, está sendo colocado em xeque pelas novas mídias e hábitos proporcionados pelos avanços tecnológicos? Contudo, as mudanças em torno do espaço ocupado hoje pelo rádio no cotidiano dos rurais em meio a entrada em cena das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) apontam, na verdade, para um tema de maior abrangência, que está relacionado à forma como se processam os encontros culturais entre as sociedades rurais e urbanas nos dias de hoje. Em meio às intensas conexões comunicacionais da vida moderna, propõe-se, neste artigo, estudar, as transformações culturais das sociedades rurais a partir da compreensão do processo de entrelaçamento da mídia radiofônica com outros meios de comunicação no cotidiano dos moradores do campo. Nesse novo cenário, como compreender a conformação das sociedades rurais mediante a expansão da cultura urbana?

A maior proximidade dos modos de vida dos habitantes do campo em relação ao modo de vida urbano se impõe como uma evidência. Diante dessa aproximação com a cultura urbana, buscou-se compreender, a partir dos usos e apropriações do rádio entrelaçado a outras mídias, o tipo de mudança cultural em curso: se essas mudanças representariam uma espécie de “aculturação” dos moradores do campo face às práticas citadinas (RAMBAUD, 1973; CÂNDIDO, 1964); Ou estaríamos presenciando uma renovação da ruralidade, uma “nova ruralidade”, que manteria os traços identitários dos rurais mediante às transformações culturais ocorridas, possibilitando a permanência das marcas genuínas de ruralidade no campo (CARNEIRO, 2012; WANDERLEY, 2001);

Ou, ainda, tratar-se-ia de um processo de transformação cultural marcado por um certo “hibridismo”, decorrente da junção dos intercâmbios entre os mundos rural e urbano (CANCLINI, 2008). Um caminho para identificar as respostas para as indagações colocadas é identificar a “dieta de mídia” dos rurais (CARDOSO, 2007), em especial o lugar do rádio no cotidiano dos rurais (CERTEAU, 2014).

Este estudo foi desenvolvido em dois municípios da Zona da Mata mineira: um que apresentava indicadores de maior ruralidade (Pedra Bonita, na microrregião de Manhuaçu) e outro com indicadores de maior urbanidade (Juiz de Fora, na microrregião de mesmo nome). Para estabelecer o grau de ruralidade dos referidos municípios, seguiu-se o Índice de Caracterização de Território (ICT) desenvolvido por Braga (2015). O ICT leva em consideração variáveis relacionadas com os modos de vida da população. A estratégia escolhida de trabalhar com municípios que apresentavam diferentes perfis de ruralidade se deu em função, justamente, de se buscar observar as nuances da interação cultural dos moradores do campo com as influências urbanas em sociedades rurais mais e menos urbanizadas. Esta interação cultural apresentaria contrastes significativos na forma como os indivíduos utilizam e significam o rádio entrelaçado ao uso das novas mídias?

Este artigo está estruturado da seguinte forma: na primeira parte, apresenta-se uma discussão teórica da dieta de mídia; na segunda seção, apresenta-se a metodologia desta pesquisa. A terceira etapa consiste da apresentação dos resultados e análise de dados da pesquisa quantitativa em Pedra Bonita e em Juiz de Fora. Conclui-se, então, com a apresentação das considerações finais.

2 A DIETA DE MÍDIA NO COTIDIANO DOS RURAIS

Para compreender a forma como o novo paradigma de comunicação participa da constituição de uma nova ruralidade, denominada no presente estudo de “rural em rede”, parte-se, inicialmente, da reflexão proposta por Cardoso (2007), de “comunicação em rede”, definida pelo autor como o novo sistema de comunicação vigente, em sucessão ao da comunicação em massa. Esse novo paradigma mixa os veículos do sistema anterior, agrega novos, de base digital, e contempla, ainda, as conexões entre mídias *on* e *off-line*. A “comunicação em rede” constitui-se, portanto, em uma rede de mídias articuladas por conexões técnicas e, também, por circulação de conteúdos.

Nesse cenário, o pesquisador chama a atenção para a centralidade dos utilizadores, uma vez que eles não se curvam aos ditames do negócio midiático, compondo mesmo uma “dieta de mídia” (CARDOSO, 2007) peculiar, a partir de suas necessidades e costumes, apropriando-se de forma seletiva do cardápio de plataformas e conteúdos ofertados pelo mundo empresarial. Certeau (2014), em suas discussões sobre a tessitura dinâmica do cotidiano, argumenta que enquanto os poderosos têm a estratégia, no caso, as redes e os conteúdos midiáticos, os cidadãos comuns possuem a oportunidade das táticas, os meios a partir dos quais produzem um dia a dia segundo as suas próprias demandas e costumes, como um movimento de alguma liberdade diante da hegemonia. A dieta de mídia de cada um resultaria, assim, das operações táticas dos usuários. Também se podem agrupar no campo das táticas as emissões midiáticas dos utilizadores possibilitadas pela internet e por suas ferramentas de produção de conteúdo pessoal.

O foco no “cotidiano” estabelece a centralidade do tempo e do espaço de vida no estudo do uso do rádio e das TIC. O cotidiano, segundo o autor, se processa nas práticas sociais, nas “maneiras de fazer” e de tecer as atividades do dia a dia, permitindo aos agentes sociais demarcarem seu lugar no mundo por meio de suas formas de agir Certeau (2014). As mídias fazem parte do cotidiano, em espaços públicos, privados, locais ou globais. Constituem-se em formas de interação que fazem com que o cidadão passe horas “em frente à televisão, ao lado do rádio, folheando jornais e, cada vez mais, surfando na internet” (SILVERSTONE, 2001, p. 20). Investigar “as maneiras como as mídias participam da nossa vida social e cultural contemporânea”, significa observar um processo em curso, que ocorre “no espaço real ou virtual”, onde as pessoas se comunicam, se informam, se entretém, estudam e se conectam umas com as outras (SILVERSTONE, 2001, p. 20).

Neste sentido, a “dieta de mídia”, descrita por Cardoso (2007), vem justamente apontar para as formas de uso cotidianas dos meios de comunicação. A concepção de “cardápio de meios de comunicação” valoriza a capacidade de escolha dos sujeitos, a partir de suas demandas e gostos, mediante as ofertas midiáticas. Esse conceito de dieta midiática apresenta-se, assim, como um instrumento teórico ajustado à investigação da tessitura do cotidiano dos rurais, uma vez que se volta à identificação dos hábitos midiáticos assumidos pelos utilizadores e à forma como estes se amalgamam nas práticas sociais. Para tanto, penetrar no cotidiano dessa população e analisar as

peculiaridades das suas trocas comunicacionais, a partir de elementos da tradição, da cultura e das tecnologias disponíveis, tornou-se o caminho trilhado nesta pesquisa.

As mídias disponíveis no novo sistema de “comunicação em rede” se propagam *on e off-line*, oferecendo um cardápio múltiplo à escolha dos utilizadores (CARDOSO, 2007). A exemplo do que ocorre na literatura com “estilos” ou “maneiras de escrever”, como salienta Certeau, no cenário comunicacional, busca-se ressignificar as “maneiras de fazer” de estar presente no universo da “convergência de mídias”, a qual estimulada pelos consumidores exigem que as empresas de mídia sejam mais sensíveis a seus gostos e interesse (JENKINS, 2009, p. 325-326). Isso significa que as empresas de comunicação tiveram de se adequar e se inserir a nova forma de organização social e à adequação da dieta de mídia (CARDOSO, 2007) dos sujeitos na comunicação em rede. De todo modo, independente das motivações, a convergência está mudando a operacionalização dos setores da mídia e também a forma como as pessoas estão se relacionando com os meios de comunicação (JENKINS, 2009).

Os usuários expressariam, portanto, as suas táticas ao reinventar a experiência cotidiana de se apropriar das mídias (CARDOSO, 2007). Os indivíduos exerceriam, portanto, o seu poder de escolher as mídias mais coadunadas com o seu cotidiano. Embora a tática seja classificada como “a arte do fraco”, isso não significa se colocar em um estado estático, já que nas práticas de consumo de mídia, o sujeito aproveita as “possibilidades oferecidas pelas circunstâncias” (CERTEAU, 2014, p. 92). Sendo assim, nesse não-lugar (de poder) cada pessoa aproveita as circunstâncias buscando atingir os seus fins (CERTEAU, 2014). Essas estratégias e táticas são operadas no sistema simbólico da comunicação em rede, que altera as relações de produção e consumo a partir das experiências dos agentes sociais. Para Silverstone (2001), a “experiência” é uma questão tanto de identidade quanto de diferença, sendo única ou compartilhável. Forma-se a partir de “atos e eventos, palavras e imagens, impressões, alegrias e dores”, que “só se tornam significativas na medida em que podem se inter-relacionar dentro de alguma estrutura, tanto individual quanto social”, capaz de conferir significado (SILVERSTONE, 2001, p. 27).

Na experiência da interatividade com a mídia, observa-se a capacidade individual de ampliar o alcance e o controle mediante as escolhas do que consumir, quando e onde. A mídia medeia a dialética da experiência. Assim, deve-se pensar na mídia como um processo de mediação, que se manifesta na forma como determinados

públicos escolhem a sua dieta de mídia, incorporando-a às suas práticas sociais. Por isto a comunicação se caracteriza como uma questão cultural, não só de conhecimentos, mas de “re-conhecimento” (MARTÍN-BARBERO, 2003). O rural representa, então, a mediação que referencia as demais mediações e que se relaciona com o cotidiano, as interações sociais, o trabalho, e também com os usos, consumos e apropriações midiáticas (BIANCHI, 2003, p. 108). Dessa forma, as estratégias de produção e as táticas de recepção (CERTEAU, 2014) são mediadas pelos movimentos dos agentes sociais, em suas mudanças na trama das relações cotidianas, resultando em modos e usos distintos dos meios de comunicação, ou seja, da autonomia de escolha peculiar da “dieta de mídia” de cada um. No presente estudo penetra o cotidiano dos rurais, observando-se as práticas comunicacionais desses sujeitos, em especial, o lugar do rádio no cardápio midiático dos moradores do campo.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com a finalidade de alcançar os objetivos deste estudo foram utilizadas técnicas quantitativas e qualitativas de pesquisa. A pesquisa quantitativa foi realizada por meio da aplicação de um questionário semiestruturado com 32 perguntas, contendo questões sobre os hábitos midiáticos dos residentes no meio rural. Para apresentar a pesquisa aos participantes, de forma mais articulada e confiável, buscou-se a mediação das escolas estaduais de ensino médio, que recebem estudantes oriundos do meio rural. A partir do aval dos diretores escolares, apresentou-se e aplicou-se o questionário aos estudantes do ensino médio. Em virtude do interesse em compreender o caráter intergeracional da dieta de mídia dos rurais, pediu-se aos estudantes que responderam ao questionário na escola, que o replicassem a seus familiares (pais, mães, avôs e avós), seguindo uma perspectiva similar metodologicamente da pesquisadora Ana Melro (2013) em sua tese realizada em Portugal.

A alternativa, então, para alcançar os adultos e idosos das localidades rurais foi, portanto, utilizar a técnica da “amostra paralela” (BABBIE, 2003, p.106-107), por meio da qual “a amostra de uma população é usada para gerar a amostra da outra”. Cada estudante, depois de ter respondido ao seu próprio questionário, ficou responsável por aplicar o mesmo questionário com um familiar de mais fácil acesso, com o compromisso de devolver o material, junto com o documento de autorização de uso dos

dados (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido), no dia seguinte à entrega do mesmo ou em um prazo maior, dependendo da logística da aplicação. Isso permitiu estabelecer um comparativo do uso do rádio e outras mídias, segundo a geração.

A visita às escolas para a pesquisa de campo foi planejada com meses de antecedência e em conformidade com as autorizações previamente recebidas. Cada turma, do 1º ao 3º ano do Ensino Médio era convidada a participar da pesquisa mediante a apresentação e explicação realizada pela pesquisadora. Em seguida, procedia-se à aplicação do questionário semiestruturado, contendo 32 questões relativas a acesso aos meios de comunicação, frequência e tempo de utilização das mídias, formas de apropriação, preferências dos mesmos em relação a equipamentos como rádio, televisão, celular, computador com internet, jornal e revista. Ao todo foram aplicados 313 questionários válidos³¹ em Juiz de Fora e 314 em Pedra Bonita. Em Juiz de Fora foram aplicados questionários com estudantes de cinco escolas-sede, que atendem jovens rurais. Procurou-se dentre estas escolas-sede privilegiar, ainda, aquelas localizadas em áreas rurais. Desta forma, escolheu-se escolas das localidades de Rosário de Minas, Igrejinha, Valadares, Monte Verde, Torreões e Humaitá. Já em Pedra Bonita foram aplicados questionários nas duas escolas estaduais de ensino médio da localidade: uma situada na sede do município e outra na zona rural. A tabela abaixo mostra a dimensão dos 627 respondentes por sexo e idade:

Tabela 1 – faixa etária e sexo dos respondentes

Faixa etária * Sexo				
		Sexo		Total
		Feminino	Masculino	
Faixa etária	14 a 30	174 27,9%	138 22,2%	312 50,1%
	30 a 60	174 27,9%	77 12,4%	251 40,3%
	Mais de 60	41 6,6%	19 3,0%	60 9,6%
Total		389 62,4%	234 37,6%	623 100,0%

Fonte: elaboração da autora com base em dados obtidos nos questionários.

³¹ Alguns questionários foram entregues incompletos ou alguns estudantes não trouxeram o material dos familiares. Em ambos os casos invalidamos esses dados, utilizando somente os dados completos tanto dos jovens quanto dos seus parentes.

O menor percentual de idosos ocorreu porque os estudantes, em sua maioria, preferiram aplicar os questionários com familiares residentes na mesma casa (mãe e pai) em vez dos avós por morarem, muitas vezes, em outras localidades, dificultando, assim a realização da atividade. Considerando, ainda, que um dos objetivos da pesquisa era analisar a dieta de mídia dos rurais na zona rural de municípios com características de maior e menor ruralização, aplicou-se o Índice de Caracterização de Territórios (ICT) desenvolvido por Braga (2015). O índice apontou o município de Pedra Bonita, na microrregião de Manhuaçu, como o mais ruralizado da Zona da Mata Mineira e o município de Juiz de Fora, como o menos ruralizado. Para calcular o ICT, Braga (2015) utilizou cinco variáveis: o tipo de trabalho presente no município, o perfil de escolaridade do município, a renda, o tempo de deslocamento a um Centro Urbano com mais de 200 mil habitantes e a presença de iluminação artificial noturna nas ruas. Para fins de interpretação dos resultados do ICT, os municípios que apresentassem a soma das 5 variáveis mais próxima de 1 (um) era caracterizado como marcado pelo tipo ideal rural e os que se aproximam de 0 (zero) pela quase ausência do tipo ideal rural, ou seja, apresentava características mais urbanas.

Tabela 2 - Características dos municípios, Índice de Caracterização de Território

Municípios mais rurais						
Município	Pop. Total	Pop. Urbana	Pop. Rural	ICT	% Rural	Região
Pedra Bonita	6.673 hab.	1.807	4.866	0,680	72,9%	Manhuaçu
Juiz de Fora	516.247 hab.	510.378 hab.	5.869 hab.	0,254	1,14%	Juiz de Fora

Fonte: elaboração da autora com base em dados do IBGE (IBGE, 2010) e do ICT (BRAGA, 2015).

O município de Pedra Bonita resultou ser o principal município da microrregião de Manhuaçu e de toda a Zona da Mata mineira com mais características rurais (ICT de 0,6801). Considerando que o índice máximo de ruralidade a ser atingido é 1 (um), pode-se afirmar que Pedra Bonita apresenta um ICT significativo de ruralidade. Já o município de Juiz de Fora apresentou o menor ICT da Zona da Mata mineira, com 0,2537, constituindo-se, portanto, no município com perfil mais notadamente urbano. Os dados levantados foram, então, transcritos para o *software Statistical Package for the*

Social Sciences 2.0 (SPSS), gerando-se tabelas cruzadas entre todas as questões do questionário e as variáveis sexo e faixa etária.

4 RESULTADOS

Os dados processados pelo *software* SPSS continham respostas dos questionários aplicados acerca dos hábitos midiáticos dos rurais em relação ao rádio, à televisão, ao celular, a internet, ao jornal e a revista. Diante dessa cartela de mídias *on* e *off-line* à sua disposição, tornou-se possível compreender a forma como a cultura dos rurais estabelecia a mediação com a comunicação em rede. Desta forma, a sua dieta midiática permitiu a compreensão dos seus gostos e interesses, culturalmente construídos (CARDOSO, 2007). A partir da estatística inferencial confrontou-se o gosto pelas mídias utilizadas com o fato de residir na zona rural de Pedra Bonita, município com maior índice de ruralidade na Zona da Mata Mineira, ou Juiz de Fora, município com menor índice de ruralidade. As tabelas 3 e 4, apresentadas a seguir, mostraram que assistir à TV e usar o celular foram as únicas tecnologias que não apresentaram associação com o fato do indivíduo viver em um ou outro município. Ou seja, o uso da televisão e do celular independe do sujeito estar em um município com maior ou menor índice de ruralidade.

Tabela 3 - Assiste TV

		Assiste TV ou não		Total
		Sim	Não	
Município	Juiz de Fora	273 96,1%	11 3,9%	284 100,0%
	Pedra Bonita	243 93,8%	16 6,2%	259 100,0%
Total		516 95,0%	27 5,0%	543 100,0%

P-valor - 0,150 > 0,05 (não rejeita H0)

H0 - As variáveis são independentes

H1 - As variáveis não são independentes

Fonte: elaboração da autora com base em dados obtidos durante a pesquisa.

A acessibilidade da televisão à população, hoje, no Brasil, é tão grande, que o tipo de característica do município, se mais ruralizado ou menos, não interfere significativamente na sua possibilidade de uso pelas pessoas. A forma através da qual a

população rural mais acessava à TV era via sinal de TV a cabo: 59,42% em Pedra Bonita e 59,16% em Juiz de Fora. A segunda forma de acesso foi por antena parabólica 48,24% e 71,70%, respectivamente. Por fim, o sinal de TV aberta foi apontado como o mais precário, sendo acessado somente por 16,61% em Pedra Bonita e 35,37% em Juiz de Fora.

Na pesquisa “Índice de Entretenimento do Consumidor 2014”, realizada com 10.500 consumidores de 19 países para verificar o conteúdo midiático utilizado em diferentes plataformas, aproximadamente metade dos donos de *smartphones* e de *tablets* afirmaram assistir TV no dispositivo móvel por alguns minutos semanais. As opções de programação para além da TV aberta são grandes atrativos. As séries, têm provocado um consumo compulsivo, já que 80% dos respondentes admitiram assistir a vários episódios seguidos de uma vez só³². Em relação ao celular, este foi o segundo meio de comunicação mais utilizado nos dois municípios pesquisados na Zona da Mata mineira, com 90,7% de menção em Pedra Bonita e 90,3% em Juiz de Fora, mesmo considerando o problema de conectividade de sinal. A Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) de 2016, não incluiu perguntas sobre o celular, especificamente, mas este aparelho apareceu no mapeamento alusivo à internet, no qual o dispositivo apareceu como a plataforma preferida por 91% dos entrevistados para acessar a *web*.

Tabela 4 - Usa celular

		Usa celular		Total
		Sim	Não	
Município	Juiz de Fora	251 90,3%	27 9,7%	278 100,0%
	Pedra Bonita	264 90,7%	27 9,3%	291 100,0%
Total		515 90,5%	54 9,5%	569 100,0%

P-valor - 0,486 > 0,05 (não rejeita H0)

H0 - As variáveis são independentes

H1 - As variáveis não são independentes

Fonte: elaboração da autora com base em dados obtidos na pesquisa.

Os celulares despertam tanto interesse por serem multifacetados, por não representarem somente um aparelho de telecomunicação, mas, antes, um instrumento de

³² Informações disponíveis em <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/tv-ainda-e-importante-no-entretenimento-de-lares-diz-estudo/>>. Acesso em: 2 mar. 2018.

entretenimento e interação, como sinaliza Jenkins (2009), já que pode ser usado para jogar, assistir filme, baixar e visualizar informação na internet, ouvir rádio, tirar e enviar fotografias, vídeos ou mensagens de texto. Silva (2007)³³ desenvolveu uma pesquisa que apontou o papel do celular na inclusão especialmente de jovens, mesmo que de forma simbólica, na lógica cultural contemporânea. O aparelho apareceu nas entrevistas, em síntese, como facilitador para formação de redes de sociabilidade, representando uma espécie de “maneira de estar no mundo” (SILVA, 2007, p. 7).

No que diz respeito a outras mídias tais como, internet, revista, jornal e rádio, observou-se que o acesso aos meios de comunicação estava associado ao local onde o entrevistado residia, ou seja, morar em Pedra Bonita, que apresentava o maior índice de ruralidade ou em Juiz de Fora que apresentava o menor, interferia no acesso e uso destas mídias. Em relação à internet, observa-se na tabela 5 que o uso da internet foi maior em Juiz de Fora do que em Pedra Bonita. Todavia, não se pode desprezar o fato de que o percentual de uso em Pedra Bonita, apresentou-se acima dos 70%, o que não deixa de ser bastante expressivo, também, ainda que na zona rural de Juiz de Fora, tenha estado acima de 80%. Este fato pode estar apontando para o avanço do processo de urbanização no meio rural.

Tabela 5 - Usa Internet

		Usa Internet		Total
		Sim	Não	
Município	Juiz de Fora	228 83,8%	44 16,2%	272 100,0%
	Pedra Bonita	204 72,3%	78 27,7%	282 100,0%
Total		432 78,0%	122 22,0%	554 100,0%

P-valor - 0,001 < 0,05 (rejeita H0)

H0 - As variáveis são independentes

H1 - As variáveis não são independentes

Fonte: elaboração da autora com base em dados obtidos na pesquisa.

Embora a precariedade das condições de conectividade de sinal de internet tenha sido apontada em Pedra Bonita, conforme declararam os respondentes, a possibilidade de acessibilidade, mesmo que precária já se faz notar. Um fator comum entre as regiões

³³ A autora realizou entrevistas em profundidade e fez observações em locais públicos como supermercados ruas e parques, em Blumenau e Florianópolis.

pesquisadas é que a internet é mais acessada no dispositivo celular. Uma pesquisa recente realizada em Portugal também apontou o telefone celular e o smartphone como sendo os dispositivos mais usados pelos portugueses: 74,5% das indicações, contra 69,5% que fizeram menção ao computador (CARDOSO et al., 2018). Os indicadores apresentados neste estudo, coordenado por Gustavo Cardoso, basearam-se nos dados do Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias (IUTICF), realizado anualmente desde 2002. A amostra foi composta por 7.642 famílias, com pelo menos uma pessoa com idade entre 16 e 74 anos.

Em linhas gerais, 67,45 dos portugueses disseram já ter utilizado a internet para alguma finalidade, e 74,5% informaram ter ligação à internet em casa. As cinco atividades mais realizadas pelos portugueses na internet foram: pesquisar informação sobre bens e serviço (78,8%); enviar ou receber e-mails (78,4%); ler notícias online (75,4%), participar em redes (73,5%); ver conteúdo de vídeo (69,8%); e pesquisar informações sobre saúde (65,9%), dentre outros motivos (CARDOSO et al., 2018). No tocante ao presente estudo, observou-se que em Pedra Bonita foi a busca por interação nas redes sociais que mais motivou os usuários da internet. Já as mídias impressas despertaram pouco interesse (tabelas 6 e 7), seguindo um padrão cultural dos rurais de maior valorização das relações interpessoais do que de apego a comunicação escrita.

Tabela 6 - Leitura de Jornal

		Lê jornal		Total
		Sim	Não	
Município	Juiz de Fora	112 48,3%	120 51,7%	232 100,0%
	Pedra Bonita	97 35,3%	178 64,7%	275 100,0%
Total		209 41,2%	298 58,8%	507 100,0%

P-valor - 0,002 < 0,05 (rejeita H0)

H0 - As variáveis são independentes

H1 - As variáveis não são independentes

Fonte: elaboração da autora com base em dados obtidos na pesquisa.

Na Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) de 2016, que apresenta dados gerais de todo o Brasil, não especificando a origem citadina ou rural das informações, constatou-se que apenas 32% dos respondentes mencionaram ler jornal. A mesma pesquisa, PBM (2016), aponta um percentual menor de leitores de revista (23%) do que de jornais. Da

mesma forma como ocorreu com o jornal, a versão impressa da revista continua sendo a predileta, já que os leitores disseram não ter o hábito de ler revistas na Internet.

Tabela 7 - Leitura de revista

		Lê revista		Total
		Sim	Não	
Município	Juiz de Fora	117 51,8%	109 48,2%	226 100,0%
	Pedra Bonita	81 31,3%	178 68,7%	259 100,0%
Total		198 40,8%	287 59,2%	485 100,0%

P-valor - $0,000 < 0,05$ (rejeita H0)

H0 - As variáveis são independentes

H1 - As variáveis não são independentes

Fonte: elaboração da autora com base em dados obtidos na pesquisa.

Por fim, no que diz respeito à mídia radiofônica, curiosamente, o hábito de ouvir rádio apresentou diferença percentual significativa entre Juiz de Fora e Pedra Bonita, sendo que no primeiro 83,1% dos entrevistados responderam que ouviam a mídia radiofônica, contra 69,5% no município de Pedra Bonita, que apresentou um índice de ruralidade maior do que Juiz de Fora. Assim, era de se esperar que sendo a cultura da oralidade um traço típico dos costumes dos rurais, Pedra Bonita fosse apresentar um percentual de escuta do rádio maior do que Juiz de Fora. Uma explicação possível para a localidade mais rural ter uma menção menor sobre o uso do rádio pode estar relacionado à precariedade do sinal da mídia radiofônica nesse município. Observou-se durante a pesquisa de campo que, de fato, as ondas de rádio tinham o sinal precário em Pedra Bonita, possivelmente pela grande quantidade de montanhas que configuram a geografia local. Assim, em muitos relatos, as pessoas mencionavam que o sinal de rádio chegava na localidade, mas com muito chiado, o que dificultava a audição.

Tabela 8 - Ouve rádio

		Ouve rádio		Total
		Sim	Não	
Município	Juiz de Fora	226 83,1%	46 16,9%	272 100,0%
	Pedra Bonita	198 69,5%	87 30,5%	285 100,0%
Total		424 76,1%	133 23,9%	557 100,0%

P-valor – $0,000 < 0,05$ (rejeita H0)

H0 - As variáveis são independentes

H1 - As variáveis não são independentes

Fonte: elaboração da autora com base em dados obtidos na pesquisa.

Contudo, independente da qualidade do sinal, o rádio permanece presente no dia a dia rural, na zona rural de ambos os municípios. Destaca-se, ainda, a sua escuta ter sido mais expressiva no município com maior índice de urbanidade, Juiz de Fora. Em uma pesquisa realizada, em 2015, durante a Semana do Fazendeiro, na Universidade Federal de Viçosa, MG, Fraga, Fiúza, Silva e Motta (2017), também constataram a forte presença do rádio no dia a dia dos participantes do evento: 74,9% dos respondentes ouviam rádio, o qual ficou atrás apenas da televisão, com 93,5% da preferência. Nesse estudo, foram entrevistadas 201 pessoas de 64 municípios da Zona da Mata mineira, região na qual predominam municípios com menos de 10 mil habitantes e de economia agrícola. A Pesquisa Brasileira de Mídia (2016), confirmou a mesma tendência, apontando que o rádio continuava sendo ouvido por 66% dos entrevistados, ao menos uma vez por semana, sendo que 35% mantinham o hábito de escutá-lo diariamente. Dentre os motivos apontados pelas pessoas para ouvirem rádio estavam: a busca por informação (63%), diversão e entretenimento (62%) passa tempo (30%)³⁴. O rádio apresenta-se, assim, como um “meio de comunicação de utilidade híbrida”, assim como a televisão e a internet, ligado às práticas de lazer e mediador para o conhecimento de assuntos pertinentes ao cotidiano.

Outro aspecto a ser observado na forma como o rádio vem sendo utilizado pelos moradores do meio rural, diz respeito a relação entre as faixas etárias dos entrevistados e o tipo de rádio que utilizam. Observou-se que o rádio à pilha praticamente não era

³⁴ Informações disponíveis em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf/view>>. Acesso em: 2 dez. 2017.

mais usado pelos entrevistados, tanto em Pedra Bonita quanto em Juiz de Fora. No primeiro município 202 pessoas disseram não ouvir a mídia nesse tipo de aparelho, contra apenas 19 que ainda utilizavam esse suporte. Já em Juiz de Fora os dados foram similares: 212 e 22, respectivamente. O aparelho à energia foi o mais usado para a audição nos dois municípios pesquisados, entre pessoas de todas as idades. No que diz respeito à escuta do rádio, no carro, se constatou que em Pedra Bonita o mesmo era escutado por pessoas de todas as faixas etárias, enquanto em Juiz de Fora escutar rádio no carro era um costume mais adotado entre os jovens. Os jovens, também, eram aqueles que mais usavam a televisão para ouvir rádio. O mesmo fenômeno foi observado em relação ao uso do celular para escutar o rádio: esta prática prevalecia entre os mais jovens.

Da mesma forma que no presente estudo, a Pesquisa Brasileira de Mídia (2016), também constatou que os aparelhos tradicionais ainda eram os mais usados para ouvir a mídia radiofônica, para 60% dos entrevistados. A pesquisa demarcou, porém, as novas formas de permanência do rádio no ambiente multimídia, já que 17% dos respondentes disseram ouvir rádio pelo telefone celular, outros 4% em aparelhos de MP3 e 2% pelo computador. O costume de sintonizar essa mídia no carro permanecia entre 14% das pessoas que participaram da pesquisa. O Gráfico 1, apresentado, a seguir, traz a dieta de mídia dos rurais, afirmando através dos dados esta flexibilidade adaptativa dos rurais às novas mídias, em ambos os municípios, independente do seu índice de ruralidade.

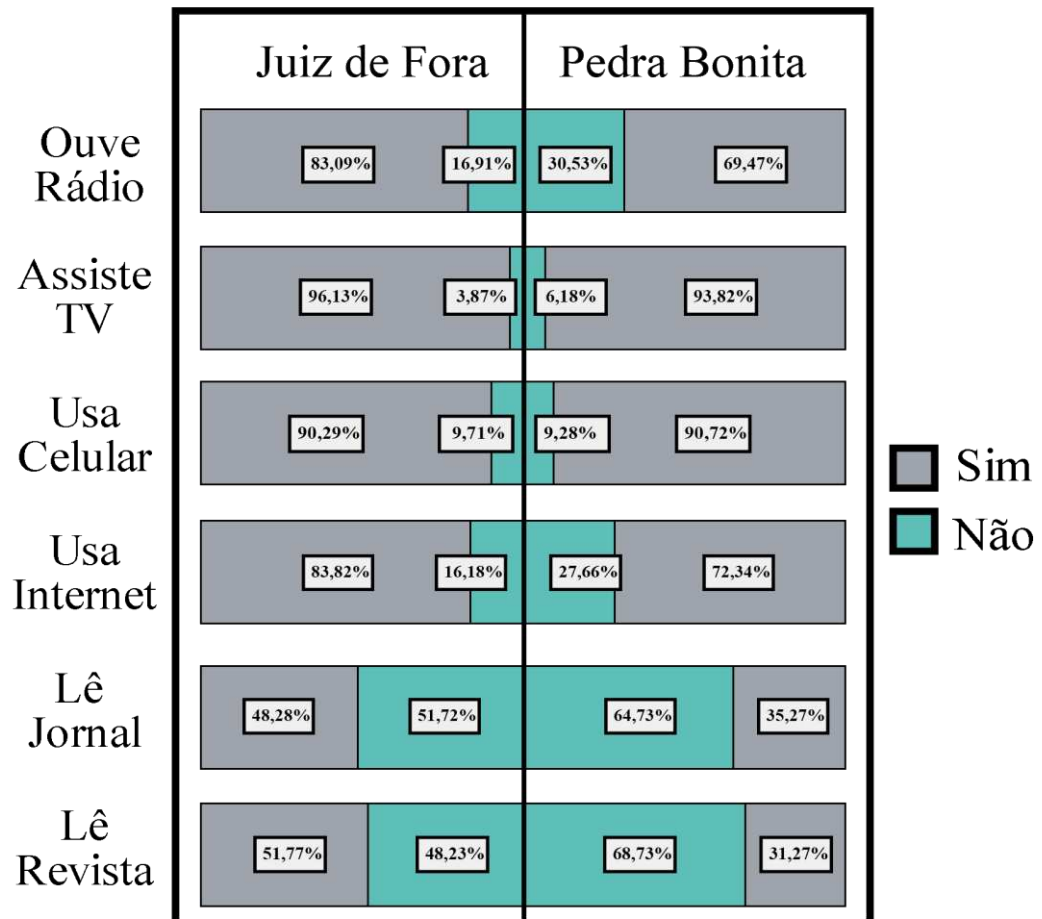


Figura 6 - Gráfico da comparação da dieta de mídia em Juiz de Fora e Pedra Bonita.

Observa-se, enfim, seja na Pesquisa Brasileira de Mídia (2016), realizada em âmbito macro, em todo o Brasil, seja na presente pesquisa, realizada em nível micro, na zona rural dos dois municípios da Zona da Mata Mineira, que a relação dos rurais com a cultura midiática revela uma tendência adaptativa ao processo de modernização.

4.1 A dieta de mídia dos rurais de uma perspectiva de geração

A fim de analisar a relação da variável “faixa etária” com a dieta de mídia dos rurais nos dois municípios pesquisados, adotou-se três estratos de análise para a idade: 15 a 30 anos, 31 a 60 anos e maior que 60 anos. Observou-se, então a relação entre a faixa-etária do indivíduo e o uso que o mesmo fazia do celular, da internet, das mídias

impresas, da televisão e do rádio. No uso do celular constatou-se diferença no uso do mesmo segundo a “faixa etária”, prevalecendo o seu maior uso pelos jovens, que em quase sua totalidade demonstraram afinidade com o “celular”. O mesmo ocorreu com a “internet”, que se mostrou mais associada ao universo do jovem, tanto em Pedra Bonita, que apresentava o maior índice de ruralidade, quanto em Juiz de Fora, que apresentava o menor. Já no que diz respeito ao jornal impresso e a revista, nas duas localidades, não se observou uma associação entre a idade e o hábito de leitura, que na verdade se constituiu como um não hábito, independentemente da idade do indivíduo. No caso da televisão, os dados revelaram uma distinção entre Pedra Bonita e Juiz de Fora. O resultado no primeiro município, Pedra Bonita, com maior índice de ruralidade, apontou para o fato dos jovens e adultos assistirem mais televisão do que os idosos. Já em Juiz de Fora, todas as gerações tinham o hábito de assistir à televisão.

Em relação ao rádio, observou-se que tanto em Pedra Bonita quanto em Juiz de Fora a idade não influenciou no fato de ouvir a mídia. O rádio se mostrou presente no cotidiano de todas as gerações. Na pesquisa de Weigelt (2017) comparando os hábitos de escuta do rádio por parte dos jovens, em Portugal e no Brasil, o autor observou que o consumo radiofônico ainda era “relevante entre a juventude”, em ambos os contextos. A busca por música foi o conteúdo mais acionado por 70 dos 80 jovens portugueses e por todos os 80 brasileiros investigados. Em seguida, se colocou no campo de preferência dos jovens de ambos os países, a busca por informação para se atualizar sobre os assuntos mundiais ou locais. Os programas de entretenimento ficaram atrás da preferência pela música e pela busca por informação (WEIGELT, 2017). Observou-se, assim, que o contexto brasileiro e português não se constituiu em um fator diferenciador dos hábitos de escuta dos jovens, acerca do rádio, não sendo inapropriado, portanto, se vislumbrar uma “cultura juvenil” que se sobrepõe às especificidades socioeconômicas de ambos os contextos investigados. Reforça esta afirmativa, o fato dos jovens em ambos os contextos escutarem mais o rádio no carro do que no aparelho comum. A pesquisa de Weigelt (2017) revelou, ainda, que o rádio era também acessado pelos jovens, mas de forma menos corriqueira, através do aparelho celular; da TV por assinatura, do *tablet* e do computador. Retornando à presente pesquisa, realizada nos dois municípios mineiros, aprofundou-se um pouco mais a observação acerca das preferências de escuta do rádio por parte dos entrevistados, considerando-se a perspectiva de geração.

Tabela 9 - Tipos de programa ouvidos no rádio segundo as faixas etárias

Faixa Etária	Tipos de programa ouvidos no rádio			
	Música		Informação	
	Pedra Bonita	Juiz de Fora	Pedra Bonita	Juiz de Fora
15-30 anos	78,57%	92,37%	28,57%	27,12%
31-60 anos	58,33%	72,16%	48,81%	56,70%
Mais de 60	29,93%	36,36%	40,74%	72,73%

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Observa-se, de forma geral, na tabela 9, que o hábito de escutar o rádio, seja para ouvir música, seja para ouvir notícias e ter acesso a informações, se mostrou mais forte em Juiz de Fora, município com menor índice de ruralidade da Zona da Mata, do que em Pedra Bonita, município com maior índice de ruralidade na referida região. O que se constitui em um indício, de que a expansão da urbanização para o meio rural não se constitui em um fator restritivo ao hábito de escuta do rádio. Os dados mostraram ainda, que a faixa etária dos ouvintes se revelou como um fator diferencial em termos da preferência pelo tipo de programa ouvido: a predileção pela música predominou entre os jovens e adultos, em detrimento dos mais velhos que manifestaram mais interesse por escutar notícias. Este viés geracional de identificação distintiva por um tipo de programa radiofônico se manifestou em ambos os municípios. Contudo, no município menos ruralizado, Juiz de Fora, tanto a busca por informação foi maior entre os que tinham mais de 60 anos, como também a preferência por escutar música foi maior entre os jovens e adultos.

O estudo de Cardoso e Santos (2007) também indicou que em Portugal a relação com o rádio dependia do perfil de público. Segundo os resultados da pesquisa dos autores, os mais velhos consideravam o rádio uma companhia, tendo preferência pelas emissoras e formatos de programas mais antigos. Os mais jovens, contudo, sintonizavam o rádio somente para escutar música. Os adultos gostavam mais de escutar notícias, principalmente de prestação de serviço como informações de trânsito e do tempo e temperatura.

Ampliando a discussão dos hábitos midiáticos geracionais para outros meios de

comunicação, retoma-se a pesquisa relativa ao “Inquérito Sociedade em Rede”, realizado entre 2003 e 2015. O objetivo da pesquisa foi “compreender a relação entre as dinâmicas geracionais e as dinâmicas de literacia mediática na sociedade portuguesa” (CARDOSO et al., 2018, p. 12). Diante da análise geracional no cenário português, os autores chegaram a quatro conclusões principais. A primeira, foi que “as principais mudanças midiáticas na sociedade portuguesa tendem a ser inauguradas pelos mais jovens”, ou seja, as novidades tecnológicas oferecidas tendem a ser incorporadas, inicialmente, pelos jovens, sendo “transmutado para as gerações mais velhas” (CARDOSO et al., 2018, p. 12). Os jovens foram considerados pelos autores como “nativos digitais”, em função de:

[...] inaugurar as práticas mediáticas na sociedade onde se inserem, precisamente pelo facto de a sua socialização, mediatização e educação serem feitas em contextos de pleno desenvolvimento de meios de comunicação, de que os mais velhos não dispunham (CARDOSO et al., 2018, p. 12).

A segunda conclusão dos autores foi a de que “os mais jovens tendiam a utilizar a internet de forma mais complexa”, para questões mais amplas em vez de somente se ater a tarefas básicas como recepção e envio de *emails*, comuns a todas as gerações. A terceira observação destacada foi a de que o fator geracional “impacta na utilização física dos meios de comunicação”, tendo em vista que os mais velhos tendiam a ter predileção por meios mais estáticos como a televisão, enquanto os mais jovens se identificavam mais rapidamente com mídias portáteis, a exemplo do celular. As novas mídias iam se incorporando ao cotidiano de adultos e idosos, portanto, de forma mais lenta e gradual do que na dos jovens. Neste processo de absorção das inovações midiáticas na sociedade portuguesa, o celular se transformou “numa ferramenta fundamental, sendo que o telefone fixo tendeu a perder utilizadores” (CARDOSO et al., 2018, p. 12). A quarta conclusão desse estudo foi a de que “os mais velhos recorriam em maior grau à internet para facilitar a sua vida quotidiana”. Isso ocorreu, de acordo com os autores, pelo fato da internet permitir o acesso a vários serviços públicos, tais como: pedido de informação, registro de reclamação, ou até mesmo abertura de processo no sistema online, sem a necessidade do cidadão se deslocar pessoalmente aos órgãos públicos.

Outra pesquisa também realizada em Portugal, por Melro (2013) voltou-se para

os usos e apropriações das novas mídias por pessoas que viviam no meio rural. O estudo investigou os hábitos midiáticos dos portugueses de três gerações (filhos, pais e avós) no cotidiano da família, da escola e do lazer. Melro (2013) caracteriza a televisão, o computador e o celular como ecrãs³⁵ presentes nas três gerações analisadas. A televisão mostrou-se, na pesquisa realizada pela autora, como transgeracional, por perpassar todas as gerações. Constituiu-se na mídia mais utilizada pelos avós. Todavia, essa geração dos anos 50 também mencionou usar o celular e o computador, mesmo com alguma resistência ou pouca frequência. Os pais, por sua vez, consideravam o celular como um dispositivo imprescindível para a gestão do seu cotidiano e dos seus filhos. Assim, aprendiam, acompanhavam e integravam as novas mídias no seu contexto familiar, em função dos filhos, que precisavam utilizar o computador e a internet para realizar as atividades escolares. Para os filhos, o celular era considerado o instrumento mais fundamental do seu dia-a-dia. A nova geração se destacou, ainda, por utilizar durante muitas horas do dia o computador e a internet, sem, no entanto, excluir a televisão de suas rotinas (MELRO, 2013).

O meio rural dos municípios mineiros, investigado na presente pesquisa, identifica questões similares aos dados encontrados pelos dois pesquisadores portugueses, apresentados anteriormente: Cardoso (2007; 2018) e Melro (2013). Os jovens do meio rural das localidades mineiras também se constituíam em inovadores no que se refere à inserção das novas tecnologias comunicacionais nas práticas rotineiras da família. Constatou-se, ainda, que o meio rural estava conectado em rede, apesar das dificuldades de acesso. Outro ponto comum foi a diferença de geração relativa ao uso do celular: a geração de pais e filhos manifestou maior abertura ao uso do celular que a dos avós. Somente na questão do uso do computador, já comum, nas pequenas aldeias portuguesas, não teve muita penetração entre os rurais investigados na Zona da Mata mineira. Contudo, tal fato se deve, certamente, muito mais à precariedade de oferta de infraestrutura no rural brasileiro, do que a um impedimento de ordem cultural. Ao contrário, o que os dados da presente pesquisa demonstram é que o “rural em rede” se caracteriza por uma abertura tecnológica que precede às próprias condições para o uso de determinadas tecnologias no meio rural.

Este aspecto relativo a forma como o desejo de se abrir a uma nova influência

³⁵ Este estudo não considerou o rádio, por tratar-se da análise de ecrã, ou seja, mídias com tela, monitor, etc.

cultural pode ser anterior a existência das próprias condições materiais necessárias para a efetiva adoção de determinada tecnologia, já havia sido evidenciado por Rambaud (1973), ao estudar o processo de urbanização das sociedades rurais da França no período posterior à Segunda Guerra Mundial. O autor mostrou na sua pesquisa, a forma como as mulheres e os mais jovens se abriram ao contato com os citadinos e às suas influências culturais, antes mesmo que houvesse no campo condições materiais para o uso de determinadas tecnologias. No caso do rádio, um aspecto interessante a se destacar diz respeito ao fato de que as influências tecnológicas modernas sequer representam uma grande ruptura com o rádio. Segundo a Pesquisa Kantar (2017), o rádio já era móvel antes mesmo da chegada do celular. Tal mobilidade, pode, inclusive, se constituir em um fator que favorece a sua adaptabilidade às novas tecnologias da informação e comunicação. Sabe-se que esta mobilidade do rádio, antes mesmo das novas mídias móveis, foi assegurada pelo invento do transistor, um dispositivo que permitiu a utilização de aparelhos portáteis, que podiam ser levados pelo ouvinte para qualquer lugar.

Neste sentido, a Pesquisa Brasileira de Mídia (2016), aponta que mesmo mediante as transformações geradas pelas novas mídias, que criaram novos modos de consumo de informação, os meios tradicionais de comunicação como a televisão e o rádio permanecem sendo muito utilizados. A Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios (PNAD), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), revela esse compartilhamento de novas e velhas mídias nos domicílios do Brasil e em Minas Gerais, através de uma análise longitudinal realizada entre 2005 e 2013, conforme demonstram os gráficos 2 e 3:

Pessoas com rádio, TV, celular ou computador no domicílio no Brasil

PNAD (2005-2013)

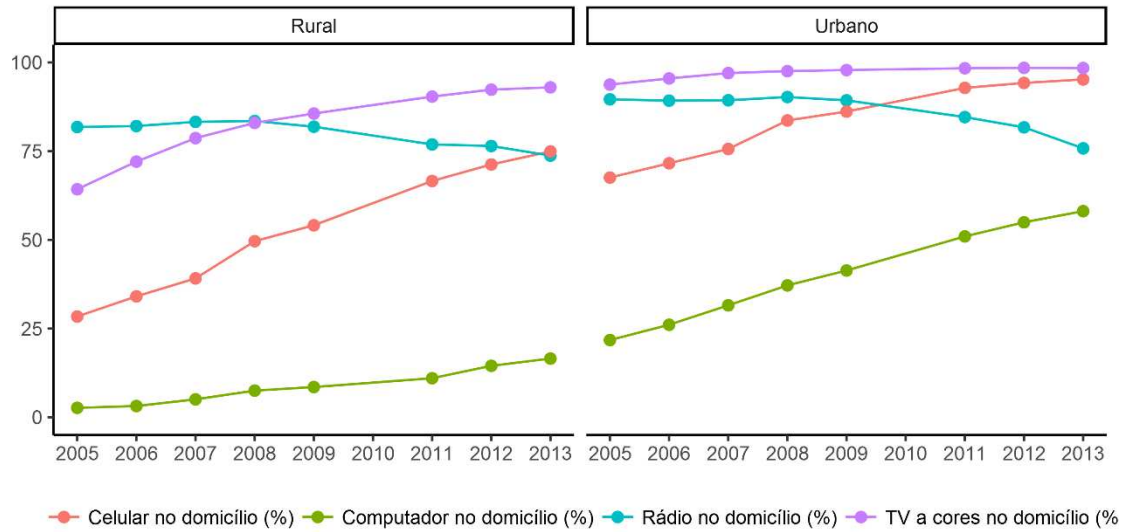


Figura 2 - Gráfico de Pessoas com rádio, TV, celular ou computador no domicílio no Brasil, meios rural e urbano.

Fonte: elaborado pela autora com base nos dados da PNAD (2005-2013)

Pessoas com rádio, TV, celular ou computador no domicílio em Minas Gerais

PNAD (2005-2013)

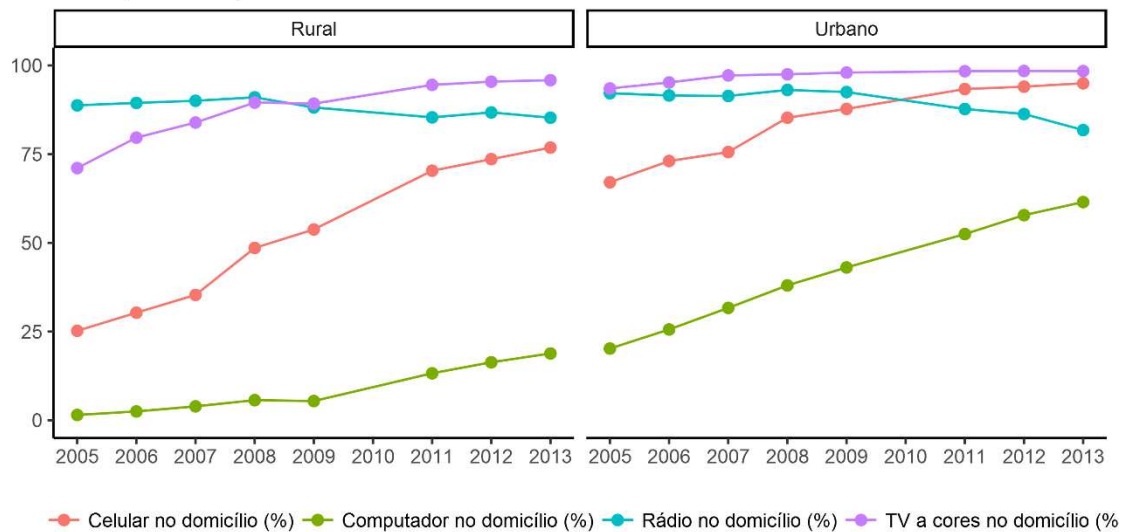


Figura 3 - Gráfico de pessoas com rádio, TV, celular ou computador no domicílio em Minas Gerais, meios rural e urbano.

Fonte: elaborado pela autora com base nos dados da PNAD (2005-2013)

Os dados revelam que tanto no meio rural como no urbano, ao longo de nove anos, o rádio permaneceu sendo de grande uso nos lares brasileiros e mineiros, mesmo apresentando uma queda na sua posse. Na verdade, a posse e o uso do rádio, ao longo dos anos, nos permite analisar a própria relação da cultura rural com a cultura urbana.

Os dados mostram que é inegável a força de penetração das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) nas sociedades rurais. Contudo, o meio rural, onde o rádio apresentava-se como o veículo de maior tradição não pode ser visto como tendo descaracterizado a sua cultura, ao se abrir para a incorporação das novas mídias. Não fosse pelo simples fato de que os meios de comunicação mais antigos como o rádio continuam tendo um uso expressivo, também deve-se considerar que as novas mídias, como o celular, de certa forma apresentam elementos culturais similares àqueles presentes nas mídias tradicionais, como o rádio. Trata-se, claro, do elemento da oralidade³⁶ (ONG, 1998). Embora o celular extrapole a dimensão da oralidade, oferecendo oportunidades de leitura, escrita, além do recurso visual, sobressai-se nesta mídia o seu uso vinculado à oralidade: envio e escuta de recados orais, conversas telefônicas, escuta de músicas, bem como o acesso a vídeos – com características orais e visuais, etc. Ou seja, mesmo que a mídia seja nova, ela apresenta grande aderência à cultura da oralidade presente nas sociedades rurais. Daí, não pode se falar de uma descaracterização desta cultura rural mediante a entrada de novas mídias. Em Minas Gerais, sobretudo, a queda na presença do rádio nos domicílios do meio rural é, inclusive, bem menor que em relação ao contexto nacional. E como não é de se estranhar, o rádio e o celular convivem harmonicamente no meio rural, apresentando, mesmo, um crescimento vertiginoso em termos de usuários. Todavia, a presença das TIC na zona rural, não deixa de sinalizar uma mudança nos modos de vida dos moradores do campo, que se abrem às influências da cultura urbana.

Se do ponto de vista dos usuários rurais, as novas mídias não representavam, necessariamente, uma ruptura cultural, no aspecto tecnológico também não. A narrativa radiofônica apresentou uma grande flexibilidade adaptativa. O rádio se adequou a novos espaços, se atualizando. Exemplo disto é o *webradio*, que proporcionou a possibilidade de acesso por outros suportes, além dos aparelhos tradicionais – pilha e energia – como o computador e o celular (PRATA, 2008). Essa reconfiguração do rádio é conceituada como “radiomorfose”, por Prata (2008, p. 60) num empréstimo do vocábulo *mediamorphosis* cunhado por Roger Fidler (1997), que utilizou este termo para

³⁶ Em seu livro *Oralidade e cultura escrita*, Walter Ong (1998) analisa a relação entre a oralidade e a cultura escrita. Ele defende que a linguagem é um fenômeno oral, principalmente pela herança da oralidade primária, quando não havia, ainda, a cultura escrita. Até mesmo na ‘oralidade secundária’, a nova oralidade dos telefones, do rádio, da televisão, existe um resquício da oralidade, capaz de influenciar a estruturação de pensamentos e da palavra escrita.

descrever o processo de adaptação dos meios tradicionais às novas tecnologias, diante de um quadro de mudança. A primeira reconfiguração do rádio ocorreu na década de 1950, com a chegada da televisão no Brasil, quando a mídia radiofônica modificou a sua linguagem e conteúdo, contando com a mobilidade proporcionada pela criação do transistor, instituindo o rádio portátil, que facilitou a audição do ouvinte em qualquer lugar para onde ele se deslocasse. Na atualidade, o rádio também se ressignificou adaptando-se aos novos suportes.

Assim, embora nas últimas décadas a mídia radiofônica tenha perdido a sua centralidade, por outro lado, ela ganhou flexibilidade, fazendo parte do novo sistema de comunicação em rede. Kischinhevsky (2016) classifica a reinvenção dessa mídia tradicional como “rádio expandido”, apontando para o fato de que a transmissão em ondas hertzianas transborda para novos aparatos tecnológicos como o celular, o computador, o notebook, o tablet, podendo ocorrer ao vivo (no dial ou via *streaming*) ou sob demanda (*podcasting* ou através da busca em arquivos ou diretórios). Isso significa, conforme reforça Kischinhevsky (2016), que a narrativa radiofônica consolida cada vez mais a sua presença nas novas plataformas de distribuição, circulação e consumo.

Em uma época marcada pela convergência de mídias, as empresas de comunicação adotam estratégias (CERTEAU, 2014) para garantir seu público consumidor em meio ao competitivo cenário de multiplicidade de ofertas midiáticas, o que faz parte de “um claro processo de reordenamento empresarial e de transição rumo a suportes digitais” por meio de investimento em “novos negócios muito diversos entre si” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 43). Da mesma forma, os ouvintes adotam suas táticas (CERTEAU, 2014) com seu poder de escolha sobre as maneiras de escuta do rádio e de acesso a outras mídias, podendo utilizar um cardápio, uma ‘dieta de mídia’ em suas rotinas diárias (CARDOSO, 2007).

5 CONSIDERAÇÕES

O presente artigo buscou analisar a relação dos rurais com a cultura urbana, mediante a identificação da sua dieta de mídia. Neste processo de interação dos rurais com a cultura urbana, buscou-se observar, em especial, o lugar ocupado pelo rádio no cotidiano dos moradores do campo em dois municípios da Zona da Mata Mineira, com índices antagônicos de ruralidade: Pedra Bonita e Juiz de Fora, ambos localizados na

Zona da Mata mineira, região com um dos menores Índices de Desenvolvimento Humano de Minas Gerais. A intenção desta estratégia metodológica de observar as formas de interação cultural através do uso de mídias tradicionais e modernas, na zona rural de um município com fortes traços de ruralidade e em outro com características mais urbanas, foi analisar de que forma as pessoas que vivem na zona rural de municípios com diferentes índices de ruralidade interagem com as influências da cultura urbana, se mediante processos de aculturação aos padrões midiáticos hegemônicos, se através de um processo de hibridização, mesclando aspectos da sua cultura com a absorção de novas referências midiáticas ou se preservando a sua identidade cultural. Para realizar esta observação acerca da forma como através do uso da mídia se pode perceber os processos de interação cultural, tomou-se como referência, ainda, a perspectiva de geração.

Constatou-se, na pesquisa, no que diz respeito a mídia mais tradicional, o rádio, que a narrativa radiofônica continua presente no cotidiano dos rurais, seja sintonizada no modelo hertziano ou acessado pelo celular e pela televisão, como afirmaram os entrevistados. Esta permanência foi mais expressiva, ainda, na zona rural do município de Juiz de Fora, que apresentava características mais urbanas. Ou seja, o rádio vem mostrando uma grande flexibilidade adaptativa frente às novas tecnologias da informação e comunicação, inclusive, em relação às novas gerações.

Ao se analisar o uso do rádio, da televisão e do celular observou-se uma grande convergência entre os mesmos em termos da cultura da oralidade, a qual se constitui em uma forte característica do modo de vida dos rurais. A cultura da oralidade perpassa e inclusive se adere ao campo de possibilidades de uso apresentado pelas mídias modernas, como o celular. Assim, viver em um município mais ruralizado ou mais urbanizado parece ter uma influência mais sobre o ritmo da aderência às novas tecnologias do que sobre a abertura dos indivíduos para as mesmas. Certamente, a infraestrutura mais precarizada em municípios rurais se constitui em um fator interveniente no uso não apenas das novas tecnologias, mas, também, das mais tradicionais, como o rádio, que apresenta sinal de transmissão mais precário em municípios mais ruralizados.

Na análise geracional constatou-se que a prática do uso do celular era mais comum entre os jovens, que em quase a sua totalidade demonstraram afinidade com o dispositivo. Portanto, o fator geracional mostrou-se presente tanto em Pedra Bonita

quanto em Juiz de Fora. A mesma constatação ocorreu em relação a utilização da internet e à televisão, os dados revelaram uma distinção geracional e também entre as regiões analisadas. Em Pedra Bonita, jovens e adultos assistiam mais à televisão do que os idosos. Já em Juiz de Fora, todas as gerações tinham o hábito de assistir televisão. Ou seja, a intensidade da vinculação midiática foi o aspecto mais distintivo, visto que a tendência à vinculação às diferentes mídias mostrou-se presente em ambos os municípios.

Dessa forma, percebe-se que diante de uma grande diversidade de mídias *on* e *off-line* disponíveis na atualidade da comunicação em rede, os rurais têm autonomia de escolhas diante de sua dieta de mídia, selecionando as mídias mais pertinentes com os seus gostos, interesses, enfim, com as suas preferências culturais. Por fim, verificamos neste estudo sobre a ruralidade contemporânea e suas conexões midiáticas, que o rádio participa do cotidiano dos rurais, dividindo espaço com outros veículos de comunicação. Esse rural analisado traz fortemente as marcas da hibridização cultural, mostrando a aderência dos rurais aos modos de vida citadinos, mas, também, a convergência da cultura da oralidade, presente no meio rural, com as novas tecnologias, o que vem revelando, também, a manutenção das suas especificidades culturais.

Assim, esse rural viaja pelas conexões midiáticas da atualidade, se transporta pelas novas potencialidades tecnológicas com interações das mais variadas. As sociedades rurais vêm se integrando, rompendo fronteiras, conectando as suas experiências às esferas virtuais do mundo, seja sintonizando o rádio hertziano à eletricidade, pela TV, pelo celular, dentre outros novos hábitos midiáticos constituídos na vivência dos moradores do campo. Olhar para as sociedades rurais, hoje, significa, portanto, perceber um *rural em rede*.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BABBIE, Earl. **Métodos de Pesquisas de Survey**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.

BIANCHI, Graziela Soares. **Rural Vivido e Mdiatizado**: relações simbólicas e sentidos produzidos a partir da escuta dos programas radiofônicos Hora do Chimarrão e Brasil de Norte a Sul por ouvintes das comunidades rurais Linha Batistela, Povoado Coan e Linha Bigolin. 2003. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, UNISINOS, São Leopoldo, 2003.

BIANCO, Nelia R. Del. E o rádio, vai morrer na era da convergência tecnológica? In:

DÂNGELO, Newton; SOUSA, Sandra Sueli Garcia de (Orgs.). **Noventa anos de rádio no Brasil**. Uberlândia: EDUFU, 2016.

BRAGA, Gustavo Bastos. **Por uma caracterização do território através do modo de vida rural e/ou urbano**. Viçosa, MG, 2015. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-graduação em Extensão Rural, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2015.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. – Brasília: Secom, 2016. 120 p.: il. Disponível em: <http://pesquisademidia.gov.br/files/E-Book_PBM_2016.pdf> Acesso em: 8 mar. 2018.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. – Brasília: Secom, 2014. Disponível em <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf/view>> Acesso em: 2 dez. 2017.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade**. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 2008.

CÂNDIDO, A. **Os parceiros do Rio Bonito**: Estudo sobre o caipira paulista e a transformação dos seus meios de vida. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1964.

CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrine, notícias**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

CARDOSO, Gustavo; SANTOS, Susana. **Públicos de media em Portugal**. Lisboa: OberCom - Observatório da Comunicação, 2007.

CARDOSO, Gustavo et al. **Literacias na Sociedade dos Ecrãs**. Lisboa: Obercom, 2018. Disponível em: <<https://obercom.pt/wp-content/uploads/2018/03/OberCom2018-Literacias-na-Sociedade-dos-Ecrãs.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2018.

CARNEIRO, Maria José. “Rural” como categoria de pensamento. **Ruris**, v. 2, n. 1, mar. 2008.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

FAVORITO, Celsina Alves. Deus no céu e o rádio na terra: papel do rádio junto às mulheres rurais de Pitanga/Paraná. **Revista Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 1, n. 1, 2004.

FIDLER, Roger. **Mediamorphosis: Understanding New Media**. London: Sage Publications Ltd, 1997.

FRAGA, Kátia de Lourdes; FIÚZA, Ana Louise de Carvalho; SILVA, Jonathan Fagundes da; MOTTA, Janayna Avelar Motta. **A relação das sociedades rurais com o rádio na contemporaneidade**. Revista Espacios, Vol.38, Nº 34, 2017.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (1990, 2010). Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

KANTAR IBOPE MEDIA. **Book de Rádio**, setembro/2017. Disponível em: <<http://www.mediabook.ibope.com/>> Acesso em: 20 maio 2018.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações ráfiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, p. 215-220, 2016.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

MELRO, Ana Luísa Rego. **Gerações de Ecrã em meio rural – estudo dos novos media no quotidiano rural português de três gerações**. 2013. Tese (Doutorado) - Departamento de Comunicação e Artes, Universidade de Aveiro, Aveiro, 2013.

Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios (PNAD). Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal:2013/IBGE. Rio de Janeiro: IBGE, 2015.

ONDA de rádio. **Dicionário Houaiss de Física**. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2005, p. 166.

ONG, Walter J. *Oralidade e cultura escrita: a tecnologização da palavra*. São Paulo: Papyrus, 1998.

PRATA, Nair. *Webradio: novos gêneros, novas formas de interação*. Tese de doutorado – Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Minas gerais (UFMG), Belo Horizonte, 2008.

RAMBAUD, Placide. *Société Rurale et Urbanisation*. Paris: Editions du Seuil, 1973, 343 p.

SANFELICE, Leandro. **TV ainda é importante no entretenimento de lares, diz estudo**. 2014. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/tv-ainda-e-importante-no-entretenimento-de-lares-diz-estudo/>>. Acesso em: 2 mar. 2018.

SILVA, Sandra Rúbia da. **Eu não vivo sem celular: Sociabilidade, Consumo, Corporalidade e Novas Práticas nas Culturas Urbanas**. Intexto, Porto Alegre:UFRGS, v.2, n.17, p.1-17, julho/dezembro 2007

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2001.

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. *A ruralidade no Brasil moderno. Por un pacto social pelo desenvolvimento rural*. In: GIARRACCA, Norma. **Una nueva ruralidad en América Latina?** Buenos Aires: CLACSO, 2001. Disponível em: <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/rural/wanderley.pdf>>. Acesso em: 10 jun.

2017.

WEIGELT, Diego. Como os jovens ouvem rádio? Uma cultura lusófona de consumo rádiofônico. Florianópolis: Insular, 2017.

“Quem elegeu a busca, não pode recusar a travessia”
(GUIMARÃES ROSA)

ARTIGO 4

O RÁDIO DIANTE DAS NOVAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO: A radiomorfose revelada na cultura da oralidade perpetuada pelos rurais

RESUMO: O objetivo deste artigo foi identificar por meio do uso do rádio e de outras mídias, o processo de interação entre a cultura rural e a cultura urbana, buscando entender como a ruralidade vem se configurando mediante a expansão da comunicação em rede. A pesquisa teve um caráter cros-sectional com a realização de 100 entrevistas em profundidade em dois municípios da Zona da Mata mineira. A escolha das localidades foi realizada considerando-se os seus índices de ruralidade: Pedra Bonita, foi escolhida por apresentar o maior índice de ruralidade da Zona da Mata e Juiz de Fora, por apresentar o menor. Seria o grau de ruralidade um fator interveniente nos hábitos midiáticos apresentados pelos rurais? Os resultados apontaram para o fato de que a cultura da oralidade, presente nas sociedades rurais, se constituiu como mediadora entre as práticas midiáticas tradicionais e as modernas, independente do índice de ruralidade do município. Concluiu-se, assim, que mesmo com a experiência do “rural em rede”, o acesso às novas tecnologias da informação e comunicação não descaracterizou a cultura da oralidade dos rurais, tendo, pelo contrário, até a reforçado, embora, por outro lado, os processos de individualização tenham se acentuado com a disseminação do uso do celular pelos rurais.

1 INTRODUÇÃO

É notória, na atualidade, a percepção de mudanças nas práticas comunicacionais, inclusive, no meio rural. Mas de que forma estas influências advindas da expansão e do alcance das novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) se processam nas sociedades rurais? De que forma, a cultura da oralidade, observável, sobretudo, no vínculo dos rurais com o rádio, se conforma face a inserção das TIC no meio rural? O presente estudo buscou compreender, assim, a forma como vem se processando esta interação cultural dos habitantes da zona rural com a cultura urbana, mediante o uso de uma mídia tradicional como o rádio e das Tecnologias da Informação e Comunicação. De que forma as novas mídias afetam os usos e apropriações que os rurais fazem do rádio? O fato de se viver na zona rural de um município mais urbanizado, como Juiz de Fora, ou mais ruralizado, como Pedra Bonita afeta o uso que se faz destas mídias tradicionais e modernas?

Exatamente para verificar o espaço ocupado pelo rádio nesse novo cenário de consumo midiático, em um contexto de uma territorialidade em vigoroso processo de

mudanças, é que desenvolvemos esta pesquisa. O atual modo de vida das sociedades rurais pode ser caracterizado como típico de uma “sociedade midiaticizada”? Segundo Sodré (1996, p. 27), na sociedade midiaticizada, “[...] a mídia se torna progressivamente o lugar por excelência da produção social de sentido”. Para Cardoso (2007) a “comunicação em rede” tornou-se hegemônica, penetrando os mais diferentes contextos sociais. Nesse sentido, cabe analisar o lugar ocupado pelo rádio, mídia popularíssima e que alcança especialmente e historicamente os rurais. Segundo Barbosa (2011) o rádio estaria entranhado na cultura brasileira, sendo a sua presença claramente perceptível “nas práticas de oralidade, nas misturas nos modos de comunicação, nas milhões de pessoas que fazem do rádio não apenas o companheiro de escuta, mas de sentimentos e partilhas”. Assim, pretende-se, no presente artigo analisar através do uso do rádio, os processos de interação entre a cultura rural e a cultura urbana, na zona rural de um município mais urbanizado e outro mais ruralizado.

O presente artigo está estruturado da seguinte forma: na primeira parte, apresenta-se uma discussão teórica acerca da temática deste artigo; na segunda, mostra-se a metodologia desta pesquisa. A terceira etapa consiste da reflexão em relação aos resultados e análise de dados da pesquisa qualitativa realizada neste estudo. Em seguida, apresentam-se as considerações finais.

2 MARCO TEÓRICO

Segundo Wirth (1987), o urbanismo se caracterizaria como um “modo de vida”, vinculado ao crescimento das cidades e a difusão de práticas citadinas, inclusive para as sociedades rurais. Segundo o referido autor, o urbanismo se expandiria, principalmente, por meio do sistema de comunicação e das tecnologias de produção e de distribuição, norteadores do desenvolvimento econômico, social e cultural (WIRTH, 1987, p.112). No mesmo sentido que Wirth (1987), Rambaud (1969; 1973) já destacava a força expansiva da cultura urbana em direção às sociedades rurais. A urbanização, portanto, impactaria diretamente nos modos de vida das sociedades rurais. Rambaud (1969) concebe a urbanização não apenas como uma ação da cidade em direção ao campo, tão pouco como o aumento da população da cidade, mas, antes, como a invenção de um modo de vida em vias de se tornar “universal”.

A urbanização se apresentaria como um movimento complexo, econômico e

social, intelectual e afetivo. Ela ignoraria a existência de espaços com conformações físicas diferentes, como “campo” e “cidade”, penetrando em ambos, mas em ritmos e intensidades diferenciadas. De acordo com Rambaud (1973), nas sociedades rurais não haveria uma rejeição a estas influências advindas da cultura urbana, sendo que alguns grupos, como os jovens e as mulheres, tenderiam, até, a manifestar maior abertura às influências advindas da Cultura Urbana. O autor utiliza, inclusive, o conceito de “canevas” para expressar a possibilidade de escolha que cada pessoa possui para, diante da expansão da Cultura Urbana, tecer seu próprio cardápio de elementos oferecidos pelos modos citadinos. No caso da comunicação, poder-se-ia admitir a autonomia de escolha diante das mídias apresentadas no mundo global.

Rambaud (1969) lembra que a cultura é um conjunto de comportamentos, valores e regras internas de um determinado grupo. Assim, as sociedades rurais têm um modo de vida próprio baseado em conhecimentos, ética, visão de mundo, instituições e técnicas peculiares a sua população. Contudo, toda cultura está em movimento e em interação dentro da sociedade global. Todavia, destaca Rambaud que este processo de interação pode se estabelecer através da “aculturação”, típica entre grupos desiguais, com posições sociais diferentes, estabelecendo-se uma relação entre dominados e dominantes. Nesse convívio, o clima ora pode ser de expectativa e acolhida, ora de hostilidade e resistência à Cultura Urbana. Mas em que condições a urbanização pode não ser uma alienação difundida, mas a invenção de uma sociedade integrada, em que campo e cidade se constituiriam em duas formas de organização social e espacial diferentes, complementares ou iguais? Isto dependeria do grau de coesão do tecido social. Grupos sociais marcados pela existência de práticas coletivas estariam mais fortalecidos para absorver tais influências culturais de forma mais seletiva e processual, isto é, para o autor os indivíduos seriam capazes de fazer escolhas, segundo o que lhes parecer melhor para as suas vidas.

Já Canclini (2008) e Burke (2006) analisaram a interação entre culturas sob o viés da hibridização. Essa perspectiva ganhou força no século XX, quando diversos autores intensificaram as discussões acerca dos processos interétnicos, sobretudo, aqueles emergentes no processo de descolonização, de globalização, de cruzamento de fronteiras, de fusões artísticas, literárias e comunicacionais. Peter Burke (2006), analisa o hibridismo sob uma perspectiva de variedade e de “mistura”. O significado de hibridismo dependeria do campo em que se insere a discussão, seja na religião, na

literatura, na música, nas festividades, línguas, culinárias mestiças. Os sentidos variam de acordo com o espaço social e histórico no qual os processos híbridos ocorrem. O autor condena terminologias consagradas como aculturação, apropriação e sincretismo. O autor prefere pensar o encontro de culturas numa perspectiva híbrida, sob a dimensão de uma espécie de mescla de formas culturais. Para ele, a relação entre a metrópole e a fronteira, seria um forte contexto para sinalizar situações de maior intercâmbio e hibridização.

Pode-se supor que os novos hábitos midiáticos dos rurais sob o prisma de Burke (2006) seriam uma “mistura” de gostos, podendo incluir mídias antigas e modernas no processo de seleção pelos meios de comunicação mais pertinentes ao cotidiano do indivíduo para seu entretenimento na sua forma de se comunicar com o mundo. Tal fenômeno, poderia, segundo Canclini (2008) ocorrer de modo não planejado, a exemplo de processos migratórios, turísticos e de intercâmbio econômico ou comunicacional. O hibridismo cultural para Canclini (2008) é pautado nos “processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas”.

A combinação de objetos e práticas gerando algo novo, implicaria na reconversão cultural, tal como acontece quando migrantes camponeses adaptam os seus saberes para o trabalho e o consumo na cidade ou vinculam o seu artesanato a usos modernos como atrativo para a clientela urbana. Híbridos também seriam os operários que reformulam a sua cultura de trabalho em busca de adaptação às novas tecnologias produtivas; e os movimentos indígenas que garantem a reinserção de suas demandas na política transnacional ou no contexto ecológico e aprendem a utilizar estratégias comunicacionais por meio do rádio, da televisão e da internet (CANCLINI, 2008).

Canclini (2008) reconhece que muitas críticas surgiram em relação ao termo “híbrido”. No século XIX havia uma desconfiança no termo “híbrido”, pois a hibridação era considerada prejudicial ao desenvolvimento social, em função de se considerar que ela poderia gerar a esterilidade cultural tal como ocorre com a biológica. Contudo, o século XX torna visível uma multiplicidade de hibridizações: casamentos mestiços, fusão de melodias étnicas com a música clássica, do jazz com a salsa, a mistura de ritmos andinos e caribenhos, a reinterpretação jazzística de Mozart, dentre tantas outras manifestações. Assim, segundo o autor, o entrecruzamento de fronteiras permitiria maior intercomunicação entre os povos, etnias e classes, fazendo com que o popular e o

culto, o nacional e o estrangeiro, e porque não dizer o rural e o urbano, aparecessem não como entidades, mas como cenário para as fusões e inovações culturais. Canclini (2008) destaca, especialmente, a forma como a disseminação advinda pela eletrônica e pela telemática, o uso de satélites e computadores na difusão cultural, impactam nas interconexões entre o local e o global. No mundo globalizado, as interações diminuíram as distâncias e permitiram misturas interculturais. Em uma dimensão particular, a cultura de bairro também se mistura com a produção midiática nessa hibridização.

Na esfera particular da comunicação, este processo de hibridização poderia ser ilustrado pela concepção de radiomorfose, utilizada por Prata (2008) para descrever os vários caminhos tomados pelo rádio hertziano no seu processo de interação com a Webrádio. A autora explica que nesse processo de metamorfose, “os gêneros do rádio tradicional se adaptaram às especificidades dos novos suportes. Mantém-se o conteúdo, mas, “ao mesmo tempo, insere novos formatos, enquanto reconfigura elementos antigos, numa mistura que transforma o veículo numa grande constelação de signos sonoros, textuais e imagéticos (PRATA, 2008, p. 61). Desta forma, a concepção de radiomorfose coloca em alto relevo o próprio processo de hibridização cultural.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

No que diz respeito às entrevistas em profundidade, o critério utilizado para a seleção dos entrevistados foi selecionar alguns perfis entre os 627 questionários aplicados com estudantes de ensino médio de escolas que atendiam jovens rurais nas localidades pesquisadas e também com seus familiares (pais, mães, avôs e avós). Foram selecionadas pessoas por faixa etária (jovens, adultos e idosos) para uma compreensão mais ampla do que apresentavam os dados quantitativos. Buscamos contemplar estudantes, pais, mães, avôs e avós, com gostos variados em relação aos meios de comunicação, ou seja, tanto os que tinham o hábito de ouvir rádio quanto pessoas que apresentaram outras formas de contato com as mídias, como uma ligação maior com celular, por exemplo. No contato pessoal nas conversas que aconteceram nas casas dos moradores, seguimos um roteiro de perguntas³⁷ com um aprofundamento maior que as questões registradas no questionário.

Em Pedra Bonita, a chegada às moradias das pessoas selecionadas para

³⁷ O roteiro está disponível nos apêndices.

participar dessa fase do estudo, no período de 18 a 28 de fevereiro de 2018, foi intermediada por uma funcionária da escola rural que se dispôs a conduzir a pesquisadora. Fazer o percurso com alguém do lugar facilitou muito o deslocamento e, também, promoveu uma maior confiança dos entrevistados em relação à pesquisadora. Em Juiz de Fora, as entrevistas em profundidade foram feitas em duas fases: de 1º a 6 de outubro; e de 15 a 22 de outubro de 2017. Adotou-se como procedimento de abordagem dos entrevistados, a ligação prévia, com agendamento. Em Juiz de Fora, o deslocamento entre os bairros rurais para a realização das entrevistas em profundidade, ocorreu sem a presença de pessoas do lugar, o que demandou o uso de mapa e da intuição pessoal para “descobrir”, por conta própria, como chegar nas moradias dos familiares dos estudantes. Embora não se tenha chegado às casas acompanhado de alguém do lugar, como em Pedra Bonita, a presença do jovem que já havia respondido o questionário na escola, mediou de forma satisfatória a necessidade de introdução da pesquisadora.

A técnica da pesquisa em profundidade foi utilizada para responder questões particulares da pesquisa, voltando-se mais para a percepção dos significados, motivações, aspirações, crenças, valores e atitudes dos entrevistados em relação aos meios de comunicação (MINAYO, 2001). Nas entrevistas foram aprofundadas algumas questões apresentadas no questionário semiestruturado.

As 100 entrevistas realizadas foram então transcritas e analisadas por meio do uso do *software* Iramuteq³⁸ (Interface R³⁹ para análise Multidimensional de Texto e Questionário). Trata-se de um programa de análise de conteúdo textual que permitiu a análise das falas, expressões e palavras relacionadas às preferências midiáticas dos entrevistados. As entrevistas realizadas em Pedra Bonita e Juiz de Fora foram gravadas em áudio, transcritas na forma de um único *corpus*, composto por 100 entrevistas: 67 realizadas em Pedra Bonita e 33 em Juiz de Fora.

Com o *corpus* formado realizou-se uma análise textual, para verificar o sentido

³⁸ O *software* Iramuteq, de origem francesa, com licença livre (GLU), possibilita a partir da análise lexicográfica um aprofundamento na sistematização dos dados sobre a temática estudada (CAMARGO; JUSTO, 2013).

³⁹ O Iramuteq funciona utilizando paralelamente o *Software* livre R, que é uma linguagem com foco em análises estatísticas e gráficas. O R é “um pacote estatístico *open-source* e esta flexibilidade o torna bastante popular no meio acadêmico”, proporcionando da “produção das análises e gráficos, incluindo símbolos e fórmulas matemáticas, uma vez que o usuário detém total controle sobre o que está sendo desenhado”. Informações disponíveis em: < https://rstudio-pubs-static.s3.amazonaws.com/106363_3cdd7d2bedb74c32a5ae86b4bdefb435.html> Acesso em: 10 nov. 2017.

das falas dos entrevistados e auxiliar na análise de conteúdo dos textos processados (BARDIN, 2012), utilizando-se o método da Classificação Hierárquica Descendente (CHD), do *software* Iramuteq. O programa reparte o *corpus*, no caso, o conjunto das 100 entrevistas realizadas, agrupando-as de acordo com as classes temáticas formadas a partir das palavras que obtiveram mais frequência e maior associação (χ^2) entre si (CAMARGO; JUSTO, 2013). Em outras palavras, o *corpus* é “cortado” em segmentos de texto (STs), formados por pequenos trechos dos depoimentos destacados no texto analisado. Esses segmentos de texto são agrupados em “classes”⁴⁰ temáticas, formadas a partir da junção das palavras mais similares, permitindo, assim, uma compreensão ampliada dos grupos de discursos, das ideias lançadas pelos entrevistados.

A partir do cruzamento de dados textuais, o *software* organiza a análise em um dendrograma que apresenta visualmente as relações entre as classes. “O software executa cálculos e fornece resultados” que permitem descrever as classes, principalmente, “pelo seu vocabulário característico (léxico) e pelas suas palavras com as respectivas variáveis”⁴¹ (no caso do nosso estudo foram a localidade e a idade). A partir das classes resultantes do processamento do Iramuteq e organizadas no dendrograma de cada município analisado, coube a pesquisadora nomeá-las, ou seja, categorizar cada classe. Isso foi possível a partir lista das palavras mais expressivas em cada classe, procedimento que serão detalhados nos resultados.

4 RESULTADOS E ANÁLISES

Dos 100 depoimentos coletados a partir das entrevistas em profundidade, 67 foram realizadas em Pedra Bonita e 33 entrevistas em Juiz de Fora. Os dados relativos aos dois municípios foram analisados de forma separada no *software* Iramuteq, a fim de

⁴⁰ “Estas classes de palavras e segmentos de texto, em nível do *software* são compostas de vários segmentos em função de uma classificação segundo a distribuição do seu vocabulário. Em nível interpretativo depende do marco teórico de cada pesquisa. Reinert (1990), ao estudar a literatura francesa considerou cada classe como uma noção de “mundo”, enquanto um quadro perceptivo-cognitivo com certa estabilidade temporal associado a um ambiente complexo. Em pesquisas no campo da linguística estas classes foram interpretadas como campos lexicais (Cros, 1993) ou contextos semânticos. Em pesquisas no campo da psicologia social, particularmente aquelas interessadas em estudar o conhecimento do senso comum, tendo em vista o estatuto que elas conferem às manifestações linguísticas, estas classes podem indicar representações sociais ou campos de imagens sobre um dado objeto (...)”. Informações disponíveis em <http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/Tutorial%20IraMuTeQ%20em%20portugues_17.03.2016.pdf> Acesso em: 10 nov. 2017.

⁴¹ Informações obtidas no site http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/Tutorial%20IraMuTeQ%20em%20portugues_17.03.2016.pdf (Acesso em 10 de novembro de 2017).

que se pudesse observar se a diferença nos índices de ruralidade referentes a cada um dos municípios, se constituiria em um fator interveniente na relação que os habitantes da zona rural de ambos os municípios desenvolviam com as mídias mais tradicionais, como o rádio e a televisão, assim como com as modernas tecnologias da informação e comunicação. Desta forma, primeiro se analisou a relação dos rurais com as mídias tradicionais (rádio e televisão), para, posteriormente, se analisar a relação dos mesmos com as modernas tecnologias da informação e comunicação.

4.1 A relação dos rurais com as mídias tradicionais: O Rádio entre tradição e contemporaneidade

A aplicação do *software* Iramuteq em Juiz de Fora revelou uma diversidade maior de respostas do que em Pedra Bonita, visto que o programa subdividiu os segmentos de textos retirados das entrevistas de Juiz de Fora em duas categorias: uso tradicional e uso contemporâneo do rádio; enquanto em Pedra Bonita estas duas categorias não se distinguiram. Todavia, mesmo que o uso do rádio tenha se subdividido em tradicional e contemporâneo, em Juiz de Fora, observa-se uma convergência no conjunto de palavras destacadas pelo Iramuteq em ambos os municípios: rádio, ouvir, música, escutar, energia, pilha, aparelho. O Uso do teste de quiquadrado (χ^2) indica a afinidade entre as palavras presentes em uma mesma categoria. Assim, observa-se que em Pedra Bonita o grau de afinidade entre as palavras “rádio”, “ouvir” e “música” foi mais forte do que em Juiz de Fora, embora tenha havido uma clara convergência entre as palavras que se destacaram nas entrevistas em ambos os municípios.

Tabela 1: O uso do rádio em Pedra Bonita e Juiz de Fora

Pedra Bonita			Juiz de Fora					
Uso do rádio	Nº	χ^2	Uso tradicional	Nº	χ^2	Uso Contemporâneo	Nº	χ^2
Rádio	285	657.20	Rádio	211	183.72	Música	320.43	73
Ouvir	191	610.08	Ouvir	163	112.26	Ouvir	182.62	163
Música	72	194.49	Manhã	44	78.33	Rádio	113.57	211
Escutar	51	173.54	Ligar	90	62.85	Companhia	110.95	26
Energia	36	98.90	Aparelho	29	57.08	Notícia	108.70	74
Pilha	23	88.88	Dormir	16	38.56	Preferido	93.02	40
Aparelho	45	81.61	Pilha	8	28.20	Locutor	88.27	17
Gostar	115	55.53	Escutar	46	28.07	Sertanejo	54.84	8
Pai	114	46.01	Trabalho	25	27.52	Escutar	53.54	46
Mãe	61	41.67	Levantar	5	24.34	Rádio Globo	41.02	6

Fonte: Informações do relatório de análise do software Iramuteq, 2018.

Nos segmentos de texto apresentados no Quadro 1, pode-se observar as utilidades atribuídas ao rádio pelos ouvintes de ambos os municípios: diversão, companhia, informação, música, religião, de tudo um pouco. Se na tabela 1 pode-se chamar a atenção para o fato do teste do χ^2 (quiquadrado) ter evidenciado maior afinidade de escuta do rádio em Pedra Bonita, município com maior índice de ruralidade, por outro lado, o Quadro 1, que apresenta os segmentos de texto retirados das entrevistas realizadas na zona rural de ambos os municípios, mostra como o conteúdo das falas e os usos atribuídos ao rádio são similares.

Quadro 1: Usos atribuídos ao rádio em Pedra Bonita e Juiz de Fora.

Pedra Bonita	Juiz de Fora
Diversão/distração	Diversão/distração
<p>Eu gosto mais do rádio, o rádio é uma diversão pra mim (Entrev.36, mulher, adulta).</p> <p>O rádio é um antistress pra mim (Entrev.36, mulher, adulta).</p> <p>Gosto do rádio pra me distrair, passar o tempo, Ah, gosto dos cantores, de ouvir música no rádio. (Entrev.55, homem, idoso).</p> <p>A gente pede música, os locutores fazem brincadeira com a gente, é bom demais, muito divertido. Todo dia, o dia que eu mando um alô pra eles lê no ar. (Entrev.28, mulher, jovem)</p>	<p>Ouçoo um pouquinho o rádio em casa, na hora do almoço, e um pouquinho no meu trabalho (Entrev.19, homem, adulto).</p> <p>Eu gosto de ouvir rádio, e, então, é praticamente o dia inteiro, principalmente na parte da manhã que é o horário que eu mais fico em casa (Entrev.24, mulher, adulta).</p> <p>Rádio é entretenimento (Entrev.05, mulher, jovem).</p> <p>Gosto dessa companhia porque é bom, né, a gente fica no sofá ouve as notícias, escuta uma música que move o coração da gente (Entev.22, homem, adulto).</p>
Companhia	Companhia
<p>“Acho que o rádio é uma companhia sim” (Entrev. 54, mulher, idosa)</p> <p>“O rádio, é como se tivesse com um amigo, assim, quando a gente tá ouvindo a rádio é a mesma coisa que tá com uma companhia em casa; eu gosto demais de ouvir rádio (Entrev. 28, mulher, jovem).</p> <p>“Meu avô ouvia rádio; ah, comecei a ouvir rádio porque foi uma forma de companhia” (Entrev. 28, mulher, jovem).</p>	<p>O rádio é uma companhia na minha vida tem vezes que estou sozinha daí ligo o rádio e começo a cantar (Entev.01, mulher, jovem).</p> <p>Ah, rádio traz notícias de longe e de perto, informa a hora na hora que preciso; o rádio é uma companhia mesmo e eu gosto de ouvir sozinha não gosto de ninguém me perturbando (Entev. 24, mulher, adulta).</p> <p>Ouçoo quando estou sozinha de manhã (Entrev.23, mulher, adulta).</p>
Costume	Costume
<p>“Ligo oito horas da manhã; as menina vai lá pra frente com o pai delas</p>	<p>Ouçoo rádio mais pela manhã porque minha mãe acorda cedo e já liga o rádio (Entrev.03,</p>

<p>trabalhar aí eu fico em casa, ligo o rádio e fico assistindo o rádio (Entrev. 53, mulher, idosa).</p> <p>“Aqui ouvimos rádio de manhã” (Entrev. 01, mulher, jovem).</p> <p>“Eu gosto muito de ouvir rádio, ouço rádio todo dia; todo mundo gosta de rádio aqui em casa” (Entrev. 54, mulher, idosa).</p> <p>“A minha avó todas as manhãs, liga o rádio pra ouvir as horas porque ela não sabe ler; o que minha vó tiver ouvindo eu ouço com ela” (Entrev. 21, homem, jovem).</p> <p>“Aqui em casa quem gosta de rádio é eu; o rádio sempre fica ligado o dia inteiro, só quando chega os outros eu mando desligar porque as vezes atrapalha o outro conversar” (Entrev. 48, mulher, adulta).</p>	<p>homem, jovem).</p> <p>Eu acordo às sete da manhã e ligo o rádio (Entrev.28, mulher, idosa).</p> <p>Prefiro escutar mais à noite, eu coloco na beira da cama, o marido dorme pra lá, e eu fico escutando músicas, me deixa mais tranquila (Entrev.15, mulher, adulta).</p> <p>Aqui a gente liga o rádio na faixa de 7 horas e fica até de noite (Entrev.19, homem, adulto).</p> <p>O rádio ele fica ligado a noite inteira na beirada da cama (Entrev.15, mulher, adulta).</p> <p>Gosto de ouvir de dia, também de tarde, e à noite tem vez que eu até durmo com o rádio ligado (Entrev.22, homem, adulto).</p> <p>Ouçó rádio às vezes até fazendo trabalho escolar (Entrev.12, homem, jovem).</p>
Escuta em movimento	Escuta em movimento
<p>“Tem rádio na casa inteira no quarto, na copa, fica lá fora, a gente anda com o rádio pra todo lado” (Entrev. 54, mulher, idosa).</p> <p>“nós ouve a programação com a família aqui na hora que tô fazendo almoço; e o rádio fica ligado na tomada no terreiro” (Entrev. 63, mulher, idosa).</p> <p>“Depois que meu pai chega do serviço, ah, ouço rádio em todo lugar” (Entrev. 3, mulher, jovem).</p> <p>“Ouço rádio mais na parte da manhã que eu vou lavar roupa, arrumar, assim, até a hora de almoço e depois eu vou pra roça” (Entrev. 33, mulher, adulta).</p>	<p>A gente vai fazendo o almoço, arrumando casa e ouvindo, louvando, agradecendo (Entev.18, mulher, adulta).</p> <p>Eu gosto de ouvir rádio quando estou indo pra escola, no trajeto (Entrev.05, mulher, jovem).</p> <p>Ouçó rádio no carro também quando vou trabalhar (Entrev.17, homem, adulto).</p> <p>O rádio fica na cozinha porque na parte da manhã é onde eu fico mais tempo; eu tô ajeitando a casa, então, fica na cozinha, quando eu vou pra lavanderia eu levo pra lá (Entrev.24, mulher, adulta).</p> <p>Uso o rádio para ouvir música porque é uma maneira de eu estar fazendo meus afazeres sem parar e ouvindo música me distraindo (Entev.16, mulher, adulta).</p>
Acesso a tudo	Acesso a tudo
<p>O que eu mais uso pra me informar é rádio; pra divertir é mais é o rádio também; o rádio é completo, eu acho que tem tudo, tem música, tem informação, tem humor, tem tudo (Entrev.40, mulher,</p>	<p>Ouçó tudo no rádio: músicas, notícias, oração (Entrev.31, mulher, idosa).</p> <p>Todo mundo gosta de rádio aqui em casa; não ouço sozinha, meu radinho já fica lá na cozinha, é só chegar e ligar aí acaba que todo mundo</p>

<p>adulta).</p> <p>Nós gosta de ligar o rádio porque tudo o que acontece no mundo tá falando lá, né (Entrev.48, mulher, adulta).</p> <p>Ah, gosto do rádio porque ele é um meio de comunicação muito bom, ouço notícia, música, é de fácil acesso, qualquer hora que você liga ele tá passando alguma coisa (Entrev.21, homem, jovem).</p> <p>Eu gosto de ouvir notícias de esporte, sobre moda, novelas (Entrev.04, mulher, jovem).</p>	<p>escuta. Meu marido gosta de escutar o futebol (Entrev.18, mulher, adulta).</p> <p>O rádio é uma companhia e serve para gente saber das paradas mesmo; sobre as notícias eu prefiro as relacionadas à política e esportes (Entev.04, homem, jovem).</p> <p>Em relação a notícias no rádio gosto mais de ouvir futebol, esporte, política, polêmicas, receitas, um pouco de tudo (Entrev.05, mulher, jovem).</p> <p>A rádio que eu mais gosto de ouvir é a Rádio Itatiaia porque toca música de boa qualidade e dá notícias de tudo (Entrev.17, homem, adulto).</p>
Ouvir música	Ouvir música
<p>Gente da roça gosta mais de programa que tem música sertaneja, né (Entrev.66, homem, idoso).</p> <p>Ih, tem programa de música caipira que toca caipira, toca tudo quanto é trem, escuto rádio desde pequena (Entrev.58, mulher, idosa).</p> <p>Ligo na rádio pra ouvir música (Entrev.27, mulher, jovem).</p>	<p>Ouçó rádio só pra ouvir música mesmo, gosto do sertanejo, do funk (Entrev.01, mulher, jovem).</p> <p>No rádio, eu não gosto de ouvir notícias não, eu vou direto para músicas: só na 96 e 101 é que tocam músicas maneiras (Entrev.07, mulher, jovem).</p> <p>Tem a 96, que passa mais sertanejos e funk; e gosto da 101, que passa mais músicas eletrônicas e da 105, com mais músicas raízes da roça (Entev.07, mulher, jovem).</p> <p>Tem música que mexe, que toca lá no fundo do coração, lembro dos amores antigos que se perderam (Entrev.15, mulher, adulta).</p> <p>Gosto de ouvir rádio por causa das músicas mesmo porque sempre tem funk no rádio (Entrev.03, homem, jovem).</p> <p>Gosto mais das músicas internacionais, gosto da programação musical; ouço rádio porque é distração é a única distração que a gente tem no dia a dia tirando o trabalho (Entrev.15, mulher, adulta).</p> <p>Dos aparelhos de comunicação eu uso mais o rádio porque eu gosto de escutar essas modas de viola antigas, as músicas internacionais clássicas, mais antigas (Entrev.15, mulher, adulta).</p> <p>Escutar música me faz sentir, assim, mais livre, mais à vontade (Entrev.05, mulher, jovem).</p>
Ouvir notícias	Ouvir notícias
O rádio faz parte da minha vida; eu	Eu escuto muito rádio mais para ouvir músicas e

<p>gosto de ficar mais informada das notícia (Entrev.33, mulher, adulta).</p> <p>Eu gosto de ouvir rádio, às vezes gosto de ouvir na parte da manhã, né, que é reportagem que passa, né, mas a noite também tem um jornal né (Entrev.37, mulher, adulta).</p> <p>Eu assisto mais é jornal, né, é a <i>Voz do Brasil</i>, esse meu gosto é pra saber notícias ruins e notícias boas (Entrev.52, mulher, adulta).</p>	<p>para pesquisas de escola para eu tirar uma base nas relações sobre política para fazer redações (Entrev.14, homem, jovem).</p> <p>Ouçó mais rádio para saber das notícias (Entrev.28, mulher, idosa).</p> <p>O rádio pra mim é muito importante porque é de onde a gente tira as notícias do cotidiano (Entrev.25, homem, adulto).</p> <p>Gosto de me informar, de saber o que acontece ao nosso redor (Entrev.05, mulher, jovem).</p> <p>Agora, ultimamente, ouço notícia sobre essa política aí que está incomodando muito a gente (Entrev.19, homem, adulto).</p> <p>Gosto também de ouvir a <i>Voz do Brasil</i> (Entrev.22, homem, adulto).</p> <p>Eu uso mais o rádio para ouvir notícias mesmo, notícias do Brasil e do mundo (Entrev.20, mulher, adulta).</p>
Ouvir programa religioso	Ouvir programa religioso
<p>Eu ligo o rádio e escuto os hinos (Entrev.47, mulher adulta).</p> <p>Eu ouço rádio sempre, mais programas gospel, programas evangélicos. Ouço porque me faz bem, me edifica, principalmente o lado evangélico, espiritual mesmo (Entrev.32, mulher, adulta).</p> <p>Gosto mais de ouvir missa no rádio (Entrev.67, mulher, idosa).</p> <p>Ou estou escutando o rádio da minha igreja ou ouvindo notícias que acontecem Brasil afora (Entrev. 16, homem, jovem).</p> <p>Ouçó a 94, que passa alguns hinos; esse programa é especial pra mim, ouço essa rádio é porque eu gosto mesmo (Entrev.02, mulher, jovem).</p> <p>A Rádio Maná é a nossa preferida, é uma rádio evangélica daqui de Pedra Bonita. Ah, todos os locutores são bons: o Sebastião, o Irmão Salvino, a Irmã Dora, são os preferidos. Escuto o dia todo (Entrev.32, mulher, adulta).</p> <p>Ah eu gosto assim, igual eu te falei, né, programa evangélico na Rádio Maná</p>	<p>Eu ouço a Rádio Universal e também a Rádio Aleluia, em cada horário tem um pastor (Entev.18, mulher, adulta).</p> <p>Coloco na Rádio Manchester que é da igreja universal do reino de Deus, tem uma programação que eu gosto (Entev.15, mulher, adulta).</p> <p>Gosto de ouvir o pastor Valdomiro (Entev.27, mulher, idosa).</p> <p>Locutor preferido, os da Rádio evangélica, o Malta Júnior (Entrev.22, homem, adulto).</p> <p>Eu escuto mais as rádios evangélicas (Entrev.22, homem, adulto).</p> <p>Eu ouço as notícias e depois eu passo para o culto evangélico; ouço música mas prefiro músicas evangélicas da Rádio Aleluia (Entev.18, mulher, adulta).</p> <p>Gosto muito do momento de oração com o Padre Marcelo (Entrev.31, mulher, idosa).</p>

(Entrev.50, mulher, adulta). Minha locutora preferida é a pastora Andrea porque ela faz pregação sobre a palavra de Deus, aí eu gosto de escutar aqui em casa (Entrev.02, mulher, jovem).	
Ouvir notícias da região	Ouvir notícias da região
No rádio, eu gosto de todas as notícias, mais da região, né; meu programa preferido tem o daqui da rua, da rádio comunitária né? Locutor preferido é da rádio comunitária; tinha um locutor aqui que o pessoal gostava demais dele e ele faleceu tem um mês, o Geraldo Pereira, né. E ele era querido demais aqui (Entrev.41, mulher, adulta). Sempre fui ouvinte da Rádio Manhauçu, ih, é a mesma coisa que ouço de longa data, só que o outro radinho de antes era a pilha e agora é na energia (Entrev.57, mulher, idosa).	Aqui tem uma rádio local que o pessoal daqui de casa ouve muito que é a Rádio Mania, essa toca mais músicas (Entev19, homem, adulto).

Fonte: Elaboração da autora com base nas informações do relatório de análise do software Iramuteq, 2018

“Ouvir”, “música”, “rádio” foram as palavras que mais apareceram nas entrevistas de Pedra Bonita e de Juiz de Fora, sendo que neste último município, “escutar” “sertanejo” e “funk”, também se destacaram, talvez pela maior proximidade dos moradores da zona rural deste município com a cultura citadina de um município com mais de 200 mil habitantes: Juiz de Fora. Já em Pedra Bonita o destaque foi para o “sertanejo” e o “caipira”, mais relacionados com os estilos ligados a um rural mais tradicional. Além da música, a busca por “informação” e “notícia” para quem não tem muito o hábito de ler, torna o rádio um meio de comunicação imprescindível no cotidiano dos rurais. O Quadro 1 revela, ainda, a maneira tradicional de escutar o rádio: através do uso da “pilha” ou “ligado na energia”, em geral, na “cozinha”. Ele se desloca com o ouvinte para outros locais no interior da residência ou, ainda, para o “curral”, a “lavoura”, acompanhando-o em sua lida na roça e na casa, como antigamente. Mantém-se o costume herdado: acordar cedo e ouvir rádio por todo o dia, até mesmo estudando e na hora de ir dormir. Sem dúvida, o grande poder de perpetuação do rádio no meio rural se deve ao fato da “cultura da oralidade” (se impor de forma determinante sobre a leitura. O Quadro 2, apresentado a seguir apresenta falas que ilustram esta situação.

Quadro 2: O Predomínio da cultura da oralidade

Depoimentos dos entrevistados de Pedra Bonita	Depoimentos dos entrevistados de Juiz de Fora
<p>Aqui não chega jornal e se a gente quiser têm que ir pra outro canto procurar (Entrev. 08, homem, jovem).</p> <p>A gente não tem muito acesso aos jornais, aqui a gente não têm nenhuma banca de jornal por ser lugar pequeno (Entrev.43, homem, adulto).</p> <p>De ler jornal não, gosto não, nem de revista, não gosto de ler (Entrev. 27, mulher, jovem).</p> <p>Jornal impresso não tenho hábito de ler muito não; revista também não tenho o hábito (Entrev.50, mulher, adulta).</p> <p>Jornal eu leio notícia de esporte e política; revistas eu leio, sim, de moda pra saber sobre moda, sobre o que vestir, cosméticos, gosto de andar bem arrumadinha (Entrev. 22, mulher, jovem).</p> <p>É, quando eu leio jornal eu leio aquele que eles repartem aqui na rua, o nome é <i>O Campeão</i>, eu gosto de ler as notícias policiais, né, da polícia e tudo que acontece em volta na região (Entrev. 41, mulher, adulta).</p> <p>Eu leio jornal quando chega aqui, uma vez por mês, o Jornal <i>O Campeão</i>, de uma cidade vizinha (Entrev.65, mulher, idosa).</p> <p>Eu costumo ler o Jornal <i>O Campeão</i>, que é de uma região aqui de perto; e eu baixo e leio pela internet (Entrev.16, homem, jovem).</p>	<p>Só vejo notícia do meu time, os outros não, só leio do botafogo; às vezes eu corro o olho nos classificados (Entrev.24, homem, adulto).</p> <p>Às vezes eu gosto de ler sobre as coisas que acontecem como notícias sobre pedofilia igual ontem eu falava com Júlia, em todos os lugares é preciso ter cuidado! (Entrev.16, mulher, adulta).</p> <p>Só leio jornal quando estou interessada em arrumar emprego porque daí compro aqueles classificados (Entrev.15, mulher, adulta)</p> <p>Revista só de vez em quando para ler fofocas sobre os artistas, resumo de novelas, informação sobre beleza e maquiagem também (Entrev.01, mulher, jovem).</p> <p>Não leio jornais; revista, sim, gosto de ver receitas, notícias de assuntos variados (Entrev.20, mulher, adulta).</p> <p>Eu nunca tive esse prazer de ficar lendo nem revista nem jornal, infelizmente, eu não tenho esse prazer pra ler, não, sou meio preguiçoso pra isso (Entrev.19, homem, adulto).</p>

Fonte: Elaboração da autora com base nas informações do relatório de análise do software Iramuteq, 2018

Os dados apresentados no Quadro 2 reforçam a tese de que a fragilidade da prática da leitura de jornais e revistas fortalece a busca por meios de comunicação com uma característica oral, como o rádio, a televisão e o próprio celular com seus aplicativos com mensagens faladas, vídeos e redes sociais. Martín-Barbero (2003) defende que os meios eletrônicos estruturam sua linguagem, de certa forma, na oralidade, buscando elementos basilares das práticas cotidianas dos sujeitos. O autor reforça a importância histórica da cultura oral como difusora do folclórico, via literatura

de cordel, na Espanha, e *colportage*, na França. Eram histórias contadas em voz alta por meio de “leitura coletiva”, que acontecia no retorno do trabalho do campo, durante a noite, despertando sensações e emoções nos ouvintes. As mídias se apropriam, então, da estratégia (CERTEAU, 2014) da reprodução de falas, de histórias narradas oralmente, enfim, de experiências cotidianas para conquistar a audiência do público, que, a princípio, se identificaria mais com a linguagem oral. Todavia, pode-se dizer que mesmo na cultura escrita – e porque não dizer nas novas mídias - existem matrizes da oralidade (ONG, 1998), já que “toda expressão e todo pensamento são até certo ponto formulares, no sentido de que cada palavra e cada conceito expresso numa palavra constituem uma espécie de fórmula”, o que contribui para que a experiência e a reflexão sejam intelectualmente organizadas e atuem como dispositivo mnemônico de algum tipo (ONG, 1998, p.47).

4.2 A incorporação das novas mídias pelos rurais

A força da cultura da oralidade evidencia a forma como se efetiva o processo de adaptação dos meios de comunicação tradicionais, como o rádio, às novas tecnologias. A relação dos rurais com o rádio manifesta a sobrevivência da cultura da oralidade em meio a um processo de mudanças tecnológicas. Na Figura 1, apresentada a seguir, pode-se observar as transformações midiáticas pelas quais as sociedades rurais vêm passando. Nota-se uma convergência das palavras destacadas dos segmentos de texto referentes às entrevistas realizadas em Pedra Bonita e Juiz de Fora, tais como: “mudar”, “hoje”, “comunicar”, “antigamente”, dentre outras.

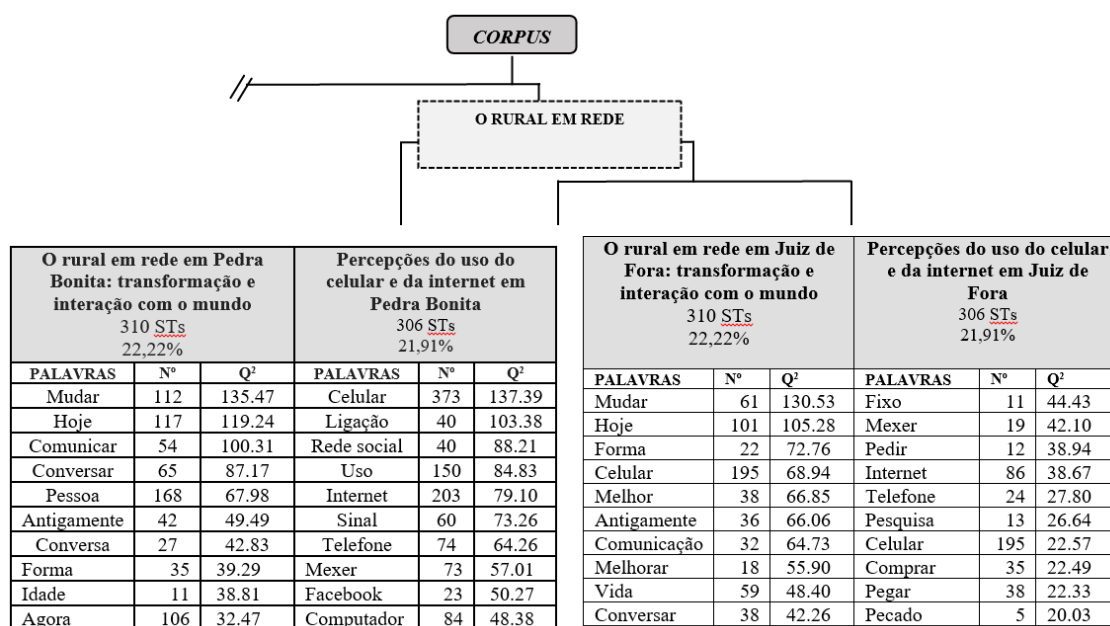


Figura 1 – O rural em rede

Fonte: Dados da pesquisa.

Esta convergência de palavras presentes nas falas dos entrevistados de Pedra Bonita e de Juiz de Fora se refere à descrição realizada pelos entrevistados da maneira de se ouvir rádio, as quais são apontadas como ocorrendo, a partir das inovações tecnológicas, por meio do “celular” ou da “televisão”. Esse processo de “radiomorfose” (PRATA, 2008), de uso do rádio nos mais diferentes suportes foi relatado, principalmente, por jovens, mas, também, por adultos com filhos em idade escolar. Nessa realidade contemporânea, velhas e novas mídias se encontram nas sociedades rurais, sem que uma desapareça em função do surgimento da outra.

Quadro 3: Novas plataformas de escuta do rádio

Depoimentos dos entrevistados de Pedra Bonita	Depoimentos dos entrevistados de Juiz de Fora
<p>Eu ouço rádio pela televisão, ouço a minha emissora preferida, que é a BH FM, as músicas são bem legais, ouço só pra música (Entrev.03, mulher, jovem).</p> <p>Na SKY o sinal pega melhor, as vezes no rádio não dá sinal tão limpo, mas na SKY qualquer hora que ligar, que colocar lá na rádio o sinal tá limpinho, aí dá pra</p>	<p>Normalmente, as pessoas na nossa idade preferem ouvir música no celular, então, o rádio não é tão útil pra gente; ouço músicas mais pelas playlist do celular (Entev.02, mulher, jovem).</p> <p>Escuto no celular e no aparelho da casa, uso os dois pra escutar rádio (Entrev.06, homem,</p>

<p>ouvir melhor as músicas novas também. Por isso eu gosto de ouvir na televisão. (Entrev.07, mulher, jovem).</p> <p>Minha emissora de rádio preferida é a Liberdade FM; lá tem muitos locutores que gosto. Na Liberdade, eu participo pelo Facebook, que tem a fan page que a gente manda alô, ai eu participo. Eu entro na página, ai o locutor posta foto, e lá nos comentários a gente comenta, ai ele manda alô pra todo mundo aqui pra nossa região, pros meus irmãos, pra minha mãe, ai o locutor manda alô pra todo mundo. Agora eles falaram que vai ter participação pelo WhatsApp, mas ainda não teve não. Eu acho assim, né, as pessoas fica amigo ali, faz amizade. Eu acho que na rádio ali é uma família. É, igual outro dia, eu tava vendo umas pessoas que tava mandando alô no facebook da rádio, aí eu entrei lá e mandei solicitação de amizade pra umas pessoas, que eu achei assim, simpático, legal, que eles também ligavam pra rádio, ai eu fui e mandei a solicitação de amizade pra eles e agora a gente é amigo do facebook também. A gente passa a conhecer muita gente pela rádio, e depois um liga pro outro, manda abraço pra eles e passa a se conhecer, é e tudo isso pela rádio. (Entrev.28, mulher, jovem)</p>	<p>jovem).</p> <p>Ouçõ mais no celular porque meu som não tem antena, então, eu uso o celular (Entrev.07, mulher, jovem).</p> <p>Aqui em casa ouvimos rádio no aparelho a energia e no celular (Entrev.13, mulher, jovem).</p> <p>Ouçõ a Rádio Mandela porque toca funk, mas ouçõ pelo celular (Entrev.03, homem, jovem).</p> <p>Quem comanda as emissoras de rádio são os DJs; gosto mais do DJ Lucas JF (Entev.03, homem, jovem).</p> <p>Tenho um DJ preferido, o DJ morango, da rádio Alô FM (Entev.13, mulher, jovem).</p>
---	---

Fonte: Elaboração da autora com base nas informações do relatório de análise do *software* Iramuteq, 2018

Já no Quadro 4, apresentado a seguir, pode-se observar as falas dos entrevistados relatando as transformações por eles percebidas em relação ao uso dos meios de comunicação, no passado recente, quando ainda eram crianças, e nos dias de hoje. A morosidade da comunicação é destacada como o principal fator de distinção em relação aos dias atuais. A positividade do uso dos meios de comunicação hoje em dia se revela, ainda, na avaliação da acessibilidade de todos ao celular. A vida foi percebida como tendo se tornado mais fácil com a vulgarização no uso dos meios de comunicação, os quais, inclusive, sequer exigem a escrita, sendo efetivos oralmente. Contudo, o acesso às novas tecnologias da informação e comunicação foi avaliado pesando os aspectos positivos e negativos. Ao mesmo tempo que o celular trouxe efetividade e rapidez na comunicação, ele é também visto como gerando individualismo, isolamento e falta de sociabilidade por parte dos seus usuários. Por fim, nota-se ainda nas falas dos

entrevistados, apresentadas, anteriormente, no Quadro 3, os relatos de jovens relativos às novas formas de interação presentes no rádio. Dentre elas, a conversa com o locutor pelas redes sociais, como o facebook, nas quais ocorrem trocas não somente com a produção dos programas, mas também com outros ouvintes, ampliando as redes de amizade, instituindo-se também aí o que se classifica como *rural em rede*.

Quadro 4- O rural em rede: transformações e interações com o mundo

Depoimentos dos entrevistados de Pedra Bonita	Depoimentos dos entrevistados de Juiz de Fora
<p style="text-align: center;"><i>A vida de antigamente</i></p> <p>“Antigamente quase não existia celular e era muito difícil o acesso, e hoje em dia tudo fica mais fácil com o celular (Entrev. 03, mulher, jovem).</p> <p>“A família nossa tem grupo dos que mora longe, ai é mais fácil ficar sabendo, né, como é que a outra pessoa tá; tá conectado em rede agora tem muito mais facilidade; antigamente pra ocê vê seu parente cê tinha que ir na casa dele a todo aquele custo. Hoje não, cê pode fazer chamada de vídeo pelo celular tudo mais fácil, né, fica mais próximo da família dos amigos do mundo de uma forma geral” (Entrev.04, jovem).</p> <p>Ah, por que em antes a gente tinha que escrever carta, levar no correio, ai a gente mandava procurar no correio se tinha alguma correspondência pra gente, dos menino de fora (Entrev. 59, mulher, idosa).</p>	<p style="text-align: center;"><i>A vida de antigamente</i></p> <p>Antigamente, você tinha que montar num cavalo pra levar o recado e voltar com a resposta (Entrev.15, mulher, adulta).</p> <p>Antigamente minha mãe ensinava a gente a escrever cartas pra mandar para as pessoas, hoje em dia não temos mais isso (Entrev.05, mulher, jovem).</p> <p>Acho que o meio de vida com relação à forma de comunicação mudou bastante e pra melhor porque antigamente era muito difícil; hoje em dia todo mundo tem celular (Entev.10, mulher, jovem).</p> <p>Antigamente as pessoas usavam telegramas, cartas, e hoje tem o celular (Entrev.17, homem, adulto).</p> <p>A forma de comunicação da época dos meus pais mudou em comparação com a época atual. Melhorou bastante. Na época deles um tinha que ir na casa do outro pra se comunicar, agora é mais fácil por causa do celular (Entrev.09, homem, jovem).</p>
<p style="text-align: center;"><i>A vida hoje</i></p> <p>Teve mudança no modo de viver, agora é bem melhor porque quando eu era bem criança era bem difícil (Entrev.48, mulher, idosa).</p> <p>Se hoje ainda é difícil estudar, naquela época era pior, né, porque era muito filho, a família grande, e hoje os filho de hoje em dia tem muita oportunidade de ir pra escola (Entrev.40, mulher, adulta).</p> <p>Lembro que antes, as pessoas iam no orelhão, né, e faziam a ligação com o cartão que compravam e não dava pra nada,</p>	<p style="text-align: center;"><i>A vida hoje</i></p> <p>Com celular, internet, computador, a vida mudou pra melhor; na nossa época não existia nada disso (Entrev.20, mulher, adulta).</p> <p>Em relação aos meios de comunicação eu acho ótimo agora porque antes não tinha tantas ofertas de mídias, melhorou. Hoje em dia os jovens têm tudo, hoje é melhor (Entrev.11, homem, jovem).</p> <p>Hoje em dia, no celular, mesmo uma criança de oito ou nove anos vê tudo o que ela quer (Entrev.17, homem, adulto).</p>

<p>agora a gente nem vê pessoas perto do orelhão mais, né, virou brinquedo de criança (Entrev.37, mulher, adulta).</p> <p>Com os novos meios de comunicação mudou muito nosso modo de vida, eu acho que facilitou pra ter contato com as pessoas, conversar com alguém de mais longe, ver as notícias, saber das coisas (Entrev.31, mulher, jovem).</p> <p>A forma de vida mudou com a chegada das tecnologias, mudou tudo, mudou e acelerou muitas coisas (Entrev.43, homem, adulto).</p> <p>Antes o povo de área rural ficava isolado, só quando vinham na cidade que ai eles ficavam sabendo das notícias, mais já tinha acontecido há muito tempo, hoje não, todo mundo tá conectado (Entrev.21, homem, jovem).</p>	<p>A forma de vida mudou bastante depois que surgiu o celular, o computador e a internet. É claro que mudou pra melhor porque eu falo, por exemplo, daqui com meus parentes no Rio de Janeiro (Entrev.18, mulher, adulta).</p> <p>Muita coisa mudou depois que apareceu a internet, o computador, o celular, porque qualquer coisinha é fácil resolver; até pra mexer com banco é muito fácil (Entrev.33, homem, idoso).</p> <p>A forma de se comunicar melhorou muito da minha época de juventude pra cá, agora é muito melhor porque tem tudo no celular (Entrev.27, mulher, idosa).</p> <p>A gente usava muito o orelhão para fazer ligações. Hoje em dia, a gente usa o celular (Entrev.10, mulher, jovem).</p>
<p><i>Pontos positivos do celular</i></p>	<p><i>Pontos positivos do celular</i></p>
<p>Aqui nós todos temos celular, somos quatro, só o menorzinho que não tem celular; mudou muita coisa na minha vida porque o celular facilita a vida da gente porque a gente entra nas redes sociais, faz ligações, tem mais contatos com as pessoas (Entrev.25, mulher, jovem).</p> <p>A gente tira muito proveito bom dos meios de comunicação, né, por exemplo, minha sobrinha mora nos Estados Unidos e aí ela conversa com a gente pela internet, é muito bom (Entrev.36, mulher, adulta).</p> <p>Mudou porque as pessoas hoje vivem mais em sintonia com as coisas, antes a gente se quisesse comunicar com o outro era através de uma carta e a carta demorava uma semana ou duas para chegar no destino dela né (Entrev.41, mulher, adulta).</p> <p>Na minha família, o uso do celular mudou porque no ritmo de hoje a pessoa tem um parente longe comunica muito rápido, né (Entrev.49, homem, adulto).</p> <p>O celular está presente em minha vida em praticamente todos os momentos (Entrev.05, mulher, jovem).</p> <p>Gosto mais do celular porque nele você acha tudo; (Entrev.30, mulher, jovem).</p>	<p>Todo mundo tá conectado. A pessoa precisa de uma coisa manda um WhatsApp, então, não existe mais aquela coisa de carta, bilhete (Entrev.24, mulher, adulta).</p> <p>É através do celular que a gente está sempre conectado com as pessoas onde quer que a gente esteja (Entrev.25, homem, adulto).</p> <p>Até pra comprar as coisas melhorou. Se tiver internet aqui eu entro e faço compras (Entrev.33, homem, idoso).</p> <p>Tem facilidade de você comunicar com as pessoas pra você receber uma notícia rapidinho, você está aqui e comunica lá no Rio ou São Paulo, então, é num piscar de olho (Entrev.21, mulher, adulta).</p> <p>Antes do celular a vida acho que era um tédio. Hoje eu não me vejo sem um celular (Entrev.10, mulher, jovem).</p> <p>O celular está presente na minha vida o tempo todo. Antes eu saía de casa ia brincar, hoje eu fico mais preso no celular, eu faço tudo: vejo vídeos, ouço música (Entrev.03, homem, jovem).</p> <p>O celular mudou com certeza algo em nossas vidas porque ajuda nos contatos sociais, a aprimorar as nossas redes de relacionamento até na escola (Entrev.02,</p>

<p>O celular, ah, ele está sempre presente na minha vida; tudo meu está ali (Entrev.25, mulher, jovem).</p> <p>Quando eu tô sem internet assim, nosso Deus, dá um tédio; (Entrev.28, mulher, jovem).</p>	<p>mulher, jovem).</p> <p>Com o celular a nossa vida aqui ficou mais confortável pela comunicação e pela diversão (Entrev. 23, mulher, adulta).</p> <p>O celular mudou pra melhor as nossas vidas porque agora tem internet como meio de comunicação (Entrev.20, mulher, adulta).</p>
<p><i>Pontos negativos do celular</i></p>	<p><i>Pontos negativos do celular</i></p>
<p>As pessoas estão usando telefone, geralmente esquece de conversar pessoalmente e se dedica mais com o aparelho do que conversar com as pessoas até dentro casa, por exemplo (Entrev.12, mulher, jovem).</p> <p>A forma de vida mudou bastante com os meios de comunicação, eu já até falei, tipo antes o pessoal vivia mais junto conversava mais com os outros, dava mais atenção e hoje por causa do celular a gente acaba não dando atenção a pessoa porque a gente vai usar o celular (Entrev.09, mulher, jovem).</p> <p>Ah o celular mudou sim mais porque antigamente quando não tinha muito celular, né, a gente era mais unido, né, conversava mais um com outro, aí hoje em dia, um tá no celular, né, um tá no computador (Entrev.04, mulher, jovem).</p>	<p>Da época que eu era jovem pra cá acho que mudou tudo porque hoje ninguém se senta mais para conversar, todos ficam no celular e as vezes você está conversando e o outro fica no celular, não te dá atenção (Entrev.20, mulher, adulta).</p> <p>Os filhos e os netos ficam ali no celular, ah, nem conversam com ninguém; a conversa cara-a-cara é muito melhor, uai (Entrev.26, mulher, idosa).</p> <p>Até que aqui na roça as pessoas conversam, mas agora elas quase não conversam mais assim cara-a-cara, elas se comunicam mais usando o telefone; não existe mais aquela carta que você escreve pro outro, hoje é email, hoje é mensagem (Entrev.24, mulher, adulta).</p> <p>Antes, a juventude brincava de queimada, de pique bandeira, pique esconde, salada mista, que eram aquelas brincadeiras bobas de antigamente.</p> <p>Uma pessoa mais jovem só dela conversar com uma pessoa mais velha, por meia hora, ela já poderia aprender muita coisa que a internet não vai ensinar (Entrev.17, homem, adulto).</p> <p>Eu vejo muita criança, muito adolescente, que some porque entra na internet e depois de conversar com estranhos eles fogem de casa ou ficam desaparecidos. Então eu acho que toda mãe que tem adolescente tem que vigiar os meios de comunicação, principalmente, a internet (Entrev.15, mulher, adulta).</p> <p>As pessoas já não visitam as outras, ficam o dia inteiro enfiados no quarto com o celular (Entrev.18, mulher, adulta).</p> <p>Nas horas vagas eu não fico com o celular, mas você olha o marido está no celular jogando, a filha no quarto o tempo todo na</p>

	<p>internet e minha briga é essa (Entrev.16, mulher, adulta).</p> <p>Essa menina aqui não sei, essa outra fica aí só no celular, a gente chama pra trabalhar não vem (Entrev.32, homem, idoso).</p> <p>Tem gente que só fica no telefone, no WhatsApp, não para pra conversar. Então, ao mesmo tempo que uniu, separou (Entrev.24, mulher, adulta).</p>
--	--

Fonte: Elaboração da autora com base nas informações do relatório de análise do *software* Iramuteq, 2018

Nota-se que os usos e apropriações do celular e da internet são comuns, em ambos os contextos pesquisados, sendo as diferenças encontradas de cunho geracional. Os idosos e adultos, em grande parte, disseram “usar” o celular mais para “atender”, “receber” “ligação”, enquanto os mais jovens notadamente para as “redes sociais”, com destaque para “entrar” no “*WhatsApp*” e “*facebook*”. Esse processo de transformação social afeta a cultura intensamente. As expressões culturais “tornam-se predominantemente mediadas pelas redes de comunicação eletrônica que interagem com o público e por meio dele em uma diversidade de códigos valores, por fim incluídos em um hipertexto audiovisual digitalizado” (CASTELLS, 2010, p. 572). O novo paradigma das TIC, portanto, penetra toda a estrutura social.

Cardoso (2007, p. 478) sinaliza essa fase de transformação cultural como diretamente relacionada à capacidade de “fruição e decodificação das mensagens e processamento de informação” por parte dos utilizadores. Ou seja, requer-se não apenas a habilidade em relação ao conhecimento de como algo é produzido, mas também “a leitura dos textos escritos, sonoros e visuais que fruimos com o uso de computadores, televisão, rádio, jornais, livros, jogos multimídias e em espaços de mediação tão diferentes quanto as redes telefônicas, televisão e as redes como a internet”. Nesse aspecto, a geração jovem demonstra mais habilidades de uso e interações no cenário virtual. Mas, independentemente da geração, observou-se que o celular e a internet estavam intrinsecamente coadunados nas práticas comunicacionais cotidianas dos moradores do campo.

Uma das transformações mencionadas com muita satisfação pelos entrevistados em ambos os municípios foi a facilidade de falar com parentes que moram em regiões mais distantes, de uma forma mais ágil e rápida. As palavras “fácil”, “parente”, “longe”,

“comunicação”, “contato”, apareceram nas falas dos entrevistados em Pedra Bonita. Já em Juiz de Fora destacaram-se, em termos de facilidade de comunicação, as palavras “facilitar”, “WhatsApp” e “parente”, que sinalizam a ocorrência de uma maior interação entre as pessoas graças aos avanços da “tecnologia”, a “melhor” dinâmica de comunicação com o “surgimento” da “internet” e do “celular”. Já as expressões “antigamente”, “comparar”, “mudança”, “modos de vida”, “comunicação”, “carta”, apontaram para um tempo em que a comunicação era feita mediante a informação escrita por carta, que demorava muito tempo para chegar ao endereço de destino. Em um passado mais remoto ainda, as mensagens chegavam literalmente a cavalo, por meio de um mensageiro que levava dias ou semanas para enviar um recado e retornar com a resposta para o remetente. As novas formas de comunicação foram avaliadas, então, como permitindo, o rompimento de barreiras geográficas e dimensões temporais inovadoras.

Com a lógica contemporânea trazida pelas novas tecnologias da informação e comunicação, tempo e espaço ganharam um sentido cultural e geográfico, sendo redimensionados e integrados a amplas redes funcionais em substituição a dimensão espacial estática. O “espaço de fluxos” e o “tempo imediato” passam a se constituir nas bases elementares da comunicação em rede. Novas estruturas sociais da existência humana, organizadas em torno de redes passam a constituir a morfologia social, também, das sociedades rurais. O tempo e o espaço são transformados radicalmente no novo sistema de comunicação. As localidades saem do limite geográfico e “reintegram-se em redes funcionais ou em colagens de imagens, ocasionando um espaço de fluxos que substitui o espaço de lugares” (CASTELLS, 2010, p. 565).

Por outro lado, há quem reclame que toda essa mediação tecnológica em função da mesma deixar de lado a “conversa cara-a-cara”, como era “antigamente”, o que representa uma menor interação pessoal, inclusive com quem está próximo. Esse foi considerado um aspecto “ruim”, capaz de “prejudicar” as relações pessoais e o contato com a família. As entrevistas manifestaram esta percepção de fechamento sobre si mesmo no próprio convívio familiar. Os rurais se reportaram para uma realidade que transcende o espaço local, afirmando que com as novas tecnologias da informação e comunicação, mesmo que as pessoas estejam fisicamente presentes em um mesmo espaço físico, nem sempre elas conversam, trocam ideias, preferindo muitas vezes as conexões virtuais.

Assim, apesar de constatarem os avanços e facilidades trazidas pelas novas práticas comunicacionais e sociais, as mesmas receberam também uma conotação negativa, revelando a sua faceta “ruim”, capaz de “prejudicar” tanto o usuário quanto a “família”, o que demandaria atenção diante da utilização excessiva e até mesmo da dependência dos aparatos tecnológicos de comunicação. Alguns participantes desta pesquisa chegaram a classificar o mundo virtual como “pecado”, sendo contundentes em apontar a prática de crimes virtuais como pedofilia e até deslizos de infidelidade entre casais que se deixam seduzir pelos atrativos desse cenário repleto de tentáculos, o que torna o mundo virtual uma espécie de destruidor de lares.

Toda esta reflexão avaliativa dos pontos positivos e negativos no uso das novas tecnologias da informação e comunicação possibilitou a percepção acerca da própria forma como os rurais manifestavam a sua percepção acerca da vida no campo e na cidade. O tópico a seguir apresenta as representações por eles manifestadas.

4.3 A representação de campo e cidade

Observou-se nos dois municípios que as representações sobre “campo” e “cidade”, mostraram muitas similaridades. As palavras detectadas com mais destaque na análise do Iramuteq foram basicamente as mesmas: cidade, roça, rural, morar. Em Juiz de Fora, das 21 primeiras palavras, apenas quatro foram referentes à cidade: movimentação, zona urbana, médico, perigoso. As outras 14 foram relativas ao rural: roça, animal, comer, plantar, horta, porto, plantação, alimentação, sossego, pedaço, paz, mato, ônibus”; e duas palavras neutras, que se enquadraria nos dois cenários. Já em Pedra Bonita, surgiram 30 palavras, das quais 10 sobre cidade (“facilidade, urbano, faculdade, emprego, agitado, poluição, prédio, aluguel, violência, oportunidade”); 12 sobre rural (“vida, viver, tranquilo, preferir, lavoura, café, campo, melhor, sossegado, escolher, trabalhador, fartura”); as demais são neutras ou as já mencionadas.

Tabela 2 - A representação de campo e cidade em Pedra Bonita e Juiz de Fora.

A representação de campo e cidade em Pedra Bonita 319 STs (22,87%)			A representação de campo e cidade em Juiz de Fora 104 STs (13,92%)		
PALAVRAS	Nº	Q ²	PALAVRAS	Nº	Q ²
Cidade	212	579.18	Cidade	46	107.62
Roça	150	356.11	Roça	27	74.48
Rural	134	341.02	Morar	54	63.22

Morar	129	227.24	Animal	7	43.69
Diferença	73	90.91	Comer	9	42.72
Trabalhar	64	69.53	Lugar	20	36.41
Vida	111	66.50	Plantar	5	31.12
Viver	40	63.45	Horta	4	24.86
Tranquilo	22	58.67	Porco	4	24.86
Lugar	62	54.31	Plantação	4	24.86

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A cidade para os rurais dos dois municípios pesquisados foi representada como um lugar de oportunidades, de facilidade de acesso a emprego ao estudo, principalmente, o ensino superior. Isso remete-nos a pesquisa de Rambaud (1973) sobre as representações de campo e cidade na ótica da sociedade rural na França. Os rurais entrevistados por Rambaud, representavam a cidade como lugar de trabalho e de instrução, sobretudo, os jovens. O autor também detectou em seu estudo a imagem da cidade associada à cultura e à comunicação. Na presente pesquisa, a representação negativa da cidade também apresentou pontos de convergência com a realizada por Rambaud, na França: a cidade foi caracterizada pelos rurais como agitada, muita movimentada, poluída ambiental e sonoramente. Contudo, o aspecto distintivo entre ambas as pesquisas foi a falta de segurança e violência existente na cidade, as quais foram relatadas de forma enfática pelos entrevistados de ambos os municípios mineiros.

O balanço consciente realizado por parte dos rurais, das vantagens e desvantagens de se viver no campo e na cidade, não se sobrepõe, entretanto, à manifestação dos laços de pertencimento evidenciados em suas falas. A começar pela referência ao “pedaço de terra”, como “cantinho”, pedaço de chão para plantar e viver. A palavra “roça” remetia nas falas dos entrevistados ao “lugar” escolhido para “morar” e “viver”. Em sua tese de doutorado, Silveira (2015) constatou que a palavra “roça”, guardava o sentido histórico de lavoura, mas, também, de lugar de vida, carregando a nostalgia em relação ao tempo de antigamente, lembrado como um tempo de trabalho árduo, mas, também, de muitas festas e solidariedade, em que toda a gente se ajudava mutuamente (SILVEIRA, 2015, p. 261).

Mas a representação de “roça” e “rua” já não se constrói em função das diferenças e distâncias, mas, agora, em meio às semelhanças, à proximidade e à corrente acessibilidade. A própria estrutura das casas evidencia o hibridismo cultural das moradias. Nelas se observa a mistura entre o moderno e o tradicional, mesmo em Pedra Bonita, região mais rústica e mais ruralizada que a zona rural de Juiz de Fora. As

residências contavam em sua área externa com quintal, chão batido, mas, internamente, era comum se observar, lado a lado, o fogão à lenha, dividindo o espaço da cozinha com o fogão à gás e o microondas; a panela elétrica sendo usada com a de pedra; o rádio à pilha ou à eletricidade, junto da TV de tela plana e do celular. Assim, não apenas a radiomorfose revela a capacidade adaptativa de mesclagem do tradicional com o moderno, mas os próprios modos de morar evidenciam o hibridismo cultural dos modos de vida dos rurais, os quais se abrem para o novo, fazendo da sua cultura a mediadora entre o tradicional e o moderno.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na análise das entrevistas em profundidade conseguiu-se visualizar as práticas comunicacionais e culturais dos moradores do campo. Os municípios apresentaram questões tão similares que as categorias geradas pelo software Iramuteq foram as mesmas. Independente do índice de ruralidade dos municípios, constatou-se um *rural em rede*, ou seja, uma interação do rural com o mundo. O celular se mostrou como o principal dispositivo para essa conexão. Para os adultos e os idosos a grande vantagem das novas tecnologias foi a facilidade de comunicação com parentes, já para os mais jovens, o celular e a internet representavam uma ponte com o mundo, através das redes sociais. Até mesmo a ligação com o rádio foi percebida como tendo ficado mais próxima, já que agora o ouvinte podia conversar com o apresentador do programa pelo WhatsApp, pelo facebook, mandando recados, pedindo música, interagindo de uma forma mais direta.

Ao se observar o rádio e a televisão no cotidiano dos rurais, nos dois municípios, percebeu-se a força da cultura da oralidade costurando a tradição e à modernidade. Ficou nítido que o rádio ainda ocupa um lugar especial na vida dos rurais, inclusive, para as novas gerações. O acesso, principalmente, através do celular apenas possibilitou o reforço da cultura da oralidade entre os rurais. Em Pedra Bonita, inclusive, a aderência às novas Tecnologias da Informação e Comunicação vem se constituindo mediante a maior vinculação da população rural com programas de rádio de caráter regional, o que em Juiz de Fora, já revelou um caráter mais diversificado, segundo a geração. Assim, constatou-se que a radiomorfose se constitui como um fenômeno que coloca as sociedades rurais em rede.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARBOSA, Marialva. Prefácio do livro. In: PRATA, Nair (org.) **Panorama do Rádio no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2011.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BURKE, Peter. **Hibridismo Cultural**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2006
- BRAGA, Gustavo Bastos. **Por uma caracterização do território através do modo de vida rural e/ou urbano**. Viçosa, MG, 2015. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-graduação em Extensão Rural, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2015.
- CAMARGO, Brígido Vizeu; JUSTO, Ana Maria. IRAMUTEQ: um software gratuito para análise de dados textuais. **Temas psicol.** Ribeirão Preto, v. 21, n. 2, dez. 2013, pp. 513-518. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-389X2013000200016&lng=pt&rm=iso> Acesso em: 04 jul. 2017.
- CAMARGO, Brígido Vizeu; JUSTO, Ana Maria. **Tutorial para uso do software IRAMUTEQ**. 2016. Disponível em: <http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/TutorialIRaMuTeQemportugues_17.03.2016.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2017.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade**. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 2008.
- CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrine, notícias**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. v.1. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001. in A era da informação: Economia, sociedade e cultura.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.
- LOPES, Kim Samejima. **Introdução ao uso do software R**. Disponível em: <https://rstudio-pubs-static.s3.amazonaws.com/106363_3cdd7d2bedb74c32a5ae86b4bdefb435.html>. Acesso em: 10 nov. 2017.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade**. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.
- ONG, Walter J. **Oralidade e cultura escrita: a tecnologização da palavra**. São Paulo: Papirus, 1998.
- PRATA, Nair. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Tese de doutorado – Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Minas gerais (UFMG), Belo Horizonte, 2008.
- RAMBAUD, Placide. *Société Rurale et Urbanisation*. 1ª ed. Paris: Ed. du Seuil, 1969.
- _____. *Société Rurale et Urbanisation*. Paris: Editions du Seuil, 1973, 343 p.
- SILVEIRA, Lidiane Nunes da. **Roça, uma marca registrada: o processo de valorização do rural na sociedade brasileira**. Viçosa, MG, 2015. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-graduação em Extensão Rural, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2015.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a Cultura:** a comunicação e seus produtos. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

WIRTH, Louis. O urbanismo como modo de vida. In: VELHO, Otávio G. (Org.). **O fenômeno urbano.** 4 ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

“O valor da sua vida não está em chegar ao objetivo, está no ato da busca. É no ato da busca que a gente se define. É no engajamento com a procura que a gente se define como ser humano” (MARCELO GLEISER).

Para uma jornalista como eu seria impossível concluir uma tese sem falar da trajetória percorrida ao longo de quatro anos. Ninguém sai incólume desse processo marcado por desafios, desalinhos e acertos. No ato da busca, no engajamento teórico e empírico muita estrada foi percorrida em busca de conhecimento, de redescobertas e ressignificação. Os caminhos foram traçados na Zona da Mata mineira, no recorte de dois municípios: Pedra Bonita, com características mais rurais e Juiz de Fora, com aspectos mais urbanos. Vivenciamos muitas experiências nessas localidades, norteadas pela realização de procedimentos de pesquisa quantitativos e qualitativos. Aplicamos 627 questionários entre estudantes de escolas estaduais de ensino médio e seus familiares. Contamos com a ajuda dos jovens para replicarem o material com seus pais, mães, avôs e avós. Desse total de respondentes, realizamos 100 entrevistas em profundidade⁴².

No trabalho de campo enfrentamos uma série de desafios. Dentre eles, as chuvas contínuas no período de pesquisa em Pedra Bonita, um local muito rural, com estrada de chão (sem calçamento) em quase sua totalidade. Com as chuvas, os caminhos ficaram escorregadios e perigosos, e em alguns momentos nosso carro sofreu deslizamentos ocasionando muita apreensão. Mas a maior tensão veio com a suspensão das aulas, no meio da semana, porque o acesso estava se tornando inviável com o temporal formado na ocasião. Com isso, ficou impossível terminar a fase inicial de aplicação e coleta dos questionários, fundamental para a outra etapa, das entrevistas em profundidade.

⁴² Antes da investigação em Pedra Bonita e Juiz de Fora, fiz outros percursos numa fase que foi transformada numa espécie de ensaio: iniciei uma etapa de aplicação de questionários no Sul de Minas, aonde fui com recursos financeiros e carro próprios; e em Luisburgo, na Zona da Mata mineira, aonde apliquei 149 questionários com estudantes (e seus familiares) da escola estadual de ensino médio Joaquim Knupp. Nesta pesquisa especificamente contei com apoio financeiro tanto do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural do Departamento de Economia Rural quanto do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Viçosa, no qual atuo como professora de Jornalismo. Ainda assim, para dar prosseguimento às atividades do doutorado, incluindo a pesquisa de campo nos outros municípios pesquisados (Pedra Bonita e Juiz de Fora), foi necessário um investimento com recursos próprios, de mais de 14 mil reais, provenientes de um empréstimo bancário, para cobrir uma série de despesas.

Todavia, contamos com total apoio do diretor da escola Alfero Francisco do Carmo, Nelson José Silva Dias⁴³, que chegou a levar parte do material para o hotel onde estávamos hospedados, já que tínhamos fazer o percurso de carro próprio com o mal tempo. Dias depois, uma estiagem permitiu o retorno das atividades escolares e da nossa pesquisa. Diante desse imprevisto, foi necessário estender a permanência em Pedra para dar sequência ao trabalho de coleta de dados.

Nesse percurso, investigamos questões acerca do nosso problema de pesquisa, de averiguar quais as configurações atuais da ruralidade na sociedade em rede midiaticizada? E, ainda, será que o rádio, no cenário atual da comunicação em rede, ainda tem um espaço reservado no dia a dia de um campo em transformação? A partir dessa problematização instituímos que o objetivo geral da tese é o de identificar os aspectos socioculturais da ruralidade sob o paradigma da sociedade em rede midiaticizada.

Os objetivos específicos, foram contemplados nos capítulos: 1) Averiguar a ruralidade contemporânea a partir do paradigma da midiaticização, ou seja, da presença das mídias no dia a dia do campo e suas reverberações; 2) Analisar a atual configuração da mídia radiofônica mediante o paradigma da comunicação em rede; 3) Identificar a dieta de mídia dos rurais, em especial o lugar da narrativa radiofônica no cotidiano dos moradores do campo; 4) identificar por meio do uso do rádio e de outras mídias, o processo de interação entre a cultura rural e a cultura urbana, buscando entender como a ruralidade vem se configurando mediante a expansão da comunicação em rede. Diante das questões investigadas, trabalhamos com duas hipóteses: A Hipótese 1 (H1) é que a ruralidade na contemporaneidade se configura em rede, sob o paradigma da midiaticização, tendo o rádio multiplataforma como uma das mídias centrais na dieta midiática dos moradores do campo. Na Hipótese 2 (H2) defendemos que a sociedade rural em rede configuraria processos sociais de hibridismo cultural.

O artigo 1 teve como objetivo específico averiguar a ruralidade contemporânea a partir do paradigma da midiaticização, ou seja, da presença das mídias no dia a dia do campo e suas reverberações. Longe do estereótipo de um mundo rural extremamente rústico, personificado em expressões literárias do Jeca Tatu ou Chico Bento, percebe-se na atualidade uma ruralidade imbricada numa sociedade midiaticizada, constituída em

⁴³ Na outra escola, na sede do município, a aplicação de questionário já havia terminado. Restava apenas o retorno das aulas para a coleta do material.

redes na nova ordem social. Buscamos compreender, a partir dos usos e apropriações do rádio, se essas mudanças representam uma espécie de “aculturação” dos moradores do campo face às práticas citadinas; se estaríamos presenciando uma “nova ruralidade”, que possibilitaria a permanência das marcas genuínas de ruralidade; ou trata-se de um “hibridismo cultural” com os intercâmbios entre os mundos rural e urbano.

Nosso percurso teórico e empírico caminha para averiguar se o bom e velho companheiro da lida na roça, das tarefas de casa, ainda tem espaço no cotidiano dos rurais e como se dá essa apropriação midiática do rádio nos tempos hodiernos. Para tanto, foram utilizados os resultados de duas pesquisas nacionais sobre hábitos de consumo de mídias, que abarcaram a população rural. Os dados trazidos pelas duas pesquisas apresentadas indicam transformações dos modos de comunicar das pessoas que vivem no campo, apontando para uma ruralidade em rede, uma cultura rural hibridizada por meio das novas tecnologias.

No artigo 2, o objetivo específico foi analisar a atual configuração da mídia radiofônica mediante o paradigma da comunicação em rede, a nova conformação comunicacional. Dessa forma, buscamos entender como estão se configurando os hábitos midiáticos dos habitantes do campo com a introdução de novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) em suas moradias. Buscamos, particularmente, analisar de que forma o “bom e velho companheiro da casa e da lida na roça”, o rádio, estaria presente nas moradias das pessoas que vivem no campo, considerando-se o processo de diversificação das mídias no contexto das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). A partir das transformações rádio, tradicionalmente ligado ao cotidiano rural, buscamos identificar um tema mais amplo, que é a mudança sociocultural na vida dos moradores do campo. Para a reflexão, foi utilizada a análise longitudinal de nove anos da Pesquisa Nacional por Amostragem por Domicílios (PNAD), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Foram extraídas da PNAD informações acerca da presença do rádio e de outros meios de comunicação em domicílios rurais e urbano do Brasil e, em particular, de Minas Gerais, no período compreendido entre 2005 e 2013.

O estudo apresentado evidenciou um hibridismo cultural na presença dos meios de comunicação nos domicílios do Brasil e de Minas Gerais. Os resultados apontaram que mesmo com uma queda percentual na presença do rádio no período analisado, ele ainda continuava presente nos domicílios rurais. Portanto, diante das transformações

tecnológicas e culturais ocorridas nas últimas décadas, não se pode falar de uma aculturação, como visto no início das irradiações radiofônicas no contexto rural, quando houve uma aproximação entre o campo e a cidade, pois trata-se de um fenômeno mais vasto, de um hibridismo cultural. Na verdade, tanto no rádio quanto no contexto rural algo permanece e algo muda, já que os processos de mudança não são lineares, são modos de se fazer no cotidiano e por isso podemos falar de um rural que permanece, mas um rural que está em fluxo, em rede. Isso nos leva a avançar para um conceito ainda mais amplo, o *rural em rede*, que pressupõe um conjunto de práticas culturais associadas com os avanços tecnológicos da comunicação em rede, numa nova dimensão de tempo e espaço.

No artigo 3, o objetivo foi analisar a ‘dieta de mídia’ dos moradores do campo na Zona da Mata mineira, identificando que tipo de mídias eles utilizam na tessitura do seu cotidiano, com especial destaque à investigação do lugar do rádio neste ‘cardápio midiático’. Os resultados nesta etapa da tese derivam da pesquisa realizada em dois municípios da região estudada, Pedra Bonita e Juiz de Fora, o primeiro com características de maior ruralidade e o segundo com menor aspecto rural. Adotamos como metodologia a pesquisa quantitativa por meio de aplicação de questionários com estudantes de escolas de ensino médio, incluindo também seus familiares (pais, mães, avôs e avós). Percebeu-se que o rádio continua fazendo parte do dia a dia desses moradores, todavia, na atualidade, este veículo tradicional divide espaço com outras mídias na nova configuração da comunicação em rede. Identificaram-se, por fim, marcas da experiência do *rural em rede* a partir da utilização de diversas mídias e da presença desses conteúdos midiáticos no cotidiano do campo.

O artigo 4 objetivou identificar por meio do uso do rádio e de outras mídias, o processo de interação entre a cultura rural e a cultura urbana, buscando entender como a ruralidade vem se configurando mediante a expansão da comunicação em rede. A pesquisa qualitativa foi realizada por meio de 100 entrevistas em profundidade em dois municípios da Zona da Mata mineira, os mesmos da pesquisa quantitativa, apresentada no artigo anterior. Seria o grau de ruralidade um fator interveniente nos hábitos midiáticos apresentados pelos rurais? Os resultados apontaram, novamente, para a constituição de um “rural em rede” pelo processo de hibridização dos usos das mídias por parte dos moradores do campo, reforçando nossas duas hipóteses. Observamos que, mesmo com a modernidade das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) a

cultura da oralidade continua presente nas sociedades rurais e se constituiu como mediadora entre as práticas midiáticas tradicionais e contemporâneas, independente do índice de ruralidade do município.

Nas duas pesquisas – qualitativa e quantitativa – realizadas para alcançar nossos objetivos, constatamos que o rádio permanece no cotidiano dos rurais no modelo hodierno de comunicação, instituída em rede de mídias. Os meios de comunicação, incluindo o rádio, se hibridizaram e compartilham o mesmo ambiente virtual. Assim, a mídia radiofônica continua presente na vida dos moradores do campo, seja sintonizado no modelo hertziano ou acessado pelo celular e pela televisão, como afirmaram os entrevistados. Uma das marcas apresentadas nas entrevistas em profundidade foi que as pessoas que vivem na zona rural não estão mais isoladas ao se conectarem por meio das novas potencialidades comunicacionais. O rural está interligado pelas novas mídias na atualidade, com o suporte da internet, tendo o celular como principal dispositivo. Para os adultos e os idosos a grande vantagem das novas tecnologias é a facilidade de conseguir falar com parentes distantes. Os mais jovens também enxergam o celular e a internet como uma ponte para aproximação com o mundo, principalmente pelas redes sociais. Ficou nítido também que o rádio ainda ocupa um lugar especial na vida dessas pessoas, incluindo as novas gerações. A novidade ficou por conta das novas formas de acesso, tendo em vista que mesmo nessas localidades rurais a mídia radiofônica é acessada não somente nos aparelhos tradicionais, mas também pelo celular e pela televisão.

Uma distinção entre as duas localidades no traçado do Iramuteq foi que em Juiz de Fora o software criou uma classe a mais dentro da discussão do rádio, com o enfoque da “música”, o que pode ser um indício de que os respondentes têm um hábito mais citadino pelas características mais urbanas do município onde residem. Outra diferença entre os dois municípios também observada na reflexão sobre o rádio é a questão do regionalismo, mais forte em Pedra Bonita, município com traços mais rurais. Nesse local, foi constatado nas falas a preferência de grande parte dos respondentes por emissoras locais do município, e emissoras regionais de Manhuaçu, microrregião da Zona da Mata mineira na qual a localidade está inserida. Já em Juiz de Fora, percebemos a identificação, em muitos depoimentos, com rádios do Rio de Janeiro, sobretudo a Rádio Globo. Juiz de Fora é um município com grande proximidade geográfica do Rio de Janeiro, de pouco mais de 180 quilômetros, o que gera influências

culturais na cidade.

A pesquisa quantitativa não destoa das questões gerais da dimensão qualitativa. Neste resultado das respostas relativas a dieta de mídia dos rurais. Uma coincidência entre os dois municípios nas duas pesquisas é que as mídias impressas não fazem parte das práticas comunicacionais dos moradores do campo. O computador também praticamente não é usado em ambas as regiões. Nos dados quantitativos a televisão aparece como mídia preferencial nos dois locais, seguida do celular. Em relação à internet, os dados quantitativos sinalizam ser relevante a diferença em percentual entre um município e outro. O uso dessa tecnologia é maior em Juiz de Fora do que em Pedra Bonita, o que nos remete à precariedade das condições de conectividade de sinal de internet em Pedra Bonita, conforme reclamaram os moradores nas entrevistas em profundidade. Um fator comum entre as regiões pesquisadas é que a internet é mais acessada no dispositivo celular.

Na análise geracional da pesquisa quantitativa, constatamos que a prática do uso do celular é mais comum entre os jovens, que em quase sua totalidade demonstraram afinidade com o dispositivo. Portanto, o fator geracional pesa muito nesse caso, coincidentemente tanto em Pedra Bonita quanto em Juiz de Fora. A mesma constatação ocorreu em relação a utilização da internet. Quanto à televisão, os dados revelam uma distinção entre as regiões analisadas. Em Pedra Bonita, jovens e adultos assistem mais televisão do que os idosos. Já em Juiz de Fora, todas as gerações, nesta região, têm o hábito de assistir televisão. Em relação ao rádio, tanto em Pedra Bonita quanto em Juiz de Fora ser ou não mais velho não influencia no fato de ouvir a mídia, presente no cotidiano de todas as gerações.

Neste estudo sobre a ruralidade contemporânea e suas conexões midiáticas, constatamos, portanto, que o rádio participa do cotidiano dos rurais, mesmo dividindo espaço com outras mídias. Esse rural analisado aqui tem um pouco das traços culturais da aculturação, pela proximidade com os modos de vida citadinos; mantém certas especificidades de uma ruralidade tradicional; mas também se hibridiza de forma marcante pelos usos contemporâneos das mídias, sobretudo no ambiente virtual. Confirmamos, então, a hipótese 2 (H2) de que a sociedade rural em rede configuraria processos sociais de hibridismo cultural. Mas, verificamos uma força maior do morador do campo, que transcende essas definições teóricas, necessitando de uma dimensão mais coadunada com essa realidade, o que nos leva a defender o conceito de *rural em rede*,

uma nova configuração de ruralidade, dado o paradigma comunicacional hodierno. Assim, também confirmamos a hipótese 1 (H1) de que ruralidade na contemporaneidade se configura em rede, sob o paradigma da midiaticização, tendo o rádio multiplataforma como uma das mídias centrais na dieta midiática dos moradores do campo. Embora esse meio de comunicação tenha perdido espaço em termos quantitativos para novas mídias, a narrativa radiofônica ainda desperta emoções, informa, diverte e é uma companheira cotidiana dessas pessoas que vivem no campo, mas cuja existência rompe fronteira e constitui redes das mais diversas, pela autonomia de escolhas do cardápio de sua dieta de mídia.

Assim, ao longo deste estudo, percebi que o rádio, da mesma forma que o rural, demonstra ser um espaço de ressignificação e de reinvenção diante das novas dinâmicas da vida contemporânea. Voltando ao pensamento inicial desta conclusão, eu também passei por um processo de mudanças pessoal, espiritual e profissional. No trajeto percorrido, tive de deixar minha zona de conforto e entrar na estranha rede da sociologia rural. O estranhamento virou um traçado desafiador e, aos poucos, híbrido. O tripé fé, coragem e determinação alicerçou os passos dessa jornada. Eu mudei e imagino que a melhor forma de sintetizar meu processo de transformação é parafraseando Dani Black e dizer que hoje “eu sou maior do que era antes; estou melhor do que era ontem; eu sou filho do mistério e do silêncio; somente o tempo vai me revelar quem sou”. Em relação as lágrimas que percorreram a minha alma em momentos de apreensão, nem imaginava que esse “choro valia ouro” para uma evolução “a cada lua e a cada sol”.

APÊNDICES QUESTIONÁRIO

QUESTIONÁRIO

Olá! Estamos realizando um estudo sobre o uso que as famílias que vivem no meio rural fazem dos meios de comunicação. Esta pesquisa está sendo realizada pela doutoranda Kátia de Lourdes Fraga, no Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural da Universidade Federal de Viçosa (UFV/MG).

A sua colaboração é muito importante. Obrigada!

Nome do responsável pela aplicação do questionário: _____

Data de realização da entrevista (__ / __ / __).

DADOS DO ENTREVISTADO (quem está respondendo o questionário)

NOME: _____

CONTATO (TELEFONE): _____

1- SEXO: _____

2- IDADE: _____

3- ESTADO CIVIL: _____

4- MUNICÍPIO: _____

5- ONDE VOCÊ MORA NA ZONA RURAL? _____

6- QUANTAS PESSOAS MORAM COM VOCÊ NA SUA CASA? ____

7- SEU PAI TRABALHA COM O QUE? _____

8- SUA MÃE TRABALHA COM O QUE? _____

9- QUAL A SUA PROFISSÃO: _____

10- FORMAÇÃO ESCOLAR (marque X ao lado da opção escolhida):

Não estudou	
1º grau completo (Ensino Fundamental)	
1º grau incompleto (Ensino Fundamental)	
2º grau completo (Ensino Médio)	
2º grau incompleto (Ensino Médio)	
Superior completo	
Superior incompleto	
Pós-graduação	

11- SÉRIE/ ANO (para quem está estudando atualmente): _____

DADOS SOBRE OS USOS DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

12 - Na sua CASA quais desses sinais estão disponíveis para utilizar aparelhos eletrônicos (rádio, internet, celular, televisão, etc.)?

Marque um X ao lado da(s) opção(opções) que você tem acesso na sua casa

Sinal de rádio	
Sinal de Internet	
Sinal de telefone celular	
Sinal de telefone celular rural (via antena)	
Sinal de TV aberta (escama de peixe)	
Sinal de TV via antena parabólica	
Sinal de TV via a cabo	
Outro(s). Qual(is)? _____	

13 – Quais equipamentos listados abaixo você possui na sua casa. Quantos?

Caso não possua algum, coloque 0 (zero)

Equipamentos	Quantos?
Rádio	
Televisão	
Celular	
Computador	

14 - Dos equipamentos listados na pergunta anterior (rádio, televisão, celular, computador), responda:

Qual você usa mais? _____

Por quê? _____

INFORMAÇÕES SOBRE RÁDIO

15- Sobre frequência e tempo de uso, marque um X ao lado da opção escolhida.

CASO A RESPOSTA SEJA “NÃO OUÇO (NUNCA)”, PULE PARA A QUESTÃO 22

Com que frequência?	Por quanto tempo ouve? (no dia que ouve)
Não ouço (nunca)	Menos de 15min
Todos os dias	De 15 a 60 minutos
Várias vezes por semana	De 1 a 2 horas
Uma vez por semana	Mais de 2 horas
Só ao fim de semana	Não Sei
Uma vez por mês	
Não Sei	

16 – Em que período ouve rádio?

Marque um X ao lado da(s) opção(opções) escolhida(s)

Manhã	
Tarde	
Noite	

17 - Por quais razões costuma ouvir rádio?

Marque um X ao lado da(s) opção(opções) escolhida(s)

É uma companhia	
Fala sobre a sua região (comunidade/cidade)	
Gosto do locutor	
Gosto da emissora	
Para me informar/ saber das notícias	
Para ouvir música	
Por causa de um programa preferido	
Outro(s). Qual(is)? _____	

18 - Que aparelho você usa para ouvir rádio?

Marque um X ao lado da(s) opção (opções) escolhida (s)

APARELHO	
Rádio a pilha	
Rádio a energia	
Rádio no carro	
Rádio no celular	
Na TV (Sky, etc.)	
No computador	
Outro(s). Qual(is)? _____	

19 - Em que lugar você ouve rádio?

Marque um X ao lado da(s) opção(opções) escolhida(s)

LOCAL	
Em casa	
No trabalho no campo (lavoura, gado, etc.)	
No trabalho fora de casa	
No transporte	
Outro(s). Qual(is) _____	

20 - Você tem uma emissora de rádio preferida?

Sim		Qual? Por quê?
Não		
Não Sei		

21 - Você tem um locutor preferido?

Sim		Qual? Por quê?
Não		
Não Sei		

INFORMAÇÕES SOBRE TELEVISÃO

**22- Sobre frequência e tempo de uso, marque um X ao lado da opção escolhida.
CASO A RESPOSTA SEJA “NÃO ASSISTO (NUNCA)”, PULE PARA A QUESTÃO 24**

Com que frequência?	
Não assisto (nunca)	
Assisto todos os dias	
Várias vezes por semana	
Uma vez por semana	
Só ao fim de semana	
Uma vez por mês	
Não Sei	

Por quanto tempo assiste? (no dia que assiste)	
Menos de 15min	
De 15 a 60 minutos	
De 1 a 2 horas	
Mais de 2 horas	
Não Sei	

23- Por quais razões costuma assistir televisão?

Marque um X ao lado da(s) opção(opções) escolhida(s)

Para ver novela	
Para me informar/saber notícias	
Para ver filme	
Para ver seriado	
Para ver desenho	
Para ver um programa preferido	
Outro(s). Qual(is) _____	

INFORMAÇÕES SOBRE CELULAR

**24 - Sobre frequência e tempo de uso, marque um X ao lado da opção escolhida.
CASO A RESPOSTA SEJA “NÃO UTILIZO (NUNCA)”, PULE PARA A QUESTÃO 26**

Com que frequência utiliza?	
Não utilizo (nunca)	
Utilizo todos os dias	
Várias vezes por semana	
Uma vez por semana	
Só ao fim de semana	
Uma vez por mês	
Não Sei	

Por quanto tempo utiliza? (no dia que utiliza)	
Menos de 15min	
De 15 a 60 minutos	
De 1 a 2 horas	
Mais de 2 horas	
Não Sei	

25– Você usa o celular com que finalidade?*Marque um X ao lado da(s) opção(opções) escolhida(s)*

Para telefonar	
Para ouvir rádio	
Para ouvir música	
Para me informar/ saber das notícias	
Para estudar	
Para atividade profissional	
Para contatos pessoais/redes sociais (e-mail, WhatsApp, Facebook)	
Outra(s). Quais _____	

INFORMAÇÕES SOBRE INTERNET**26– Sobre frequência e tempo de uso, marque um X ao lado da opção escolhida.****CASO A RESPOSTA SEJA “NÃO UTILIZO (NUNCA)”, PULE PARA A QUESTÃO 28**

Com que frequência utiliza?	
Não utilizo (nunca)	
Utilizo todos os dias	
Várias vezes por semana	
Uma vez por semana	
Só ao fim de semana	
Uma vez por mês	
Não Sei	

Por quanto tempo utiliza? (no dia que utiliza)	
Menos de 15min	
De 15 a 60 minutos	
De 1 a 2 horas	
Mais de 2 horas	
Não Sei	

27– Acessa a internet com que finalidade?*Marque um X ao lado da(s) opção(opções) escolhida(s)*

Para ouvir rádio	
Para ouvir música	
Para me informar/ saber das notícias	
Para estudar	
Para atividade profissional	
Para contatos pessoais/redes sociais (e-mail, Facebook e WhatsApp)	
Outro(s). Qual(is) _____	

INFORMAÇÕES SOBRE JORNAL

28- Sobre frequência e tempo de uso, marque um X ao lado da opção escolhida.

CASO A RESPOSTA SEJA “NÃO LEIO (NUNCA)”, PULE PARA A QUESTÃO 30

Com que frequência?	
Não leio (nunca)	
Todos os dias	
Várias vezes por semana	
Uma vez por semana	
Só ao fim de semana	
Uma vez por mês	
Não Sei	

Por quanto tempo lê? (no dia que lê)	
Menos de 15min	
De 15 a 60 minutos	
De 1 a 2 horas	
Mais de 2 horas	
Não Sei	

29- Lê jornal com que finalidade?

Marque um X ao lado da(s) opção(opções) escolhida(s)

Para ler notícias nacionais e internacionais	
Para ler notícias regionais	
Para saber da programação cultural (cinema, shows, etc.)	
Para ler notícias de esportes	
Para ler notícias de política	
Para ler notícias de economia	
Para ler notícias policiais	
Para ler classificados	
Para ler receitas de comida	
Para ler horóscopo	
Para ler resumo de novela	
Outro(s). Qual(is) _____	

INFORMAÇÕES SOBRE REVISTA

30- Sobre frequência e tempo de uso, marque um X ao lado da opção escolhida.
CASO A RESPOSTA SEJA “NÃO LEIO (NUNCA)”, PULE PARA A QUESTÃO 32

Com que frequência?	
Não leio (nunca)	
Todos os dias	
Várias vezes por semana	
Uma vez por semana	
Só ao fim de semana	
Uma vez por mês	
Não Sei	

Por quanto tempo lê? (no dia que lê)	
Menos de 15min	
De 15 a 60 minutos	
De 1 a 2 horas	
Mais de 2 horas	
Não Sei	

31- Você lê revista com que finalidade?

Marque um X ao lado da(s) opção(opções) escolhida(s)

Para ler notícias	
Para ler sobre esporte	
Para ler sobre agricultura	
Para ler sobre a vida de famosos (artistas)	
Para ler sobre beleza (cosméticos, moda, etc.)	
Para saber receitas de comida	
Para saber da programação cultural (cinema, shows, etc.)	
Para ler resumo de novelas	
Para ler horóscopo	
Outro(s). Qual(is) _____	

32 – Normalmente, qual a soma da renda de todas as pessoas que moram na casa?

Marque um X ao lado da opção escolhida.

Faixa salarial	Valores em Reais (R\$)
Menos de 1 salário mínimo	0 - 936,00
1 salário mínimo	937,00
De 1 até 2 salários mínimos	937,00 – 1.873,00
De 2 até 3 salários mínimos	1.874,00 – 2.810,00
De 3 até 4 salários mínimos	2.811,00 – 3.747,00
De 4 até 5 salários mínimos	3.748,00 – 4.684,00
Mais de 5 salários mínimos	Mais de 4.685,00
Não Sei	

MUITO OBRIGADA PELA SUA COLABORAÇÃO!

ROTEIRO DE ENTREVISTAS

ROTEIRO DE ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE

- A) TRASCREVER O PERFIL DO ENTREVISTADO EM ÁUDIO E ABAIXO

Dados do entrevistado (a ser preenchido por quem faz a entrevista)						
Data da entrevista	Nome completo do entrevistado	Idade	Vinculação familiar (pai, mãe, avô ou avó)	Nome completo do(a) estudante	Escola do estudante	Lugar onde reside (na roça ou na rua)?

- B) Agradecer a atenção e falar sobre o objetivo da pesquisa: Muito obrigada por me receber na sua casa. Esta pesquisa de doutorado é sobre o uso dos meios de comunicação na Zona Rural. Para saber como as pessoas do meio rural estão usando o rádio, a televisão, o celular, o computador e outros meios de comunicação.
- C) Pedir para a pessoa falar o nome completo dela e dizer que autoriza a entrevista: **MEU NOME É XXXXX E EU AUTORIZO DAR A ENTREVISTA**
- D) **USAR OS DADOS DO QUESTIONÁRIO (RESPOSTAS) NESTA ENTREVISTA**

1) INFORMAÇÕES SOBRE O RÁDIO

1.1- Me conta um pouco sobre a forma como o rádio está presente na sua vida....

(deixe a pessoa falar ...depois faça outras perguntas)

1.2- Qual tipo de programação mais gosta? (o que mais gosta de ouvir no rádio?)

1.3- Pq você gosta de ouvir rádio (quais são os motivos)?

a. o rádio é uma companhia? b. Pra ouvir música? c. Pra ouvir notícias?

d. Que tipo de notícias você mais gosta de ouvir?

1.4- Tem um programa preferido? O que esse programa tem de especial?

1.5- Tem uma emissora de rádio preferida? O que essa emissora tem de especial?

1.6- Tem um locutor/a preferido? O que esse locutor/a tem de especial?

1.7- Quem gosta mais de rádio na sua casa? Pq? Ouve sozinho(a) ou com alguém da familiar?

1.8- Em que momentos você escuta rádio? Quais são os horários?

1.9- Que tipo de aparelho você usa para ouvir rádio

1.10- Em que (ou quais) lugar (es) da casa o rádio fica ligado?

1.11- você tem alguma lembrança de infância do rádio? Alguém da sua casa ouvia rádio? Lembra de alguma história? Pode me contar um pouco sobre isso?

1.12- quando (em que ano) você comprou (ou ganhou) o primeiro aparelho de rádio?

2) INFORMAÇÕES SOBRE O CELULAR

- 2.1- Você tem celular? Me conta um pouco sobre a forma como o celular está presente na sua vida.
- 2.2- Quem gosta mais do celular na sua casa? Pq? (Quantas pessoas têm celular na casa)
- 2.3- O celular mudou alguma coisa na vida de vocês? (Como assim? – caso necessário dar um empurrãozinho na resposta)
- 2.4- como era a vida antes do celular?
- 2.5- quando (em que ano) você comprou (ou ganhou) o primeiro celular?
- 2.6- Se não usa, pq não usa?

3) INFORMAÇÕES SOBRE COMPUTADOR

- 3.1- Você possui computador?
- 3.2- Com que finalidade você utiliza o computador? Se NÃO usa: porque NÃO usa?
- 3.3- Alguém da sua família costuma utilizar o computador? De que forma (forma de uso)?

4) INFORMAÇÕES SOBRE A INTERNET

- 4.1- Você usa a Internet? Com que finalidade?
- 4.2- Se NÃO usa: porque NÃO usa?
- 4.3- Alguém da sua família costuma utilizar a internet? De que forma (forma de uso)?

5) INFORMAÇÕES SOBRE A TELEVISÃO

- 4.1- Você tem televisão? como a televisão está presente na sua vida.
- 4.2- Quem gosta mais de televisão na sua casa? Pq?
- 4.3- Qual o tipo de programação você mais gosta?
- 4.4- Tem uma emissora de televisão preferida? O que essa emissora tem de especial?
- 4.5- Tem um programa preferido? Pq? O que esse programa tem de especial?
- 4.6- Em que momentos você assiste televisão?
- 4.7- Que horas a televisão é ligada e desligada?
- 4.8- Em que (ou quais) lugar (es) da casa a televisão fica ligada?
- 4.9- Assiste a TV sozinho ou com alguém da família?

6) INFORMAÇÕES SOBRE JORNAL

- 6.1- Você lê jornal? Com que finalidade?
- 6.2- Se NÃO lê: porque NÃO lê?

7) INFORMAÇÃO SOBRE REVISTA

- 7.1- Você lê revista? Com que finalidade?
 7.2- Se NÃO lê: porque NÃO lê?

8) TRANSFORMAÇÃO NO CONSUMO MUDIÁTICO

(PARA ADULTOS E IDOSOS)

- 8.1- Em relação á forma de se comunicar, o que o(a) senhor(a) acha que mudou da época em que era jovem para a época atual?
 8.2- Você nota alguma diferença na forma como o(a) senhor(a) utiliza os meios de comunicação e a forma como seus filhos e netos utilizam?
 8.3- Qual o meio de comunicação mais importante na vida de sua família? Por quê?
 8.4- Tem algum meio de comunicação que o(a) sr(a) acha prejudicial para a vida da sua família? Por quê?
 8.5- *para reforçar: a) qual meio de comunicação o(a) sr(a) usa para se informar?
 b) e par se divertir?

(PARA ADULTOS E IDOSOS)

- 8.7- Você nota alguma diferença na forma como você utiliza os meios de comunicação e a forma como seus pais e avós utilizam?
 8.8- Qual o meio de comunicação mais importante na vida de sua família? Por quê?
 8.9- Tem algum meio de comunicação que o(a) sr(a) acha prejudicial para a vida da sua família? Por quê?
 8.10- *para reforçar: a) qual meio de comunicação o(a) sr(a) usa para se informar?
 b) e par se divertir?

9) TRANSFORMAÇÃO NOS MODOS DE VIDA (mesma pergunta para todos)

- 9.1- Quando eu falo a palavra “RURAL” o que vem na sua cabeça?
 9.2- Quando eu falo a palavra “CIDADE” o que vem na sua cabeça?
 9.3- Você acha que existe diferença entre o modo de vida de quem mora na área rural e de quem mora na cidade? Pode explicar? (ex: tipo de casa, infra-estrutura, meios de comunicação)
 9.4- Você gosta de morar na área rural ou preferia morar na cidade?
 9.5- Você acha que a vida na área rural mudou com o surgimento do celular, do computador, da internet, etc.(com as Tecnologias de Infromação e Comunicação)?