

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO**

**RÁDIO E CULTURA: A IDENTIDADE GAÚCHA
REPRESENTADA NA RÁDIO NATIVA FM DE SANTA
MARIA**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Maria Angélica Varaschini

Santa Maria, RS, Brasil

2013

**RÁDIO E CULTURA: A IDENTIDADE GAÚCHA
REPRESENTADA NA RÁDIO NATIVA FM DE SANTA
MARIA**

Maria Angélica Varaschini

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social–
habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM,
RS), como requisito parcial para obtenção do grau de **Bacharel em Jornalismo**.

Orientador: Prof. Dr. Flavi Ferreira Lisboa Filho
Co-orientadora: Mestranda Rossana Zott Enninger

Santa Maria, RS, Brasil

2013

**Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Curso de Graduação em Comunicação Social-Jornalismo**

**A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova o Trabalho de
Conclusão de Curso**

**RÁDIO E CULTURA: A IDENTIDADE GAÚCHA REPRESENTADA NA
RÁDIO NATIVA FM DE SANTA MARIA**

elaborado por
Maria Angélica Varaschini

como requisito parcial para obtenção do grau de
Graduado em Jornalismo

COMISSÃO EXAMINADORA:

Prof. Dr. Flavi Ferreira Lisboa Filho (UFSM)
Orientador

Prof. Dra. Ana Luiza Coiro Moraes (UFSM)

Mestrando Tainan Pauli Tomazetti (UFSM)

Santa Maria, 16 de dezembro de 2013

AGRADECIMENTOS

É a hora da alegria por uma grande realização, mas já com aquela saudade dos quatro anos que passaram tão rápido. Agradeço a minha mãe Jacinta e ao meu pai Luiz que me deram tanto carinho e amor, aguentando minhas reclamações e telefonemas infinitos. Ao João e a ao Éder, que nunca se limitaram a serem apenas irmãos, mas pais, que me aconselharam e me ajudaram em todos os momentos. Ao Guilherme Granêz, que simplesmente sendo quem é conseguiu me acalmar e alegrar meus dias, por acreditar em mim e ficar sempre ao meu lado. Ao meu orientador Flavi, minha co-orientadora Rossana e ao Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades, onde foram minha base e guiaram meu caminho nesta pesquisa. Ao Roberto Montagner e ao pessoal da Rádio Universidade da UFSM, que nos meus três anos de estágio foram pessoas maravilhosas. Aos funcionários da Rádio Nativa FM de Santa Maria, que dedicaram seu tempo para entrevistas e conversas. E a minha melhor amiga Luísa Batistella, que infelizmente teve que partir cedo demais, mas que de onde estiver, tenho certeza, estará torcendo por mim.

RESUMO

O presente trabalho analisa a grade de programação da Rádio Nativa FM de Santa Maria dos programas gravados e determinados programas ao vivo, além da história da Rádio. Para tanto, se utilizará um conjunto de técnicas de pesquisa como entrevistas com funcionários e proprietário, observação participante e gravação da programação. O foco recai em identificar a identidade regional que está contida na programação e como a cultura está inserida. Pretende-se buscar isso através de práticas jornalísticas e análise do contexto da rádio e da cultura, através do aporte teórico-metodológico dos Estudos Culturais e do Circuito da Cultura (DU GAY et. al., 1999).

PALAVRAS-CHAVE: Rádio Nativa FM, Identidade gaúcha, Circuito da Cultura.

ABSTRACT

The present work intends to analyze the program schedule of native FM Radio from Santa Maria of recorded programs, some programs live and the history of radio. For that, we will use a set of research techniques as interviews with employees and owners, participant observation and recording schedule. The focus is on identifying regional identity that is contained in the programming and how culture is inserted. We intend to pursue this through journalistic practices and context analysis of the radio and culture, through the theoretical and methodological contributions of Cultural Studies (HALL, 1997) and the Circuit of Culture (DU GAY *et. al.*, 1999).

KEYWORDS: Native FM Radio, Gaucho identity, Circuit of Culture.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	7
1.CULTURA E ESTUDOS CULTURAIS.....	11
1.1 A Cultura: caracterização conceitual	11
1.2 A Cultura na percepção dos Estudos Culturais.....	13
1.3 Circuito da Cultura	16
1.4: A representação e a produção de significados no Circuito da Cultura.....	20
2. A IDENTIDADE CULTURAL.....	23
2.1 Identidade e diferença	25
2.2 Identidade na globalização e a identidade nacional	28
2.3 Cultura regional e a identidade gaúcha.....	31
3. O RÁDIO E A RÁDIO NATIVA FM DE SANTA MARIA	37
3.1: O rádio como um meio de comunicação	37
3.2. Programação radiofônica.....	39
3.3. A Rádio Nativa FM de Santa Maria	42
3.3.1. A história	42
3.3.2. a Identidade do gaúcho na Rádio Nativa FM	47
3.3.3. Programação da Rádio Nativa FM	49
3.4 A Rádio Nativa e a circulação cultural	53
CONSIDERAÇÕES FINAIS	59
BIBLIOGRAFIA	61
ANEXOS.....	63

INTRODUÇÃO

O trabalho intitulado *Rádio e Cultura: a identidade Gaúcha representada na Rádio Nativa FM de Santa Maria* traz a análise da grade da programação da emissora, apresentando alguns programas específicos, onde a identidade do gaúcho é representada. Por se tratar de uma rádio que possui uma programação exclusivamente de músicas nativistas, busca-se investigar de que maneira a cultura gaúcha acaba fazendo parte do dia-a-dia dos ouvintes. Fundada em 1989, a Nativa FM conseguiu permanecer até hoje com o seu ideário inicial, que é o de “levar somente a música do Rio Grande para os sujeitos de Santa Maria e região”, preservando o lema “orgulho de nossas raízes” e aproximando o gaúcho de sua cultura, fortificando um identitário sul-rio-grandense.

A maioria dos programas da Nativa são gravados, dos vinte e sete programas, apenas cinco são ao vivo. A grade de programação dos programas gravados é feita mensalmente por um programador, que coloca no ar, aproximadamente, 600 músicas. Além da escolha de um único segmento, essa forma de estruturação da grade de programação é um diferencial da emissora, que atinge mais de 50 municípios no Estado. Busca-se dessa maneira, investigar a programação da Rádio Nativa FM de Santa Maria através de seu contexto Cultural e Identitário para compreender como é representada a gauchidade¹ na programação da rádio Nativa. Para tal, é necessário entender o funcionamento da emissora, a sua história e a escolha de um segmento nativista que já perdura há 24 anos.

Para se ter uma idéia, desde os nomes dos programas há um direcionamento para elementos da identidade gaúcha, como por exemplo, ‘Mateada’, ‘Troteando a Tarde’, ‘Passeando no pago’, ou seja, encontram-se sempre elementos da cultura sul-rio-grandense. Não é muito comum um meio de comunicação de massa em que apenas um único segmento é produzido, principalmente ao se falar de uma rádio FM. A escolha de criar uma rádio apenas com músicas nativistas vem da ideia de seus fundadores, que decidiram por algo que fosse duradouro e perene, que não fosse atrelado a modismos.

Cabe esclarecer que, por se tratar de uma análise cultural, para se ter um resultado satisfatório na pesquisa, é necessário contextualizar a história da rádio Nativa, examinando a grade vertical e horizontal da programação, identificando os formatos de radiojornalismo

¹O termo “[...] busca trazer a ideia de fenômeno, abrindo possibilidades para a investigação de qualidades, comportamentos, valores, maneiras de agir, sendo mais abrangente e permitindo a consideração de múltiplas formas discursivas de representação do que é gaúcho (LISBOA FILHO, 2012, p 42).

presentes na mesma, para por fim investigar qual a identidade do gaúcho que é representada na rádio.

A pesquisa consiste em uma análise predominantemente qualitativa, onde é realizado um estudo exploratório com entrevistas em profundidade e observação participante. O projeto assumiu estudos qualitativos no momento em que, segundo Gil (2002), é o melhor meio para compreensão do objeto estudado através da observação e participação com o meio, melhorando a análise dos materiais coletados. Para tal, foram entrevistados funcionários e um dos fundadores da Nativa, quando foi relatada toda a história, os ideais e o funcionamento da rádio. A visitação nas dependências da emissora foi de total importância para saber como é o ambiente de trabalho e como se dá o dia-a-dia nos bastidores. As entrevistas não se limitaram a perguntas fechadas, ocorreu a abertura para uma conversação, com isso, foram vários encontros e visitas. Porém, para um melhor entendimento de análise buscou-se dados quantitativos através de gráficos e porcentagens de índices de audiências.

A observação participante se deu para conhecer o ambiente estudado, as estruturas, o funcionamento e os funcionários do local da Rádio em estudo. A importância da observação participante segundo Teresa Maria Frota Haguette (1995), é que ela se distingue das demais técnicas de coletas de dados convencionais, por ser um instrumento de modificação do meio pesquisado, ou seja, de mudança social. Para se entender melhor um contexto da sociedade, é necessário participar deste contexto e muitas vezes se colocar no lugar do outro.

A entrevista, que pode ser considerada uma entrevista em profundidade, muitas vezes chamada de história de vida, de acordo com Jairo Grisa (2003) consiste em um relato do narrador sobre sua existência pessoal através do tempo, tentando reconstruir os acontecimentos que vivenciou e transmitir a experiência que adquiriu, não se limitando apenas em responder as perguntas semi-estruturadas. Realizam-se também pesquisa documental, principalmente para trazer a história da Rádio.

Para o referencial teórico realizam-se leituras e pesquisas bibliográficas de livros, teses, artigos sobre Cultura, Identidade, Identidade Gaúcha, Estudos Culturais, programação radiofônica, e o Circuito da Cultura de Du Gay *et al.*, que será usado para promover a relação da produção da informação, juntamente com a identidade, consumo, representação e regulação desse meio e dos ouvintes da Rádio. A abordagem metodológica do Circuito será a base central do trabalho, onde todos os elementos do circuito (representação, identidade,

consumo, produção e regulação) são analisados em decorrência do objeto em questão, como será explorado no capítulo 1.

Como a Rádio Nativa é constituída de programas gravados e ao vivo, são analisados três programas ao vivo, e uma base geral da programação gravada, já que é apenas um programador que determina as músicas dos programas gravados. Para a escolha dos programas ao vivo leva-se em consideração o horário e o dia da semana em que são transmitidos, e no caso de um programa específico a participação dos ouvintes. São analisados os programas Clarim Campeiro, Festival da Trinca e Domingo Nativo e a programação gravada em geral.

Este trabalho é organizado em três capítulos teóricos. No capítulo 1 são apresentados os conceitos de cultura, por diversos teóricos, como é dado o funcionamento da cultura e como um sujeito ou um grupo pode ser incluído em uma determinada cultura. A importância do pertencimento e os elementos que fazem parte de cada cultura, na percepção dos Estudos Culturais.

O capítulo 2 disserta sobre identidade, especialmente, como um processo dinâmico, multidimensional e em construção, sendo algo mutável e que pode ser transformado ao longo do tempo. Traz-se a identidade e a diferença como algo inseparável, além da identidade no processo de globalização, a identidade nacional e o fortalecimento de identidades regionais e locais.

O capítulo 3 apresenta os elementos radiofônicos, como o formato e abrangência, por exemplo, para entender como é o funcionamento de uma rádio. A diferença do rádio com os outros meio de comunicação de massa, como a TV, o jornal impresso e a revista, suas vantagens e limitações, os tipos de programação radiofônica e como a rádio Nativa se encaixa nesses conceitos. Após uma breve apresentação de ordem técnica de um programa radiofônico.

Depois, é realizada a análise do objeto, a partir de três programas ao vivo e da grade de programação dos programas gravados analisados por três meses, entre agosto e outubro de 2013, por meio do Circuito da Cultura.

Para a realização do trabalho, buscaram-se principalmente as ideias de Hall e Willians para dissertar sobre cultura e os Estudos Culturais. Para tratar da Identidade autores como

Jacks e Woodward. Já para o estudo direcionado à programação radiofônica, traz-se em especial as ideias de Ferrareto. As pesquisas realizadas para a contextualização da rádio Nativa deram-se através das entrevistas e pesquisa documental.

1 A CULTURA E OS ESTUDOS CULTURAIS

1.1 A cultura: caracterização conceitual

Ao começar tratar do termo cultura, abre-se um leque de interpretações, a começar pelo dicionário, que define cultura como:

1. Ato, efeito ou modo de cultivar. 2. Cultivo. 3. O complexo dos padrões de comportamento, das crenças, das instituições e doutros valores espirituais e materiais transmitidos coletivamente e característicos de uma sociedade: civilização. 4. O desenvolvimento de um grupo social, uma nação, etc.; que é fruto do esforço coletivo pelo aprimoramento desses valores; civilização, progresso. 5. Apuro, esmero, elegância. 6. Criação de certos animais, em particular os microscópicos. (AURÉLIO, 1999, p. 87)

A partir desses conceitos, todos os termos de cultura aceitos variam dependendo do interesse para o qual a palavra é usada, tornando-se tanto valores, crenças e padrões de uma sociedade, como civilização e progresso, e ainda apuro ou elegância. Ao relacionar a identidade cultural, a identidade do gaúcho e os estudos culturais, deve-se entender como a cultura funciona, suas definições e suas diferentes concepções dentro da identidade local. Há várias definições e conceitos de cultura, segundo Stuart Hall, “nas definições mais tradicionais do termo, diz-se que a cultura incorpora o ‘melhor que já se pensou e disse’ em uma sociedade” (HALL, 1997, p.2).

As concepções e aplicações do termo cultura vêm passando por mudanças ao longo dos tempos, sejam conceituais, históricos ou sociais. “Definiu-se esta [cultura] como o ‘processo integral’ pelos quais significados e definições são socialmente construídos e historicamente transformados” (ESCOSTEGUY, 2010, p.28).

De acordo com Peruzzolo (2006, p. 168), a cultura manifesta o relacionamento do homem com o real:

[...] a compreensão da categoria conceitual de *cultura* implica sempre a consideração de duas dimensões: seu caráter social e seu caráter histórico. A cultura, como ação criadora do homem, é sua expressão essencial e universal, enquanto que ele se realiza criando sua obra e dirigindo-se aos outros para comunicar intencionalmente a sua criação. Por isso, a cultura exprime o processo histórico de relacionamento do homem com o real, enquanto exprime a sua realização no tempo e no espaço.

A cultura engloba toda a sociedade, religião, música, arte, crenças, dança, vestimenta, e objetos que possam distinguir um grupo de outras sociedades. “A cultura [...] é da ordem da práxis e está ligada à vivência cotidiana” (JACKS, 1998, p.18).

A cultura é flexível, dinâmica e mutável. Com novas tendências antropológicas e linguísticas, o significado de cultura torna-se mais amplo. “Recentemente e num contexto mais de ‘ciência social’, a palavra cultura é usada para se referir a tudo que seja distintivo com respeito ao modo de vida de um povo, comunidade, nação ou grupo social.” (HALL, 1997, p.2).

Além do sentido antropológico, a cultura pode vir com uma ênfase sociológica, sendo a ideia principal a cultura como um conjunto de significados partilhados, que Hall (1997, p. 2) destaca: “como alternativa, a palavra pode ainda ser usada para descrever os valores partilhados de um grupo ou da sociedade”.

No decorrer dos períodos, a cultura vem ganhando um espaço mais autônomo, “a cultura [...] foi sendo submetida a um processo de abstração acentuado, em que é construída como uma esfera autônoma, de onde se critica o mundo material, sem se imiscuir nele” (CEVASCO, 2001, p.132). Com o dinamismo da cultura, alguns elementos são acrescentados e outros perdidos, elementos que criam os aspectos da cultura.

Entendemos como aspectos culturais todas as características de um indivíduo ou grupo, onde esses indivíduos são os atores sociais da construção cultural das sociedades. A cultura vem não como uma parte, mas como um todo, por isso a importância do significado para a definição de cultura:

[...] a cultura argumenta-se, não é tanto um conjunto de coisas- romances e pinturas ou programas de TV e quadrinhos- quanto um processo, um conjunto de práticas. Primordialmente a cultura tem a ver com produção e o intercâmbio de significados- o dar e receber de significados- entre os membros de uma sociedade ou grupo.[...] a cultura depende de que seus participantes interpretem de forma significativa o que esteja ocorrendo ao seu redor, e entendam o mundo de forma real semelhante (HALL, 1997, p.2).

É através do que é falado, feito e sentido que se pode dar significado às coisas. Isto se dá a partir de pré-julgamentos que já temos, ou da maneira como utilizamos nossas práticas no cotidiano e como são representadas e aos valores que a elas são atribuídos. Só entendemos uma determinada coisa ou situação porque sentimos ou vivenciamos aquilo. Não nascemos com essa determinação, não há como significar algo se aquela experiência ainda não foi

compartilhada, só se aprende o significado com a vivência de situações. Desse modo, a cultura distingue elementos humanos daquilo que é simplesmente biológico:

[...] a cultura, neste sentido envolve todas as práticas que não estão simplesmente programadas geneticamente em nós [...] mas que nos transmitem valores, precisam ser interpretados significativamente pelos outros, ou que dependem do significado para seu efetivo funcionamento. (HALL, 1997, p.3).

Permeando a sociedade, a cultura pode ser reconhecida por duas novas formas de valor, o signo e o símbolo. A partir daí, “a cultura abrange o conjunto dos processos sociais de significação, ou, de um modo mais complexo, a cultura abarca o conjunto de processos sociais de produção, circulação e consumo de significação na vida social” (CANCLINI, 2004, p. 34).

Já Hall (1997) tem a ideia de que a cultura também passa a ter um papel muito importante no domínio simbólico que permeia a sociedade. Assim, pessoas que pertencem à mesma cultura interpretam o mundo praticamente da mesma maneira, expressando suas ideias e sentimento de forma que possam ser compreendidos por todos. A cultura tem importância no que se remete à estrutura e à organização da sociedade, seus recursos econômicos e materiais, tornando as indústrias culturais elementos mediadores em muitos processos.

A cultura pode ser entendida a partir do que nos rodeia, a música, a fala, o sotaque, o território, a dança, enfim, tudo que aproxima um povo e o faz diferente de outro. Não há como conceituar uma cultura como melhor que outra. O que há são culturas diferenciadas, onde elementos de uma cultura podem acabar pertencendo à outra, existindo assim, uma nova cultura, aproximando os iguais e os diferenciado de outras sociedades.

1.2 A Cultura na percepção dos Estudos Culturais

Um grupo de intelectuais que baseou seus estudos em ideias marxistas, destacou-se por tentar reformular o conceito de cultura, de maneira que o conceito os ajudasse a entender as transformações culturais pelas quais a Europa passava, e principalmente pela crise política e econômica da Inglaterra. Então, durante a década de 1950, surgiram as primeiras pesquisas sobre estudos culturais através de autores como Richard Hoggart, Raymond Williams e Edward Palmer Thompson e do *Centre for Contemporary Cultural Studies*, na Universidade de Birmingham. Primeiramente as pesquisas teóricas eram embasadas nos receptores,

investigando de que maneira as mensagens chegavam até eles. “O interesse central dos estudos culturais é perceber as inserções entre as estruturas sociais e as formas e práticas culturais” (ESCOSTEGUY, 2001, p.43).

Os Estudos Culturais são um processo para produzir um conhecimento útil e, portanto não pode ser codificado, “[...] a cultura não é um campo autônomo nem extremamente determinado, mas um local de diferenças e de lutas sociais” (JOHNSON, 2006, p. 13).

Assim como acontece com o conceito de cultura, há muitas definições que podem ser usadas para os Estudos Culturais, “existem versões distintivamente literárias e versões distintivamente sociológicas ou históricas dos Estudos Culturais, exatamente da mesma forma que existem abordagens que se distinguem por sua parcialidade teórica” (JOHNSON, 2006, p. 19). A partir disso entendemos que “Estudos Culturais podem ser definidos como uma tradição intelectual e política; ou em suas relações com as disciplinas acadêmicas; ou em termos de paradigma teóricos; ou ainda por seus objetos característicos de estudo” (JOHNSON, 2006, p. 19-20).

Os Estudos Culturais não estão ligados a uma tendência particular, e sim, a conexões entre o trabalho intelectual e o trabalho político, sendo possível formar algo político-intelectual porque a política que se busca criar não está fechada. Há ainda a forma de ver os Estudos Culturais em duas reorientações:

[...] é possível apontar, a partir daí, duas grandes reorientações na análise cultural proposta pelos estudos culturais: o padrão estético-literário de cultura, ou seja, aquilo que era considerado “sério” no âmbito da literatura, das artes e da música passa a ser visto apenas como *uma* expressão da cultura. Esta refere-se, então, a um amplo espectro de significados e práticas que move e constitui a vida social. Fato de se alargar o conceito de cultura, incluindo práticas e sentidos do cotidiano, propiciou, por sua vez, uma segunda mudança importante: todas as expressões culturais devem ser vistas em relação ao contexto social das instituições, das relações de poder e da história (ESCOTEGUY, 2010, p.33).

De acordo com Johnson (2006), os Estudos Culturais dizem respeito às formas históricas da consciência ou da subjetividade, ou também às formas subjetivas pelas quais se vive ou talvez uma redução, sendo que, os Estudos Culturais dizem respeito ao lado subjetivo das relações sociais.

A cultura definida pelos Estudos Culturais traz a ideia de que, pode ser tanto um modo de vida ou uma designação de artes e aprendizados. Levando em consideração a ideia de

Williams, que ele parte do materialismo cultural, tem-se que “a concepção de sua análise materialista na ‘cultura’ é uma determinação do contexto social histórico onde o processo se inicia” (CEVASCO, 2001, p.118).

Preocupado com a questão do estabelecimento de uma teoria literário-marxista, Williams partiu dos conceitos da teoria cultural marxista. Para definir o que é cultura, o autor fez um resgate de algumas teorias culturais, que permitiram pensar na cultura, entre elas a idealista e a materialista. Levando com maior ênfase a estrutura materialista, tem-se que “o materialismo cultural busca [...] possibilitar um trabalho social relevante para a crítica. A percepção de que estudar a cultura pode ser a porta de entrada para uma crítica empenhada, que visa entender o funcionamento da sociedade com o objetivo de transformá-la” (CAVASCO, 2001, p.120).

Ao pensar na noção de cultura, no sentido da elaboração da teoria materialista da cultura, superando as concepções marxistas que colocavam a cultura como superestrutura determinada pela infra-estrutura, Williams ampliou sua noção de determinação, e afirmou que ela está no processo social: “a sociedade não é apenas a casca morta que limita a realização social individual. É sempre também um processo constitutivo com pressões muito poderosas, que são internalizadas e se tornam vontades individuais” (WILLIAMS, 1979, p.91).

A ligação entre o materialismo e a cultura que define a posição de Williams, não é meramente uma escolha pessoal, mas sim, parte de uma série de pesquisas, teorias e estudos e de um resultado da convergência de diversos fatores, como a necessidade imposta à teoria pela prática, a falta de exploração nas exposições de Marx e percepção de que a cultura longe de se dar no mundo do espírito articula-se de forma concreta com o movimento total da sociedade. “Se este é o caso, a cultura é um espaço relevante de luta. Estas são as formações necessárias para dar curso ao processo de elaboração do materialismo cultural, ao para falar como Williams [...] a ‘rota necessária’” (CEVASCO, 2001, p.128).

Para entender melhor a definição de cultura nos estudos culturais viu-se a necessidade de compreender as ideias elaboradas por Williams (1979), de como a inserção do materialismo cultural neste estudo propiciou o entendimento do mesmo. A ligação entre a política e o intelecto baseia os Estudos Culturais e sua influência na sociedade em épocas distintas, tendo que a concepção particular de cultura gera a singularidade dos Estudos Culturais e seu enfoque sobre a dimensão cultural contemporânea.

1.3 O Circuito da Cultura

Nos Estudos Culturais encontramos vários autores que estudam sobre Circuito da Cultura. Podemos encontrar Circuitos diferentes propostos por Johnson, Stuart Hall e Paul Du Gay. Johnson traz o Circuito da Cultura baseado no Circuito de Capital, onde os elementos que fazem parte do Circuito são a produção, os textos, as leituras e as culturas vividas. Para esta pesquisa, porém, optou-se por escolher os autores Stuart Hall e Paul Du Gay e o Circuito da Cultura criado por eles, para que pudéssemos pensar na cultura e em suas representações. O Circuito foi proposto por Paul Du Gay *et al* na obra: “*Doing cultural studies: The history of the Sony Walkman*”, sendo utilizado como um circuito analítico de pesquisa para entender a relação entre o consumo e a identidade dos consumidores do *Walkman Sony*. Com isso foi possível identificar cinco instâncias culturais (representação, identidade, produção, consumo e regulação) que permitem a realização de uma análise de cada um desses níveis, sem predeterminar como essas relações são constituídas.

Os estudos do *Doing cultural studies*, ao propor o Circuito da Cultura, questionam o que a representação tem de semelhante com a cultura e qual é a conexão entre elas. Para ele, a cultura é “significados partilhados” e a linguagem o meio privilegiado em que se pode fazer sentido das coisas, onde esse significado é produzido e compartilhado, sendo assim:

Os significados só podem ser partilhados através de um acesso comum à linguagem. Assim sendo, a linguagem é central para o significado e a cultura sempre tem sido considerada como o repositório chave dos valores e significados culturais (HALL, 1997, p.1).

A linguagem opera como sistema de representação. A linguagem deve representar algo para alguém, seja nos sons, músicas, palavras escritas, imagens ou objetos. De acordo com Hall (1997, p. 1):

Na linguagem, utilizamos sinais e símbolos [...] que significam ou representam para outras pessoas nosso conceito, ideias e sentimentos. A linguagem é um dos meios através dos quais pensamos, ideias e sentimentos são representados em uma cultura. A representação através da linguagem, portanto, é central para os processos através dos quais é produzido o significado.

Destarte, começamos a pensar no Circuito da Cultura proposto por Du Gay *et al.* (1997), onde é apontado como estrutura do processo comunicativo a representação, a identidade, a produção, o consumo e a regulação. Todos esses elementos trabalham juntos, interagem entre si, dependendo um do outro. O circuito deve ser sempre analisado na sua totalidade e nunca em instâncias isoladas. Essa dependência faz com que o resultado analisado seja mais detalhado, pois é no circuito que os sentidos são produzidos.

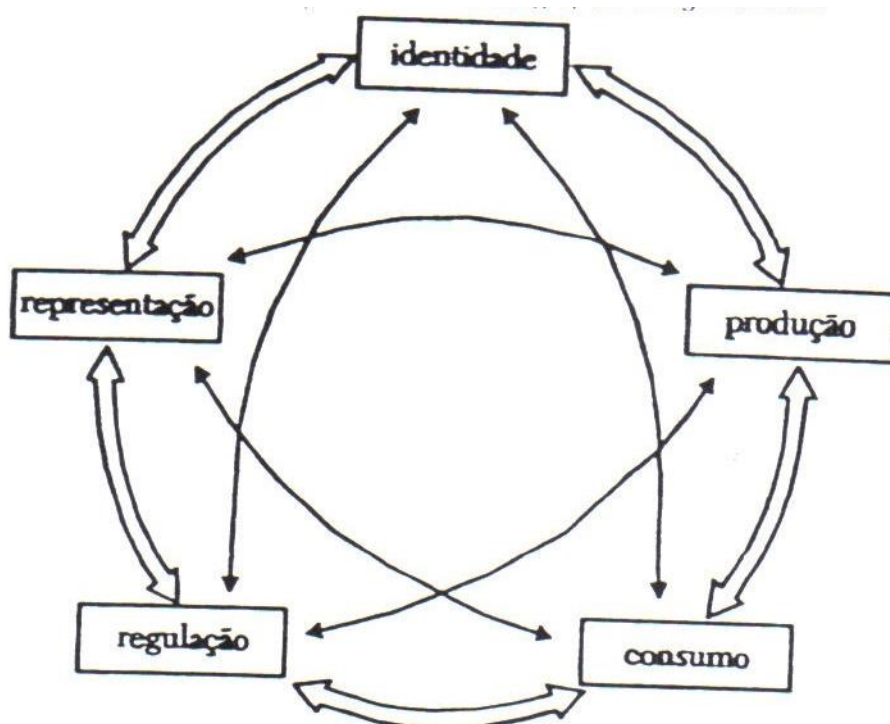


Figura 1 - Circuito da Cultura de Paul Du Gay, Stuart Hall *et al.*, 1997

Deve-se sempre lembrar que isso é um circuito, então é possível começar em qualquer ponto, não se tratando de um processo linear. Há uma relação interna de um processo com o outro, porém, não há como determinar como as relações são constituídas, pois elas são variáveis, logo, existem condições e circunstâncias particulares que configuram determinadas situações. Cada momento do circuito está ligado a cada um dos outros, como coloca Escosteguy (2009) ao citar Du Gay (1997):

Não conta onde você inicia, dado que se tem de fazer toda a volta, antes do estudo estar completo. E mais: cada parte tomada do circuito reaparece na próxima. Então, tendo iniciado na Representação, as representações tornam-se um elemento na parte seguinte, isto é, de como as identidades são construídas. E assim sucessivamente.

Nós separamos essas partes do circuito em diferentes seções, mas no mundo real elas continuamente se sobrepõem e entrelaçam de modo complexo e contingente. Contudo, elas são as partes que tomadas em conjunto compõem o que nós entendemos por um 'estudo cultural' de um objeto particular (DU GAY, 1997, p.4 apud ESCOSTEGUY, 2009 p. 9)

Se levarmos em conta todos os itens analisados no circuito, podemos dizer que a produção é como um determinado produto é pensando, os seus elementos; no consumo temos a existência de um público consumidor, incorporando também o que as pessoas vão fazer com tais produtos após a circulação no mercado, esse momento está ligado com as práticas de consumo na produção de novos sentidos e significações. “É dessa forma que a produção e o consumo não se configuram como esferas separadas, mas sim são mutuamente constitutivas” (ESCOSTEGUY, 2009, p. 10). Na regulação é o discurso regulado desde a produção de um determinado produto; a representação contribui para formar a subjetividade, pois para cada consumidor cada produto tem um significado, uma representação; já a identidade reflete na produção do produto, pensando a quem determinado produto vai atingir.

Neste caso os Estudos Culturais integram o estudo das instituições e sua organização, as produções e as condições de produção do produto, os públicos que pretende atingir e as práticas usadas para isso, as perspectivas e relações que se estabelecem entre todos eles. É uma nova forma de conhecimento. No caso do objeto estudado, privilegiamos alguns aspectos do circuito, analisando com mais ênfase a relação entre os elementos de representação e identidade.

Ao aproximar-se com o objeto estudado, a programação da Rádio Nativa FM, tem uma produção de conteúdo diferenciada. A produção de conteúdo é baseada em músicas, todas elas nativistas, com isso, o consumo é dos tradicionalistas, regionalistas, do público que aprecia a música do Rio Grande Sul, com suas poesias e histórias.

Como no circuito tudo é conectado, ao analisar a produção e o consumo do produto, percebe-se uma representação específica. Para o consumidor, no caso o ouvinte da rádio, o amor/apego pela sua Terra, e a apreciação pelas canções que falam dela, fazem com que cada indivíduo interprete a música de sua maneira. As canções nativistas são o que tornam a rádio diferenciada, sendo esse o projeto desde sua criação. A produção tem, portanto, a mesma regulação, com os mesmos propósitos e ideais, levando a música nativista na casa dos gaúchos da cidade de Santa Maria e região.

Na regulação, destaca-se então a escolha na programação pela música nativista, sem deixar ser influenciada pelas músicas atuais, como o sertanejo universitário, por exemplo. Com isso, cria-se uma identidade, onde determinados indivíduos se unem, pois têm as mesmas ideias e o mesmo gosto pela música, acirrando ainda mais o seu amor pelo Rio Grande do Sul e fortalecendo a identidade gaúcha, aproximando as raízes com novos costumes, dando significado às canções que foram escolhidas para tocar.

É a partir do significado dos produtos que se dá a base do Circuito da Cultura, é através dele que se regula e organizam as condutas e práticas, ajudando a estabelecer regras, normas e convenções pelas quais se ordena e governa a vida social. “[...] a questão do significado surge em relação a todos os diferentes momentos ou práticas de nosso circuito da cultura - na construção da identidade e na delimitação da diferença, na produção e consumo, bem como na regulação das condutas sociais” (HALL, 1997, p.3).

Ao relacionar o objeto no circuito da cultura, tem-se a regulação de programação. A programação da Rádio Nativa é realizada de mês em mês. Há um programador, que estuda toda a programação do que pode ou não ser transmitida pela rádio. Com isso, surge uma regulação das músicas, onde a empresa preza por um estilo. Apenas são permitidas músicas tradicionalistas e nativistas, não podendo conter músicas no estilo ‘tchê music’², por exemplo. O que é tocado é a música regional, que, supostamente, não virou modismo. João Batista Cesar Mussolim, conhecido também como J.B Mussolim, operador de estúdio e programador da rádio Nativa, trabalha na rádio há 22 anos e explica como funciona essa escolha:

[...] a rádio desde o seu princípio, ela sempre trabalhou o segmento de música nativa do Rio Grande do Sul. [...] a rádio preza aquelas músicas que têm profundidade nas letras dos poetas, que você toma um chimarrão, que você ‘ta’ ali, vê a natureza, ‘ta’ viajando com o rádio ligado, ‘ta’ entendendo as composições lindas melodicamente, as poesias que trazem alguma coisa de benefícios para as pessoas. Não são usadas músicas de modismo.

Para produzir um determinado produto deve-se saber o que ele pretende transmitir, com isso a Rádio Nativa sempre soube que, deste a sua criação, era canções nativas que

² Tchêmusic solidificou-se em 1999, inspirada no axé music. O estilo prioriza o ritmo, com a mistura de gêneros nacionais (pagode, axé, forró, sertanejo) com ritmos regionais (vanerão). As letras são simples, com refrãos de fácil compreensão. Explicação retirada do artigo Mídia e Cultura: o consumo de música regional na constituição da identidade, de Valton Neto Chaves Dias e da professora da UFSM Veneza Veloso Mayora Ronsini, apresentado no IX Intercom da região Sul em 2008.

queria transmitir para seus ouvintes, como afirma um dos proprietários da rádio, Cláudio Zappe, ao decidir que tipo de programação teria na sua emissora:

[...] tem que ser um segmento que dure um tempo enorme. [...] tem que ser perene, que é o de cantar o Rio Grande do Sul. Foi aí então que achamos que esse segmento [...] ficaria bom aqui em Santa Maria e nós nos definimos por ele e a partir daí nós não tivemos nenhuma dúvida que colocaríamos esse segmento no ar.

É através da cultura e da linguagem que se dá a produção e a circulação do significado, onde cada segmento se liga ao outro dentro do circuito. Tudo que é produzido tem como objetivo atingir um público alvo, que possa consumir o produto. É através dos significados produzidos pelas representações que se dá sentido às experiências e àquilo que o indivíduo é, com isso, as identidades vão sendo formadas.

1.4 A Representação e a produção de significados no Circuito da Cultura

Compreender a representação é essencial, pois é por meio desta que os sentidos adquirem significados na sociedade. Silva (2009, p. 90) afirma que:

[...] a representação é concebida como um sistema de significação, mas descartam-se os pressupostos realistas e miméticos associados com a sua concepção filosófica clássica. Trata-se de uma representação pós-estruturalista. Isto significa, primeiramente, que se rejeitam, sobretudo, quaisquer conotações mentalistas ou qualquer associação com uma suposta interioridade psicológica. No registro pós-estruturalista, a representação é concebida unicamente em sua dimensão significante, isto é como sistema de signos, como pura marca material. A representação se expressa por meio de uma pintura, de uma fotografia de um filme, de um texto, de uma expressão oral.

Considerando como objeto a programação da Rádio Nativa, tem-se como representação a música. A partir da concepção de Hall (1997), a cultura sendo um conjunto de significados partilhados, o significado só pode ser dividido a partir do momento em que o acesso à linguagem é comum, funcionando como um sistema de representação. A música tocada pela rádio Nativa faz parte de um grupo que representa àquelas pessoas ligadas aos costumes e hábitos gaúchos, que gostam de músicas que representam a sua terra. No instante em que essa música é recebida na casa dessas pessoas, tem-se um grupo fechado, com características que os aproximam formando uma mesma identidade. Um grupo que, supostamente, preza pelas raízes, e a música acabam lhes trazendo elementos do passado que

se juntam a novos elementos. É o grupo de pessoa, jovens e velhos que se reúnem tomando chimarrão e ouvindo a música no rádio.

É através da representação que produzimos os significados, e por meio deles damos sentido a nossa experiência e aquilo que somos, “a representação é a parte essencial do processo pelo qual o significado é produzido e intercambiado entre os membros de uma cultura” (HALL, 1997, p.11). A representação se torna um espaço pelo qual temos a nossa individualidade, onde o indivíduo pode se posicionar e falar.

As representações sociais são constituídas pela mídia para que se possa construir uma identidade. Não há como entender a identidade sem a representação, que pode ser compreendida como:

[...] como um processo cultural, estabelece as identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais ela se baseia fornecem possíveis respostas às questões: Quem sou eu? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser? (WOODWARD, 2009, p.17).

Como a representação liga linguagem e significado à cultura, tendo como o objeto a música nativista, mesmo que o ouvinte não esteja escutando a música no momento, ele pode lembrar-se de uma determinada canção e saber que ela é nativista, saber a letra e até que dia foi ouvida, tudo isso porque o conceito da música ficou na mente da pessoa. Assim, segundo Hall (1997), têm-se na representação dois processos principais: o primeiro ligado aos sistemas que a correlacionam às representações mentais de cada pessoa; e o segundo relacionado à linguagem, onde se podem construir significados possibilitando um mapa conceitual partilhado.

O significado só é produzido através do trabalho feito pela representação. Uma música não teria valor algum se não conseguisse passar o seu significado para os ouvintes. A música nativista, com suas melodias e letras que são quase como poemas, tem uma influência àqueles que são ligados ao Rio Grande do Sul, assim, ela leva um significado que é partilhado por aquele determinado grupo, levando algum sentido aos que escutam.

Por ser um grande processo, Hall (1997) coloca três teorias que abordam a representação: a reflexiva, a intencional e a construcionista ou construtivista. Cada uma tem abordagens diferentes para interpretar os significados. Na reflexiva o significado está no objeto, e a linguagem funciona como um espelho que reflete o verdadeiro significado; na

intencional é o falante quem impõe o significado através da linguagem, dando um significado único; e na abordagem construcionista ou construtivista, os significados são construídos através dos sistemas de representação, nem as coisas e nem os indivíduos podem estabelecer significado.

A partir da representação, cria-se uma identidade cultural, que é tanto simbólica quanto social, individual ou coletiva. “A representação, compreendida como um processo cultural estabelece identidades individuais e coletivas [...]. Os discursos e os sistemas de representação constroem os lugares a partir dos quais os indivíduos podem se posicionar e a partir dos quais podem falar” (WOODWARD, 2009, p. 17). Como circuito, os outros elementos também têm importância, pois estão conectados à representação e à identidade.

No circuito, a produção e o consumo não são esferas separadas, eles estão intimamente relacionados, tendo uma influência no outro. “As estratégias de produção estão sempre em diálogo com o consumo, inclusive se sobrepondo [...]” (ESCOSTEGUY, 2009, p.10). O Circuito Cultural faz com que a cultura seja compreendida como um aspecto das práticas sociais que constituem as formações sociais. Dentro da comunicação, o circuito também tem um papel de extrema importância, no sentido que “a conversão do circuito de cultura em circuito de comunicação, dentro do âmbito dos estudos culturais, pode ser pensada na medida em que ambos destacam o papel crucial da dimensão simbólica que está no centro da vida social” (ESCOSTEGUY, 2007, p.133).

Assim, não há como trabalhar nenhum dos elementos do circuito separadamente, já que, um está unido ao outro. A representação na formação da identidade se torna o fator mais importante dentro do circuito em detrimento do objeto estudado. A identidade se torna algo forte, onde os indivíduos sustentam suas ideias e convicções. A musicalidade gaúcha da Rádio Nativa FM enraíza e enriquece a identidade do Rio Grande do Sul, fortalecendo uma identidade regional e local.

2 A IDENTIDADE CULTURAL

Não há uma definição única sobre identidade, porém, perspectivas diferentes e interessantes são propostas. A identidade só pode em si, ser estudada a partir do momento em que ela possa ser passível de mudanças e interpretações, sendo ela multidimensional, relativa e dinâmica. Para estudar a identidade deve-se antes fazer um apanhado sobre a cultura, de como ela é estudada atualmente. “O estudo cultural nos dias de hoje requer uma reflexão no sentido de aprender o complexo processo cultural ou multifacetado contexto histórico em que se encontra a sociedade” (JACKS, 1998, p.18).

A cultura vem como uma modeladora de identidade, “a cultura molda a identidade ao dar sentido à experiência e ao tornar possível optar, entre as várias identidades possíveis, por um modo específico de subjetividade” (WOODWARD, 2009, p.18-19).

Entretanto, não se deve confundir noções de cultura com noções de identidade cultural, assim dispõe Cuche (1999, p.176):

[...] a cultura pode existir sem consciência de identidade, ao passo que as estratégias de identidade podem manipular e até modificar uma cultura que não terá então quase nada em comum com o que ela era anteriormente. A cultura depende em grande parte de processos inconscientes. A identidade remete a uma norma de vinculação, necessariamente consciente, baseada em oposições simbólicas.

Deve-se compreender a identidade sempre como um processo inacabado, em constante movimentação. A identidade distingue uma pessoa ou um grupo. É ela que faz com que um determinado grupo seja diferente de outro, que define o indivíduo e o grupo. “A Identidade permite que o indivíduo se localize em um sistema social e seja localizado socialmente” (CUCHE, 1999, p.177). A identidade não depende somente do nascimento ou das escolhas realizadas pelo sujeito. Por ser algo mutável, a identidade pode variar conforme a localização territorial do indivíduo. Por exemplo, alguém que nasceu em Minas Gerais, mas morou muito tempo no Rio Grande do Sul acaba carregando um pouco da identidade de cada lugar. Por mais que as raízes identitárias e culturais ainda permaneçam, o indivíduo abarca ao longo do tempo outras culturas e outras identidades, formando algo individual e diferente para cada pessoa.

A identidade vem sofrendo contínuas modificações, porém, não há como negar a ideia de que existem indivíduos que acabam por perpetuar uma identidade, através de alguns elementos. Por mais mutável que a identidade possa ser, no caso da Rádio Nativa FM, elementos mantêm-se desde sua fundação em 1989, interferindo no sujeito sociológico. O estilo de música permanece o mesmo, buscando enraizar ainda mais a identidade gaúcha através das músicas nativistas. A Rádio não sofreu influência do modismo musical, pelo menos não de forma aparente, já que hoje, cada vez mais, novos ritmos musicais vêm surgindo. O estilo predominante continua perene, tendo um público fiel e a cada dia trazendo ainda mais ouvintes em função do seu estilo musical. Neste caso, a identidade, apesar de sofrer com as mudanças que são inevitáveis, como por exemplo, novos cantores, novos compositores, há elementos que permanecem, assim como a ideia de Hall (1999, p. 12-13) “[...] o sujeito pós-moderno (é), conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial e permanente. [...]. O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos”. A identidade sofre alterações ou algumas mudanças, porém, no caso da Rádio Nativa, o princípio e os ideias permaneceram os mesmos.

A identidade acaba por construir-se e se reconstruir constantemente nas trocas sociais, “a construção da identidade vale-se da matéria-prima fornecida pela história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva e por fantasias pessoais [...]” (CASTELLS, 2010, p.23). Para o referido autor, “não é difícil concordar com o fato de que, do ponto de vista sociológico, toda e qualquer identidade é construída”, por mais que alguns elementos de uma identidade podem ser mais visíveis que outros. Os atores sociais constroem os significados com base em atributos culturais que são inter-relacionados ou um único atributo cultural, onde prevalecem sobre outras fontes de significado, havendo assim, identidades múltiplas.

Não se pode definir a identidade cultural apenas como algo relacionado à origem, língua ou cultura própria, se assim fosse, a identidade seria perene e imutável. Assim, deve-se analisá-la de maneira que ela possa ir além de um sentimento de vinculação, por isso que a representação que os indivíduos fazem da realidade é tão importante, o papel de ator dos membros dos grupos,

[...] os membros de um grupo não são vistos como definitivamente determinados por sua vinculação etno-cultural, pois eles são os próprios atores que atribuem uma significação a esta vinculação, em função da situação relacionam em que eles se

encontram. Deve-se considerar que a identidade se constrói e se reconstrói constantemente no interior das trocas sociais (BARTH apud CUCHE, 1999, p.183).

Por mais que os princípios e alguns elementos sejam os mesmos desde a fundação, não há como dizer que a identidade cultural da Rádio Nativa é a mesma. Nesses 24 anos de rádio, por mais que tenha um grande esforço dos proprietários e funcionários da rádio em manter a sua identidade, as músicas, cantores e compositores não são necessariamente os mesmos. Ainda que o modismo não tenha espaço nas programações da rádio, hoje, Aparício Silva Filho – compositor de músicas nativistas - cedeu lugar para nomes como Wilson Paim, Jairo Lambari Fernandes e César Oliveira e Rogério Melo. O nativismo permanece, porém novos nomes e novas canções são lançados. Há os ouvintes fiéis e os que vão sendo conquistados, todos compartilham entre si o gosto pela música do Rio Grande do Sul, e com isso vai solidificando e fortalecendo a cultura e a identidade gaúcha.

2.1 Identidade e diferença

Identidade e diferença são conceitos inseparáveis, não há, portanto, uma identidade única, ela sempre vai depender de outra, “não há identidade em si, nem mesmo unicamente para si” (CUCHE, 1999, p.183). Parece que propor uma definição para identidade é uma tarefa simples, porém, não há como ter uma ideia única ou homogênea da mesma. A identidade está ligada à diferença, pois a identidade depende da diferença.

Silva (2009, p. 74) dispõe que a identidade é aquilo que é, e em oposição, a diferença como aquilo que o outro é. “É fácil compreender, entretanto, que a identidade e diferença estão em uma relação de estreita dependência. A forma afirmativa como expressamos a identidade tende a esconder essa relação”. A identidade depende da diferença, do mesmo modo que a diferença depende da identidade, tornando-se assim, inseparáveis, como exemplifica Silva (2009, p. 75):

[...] da mesma forma, as afirmações sobre diferença só fazem sentido se compreendidas em sua relação com as afirmações sobre identidade. Dizer que ‘ela é chinesa’ significa dizer que ‘ela não é argentina’, ‘ela não é japonesa’ etc., incluindo a afirmação de que ‘ela não é brasileira’, isto é, que ela não é o que eu sou. As afirmações sobre diferença também dependem de uma cadeia, em geral oculta, de declarações negativas sobre outras identidades.

A identidade é marcada pela diferença, e a diferença é marcada pela exclusão. Pode-se analisar, então, a identidade como aquilo que é, e a diferença como aquilo que não é, em um processo de estreita dependência. Por mais que uma dependa da outra, às vezes uma diferença parece ter mais importância que a outra, “a identidade é marcada pela diferença, mas parece que algumas diferenças [...] são vistas como mais importantes que outras, especialmente em lugares particulares em momentos particulares” (WOODWARD, 2009, p.11). A diferença é aquilo que separa uma identidade de outra, estabelecendo distinções na forma de oposição, ambas criadas pelo ator atuante nas relações sociais e culturais.

Além de serem interdependentes, a identidade e a cultura também são resultados de atos da criação linguística, ou seja, criadas por meio de atos de linguagem, onde a linguagem é um sistema de diferenças que são ativamente produzidas. Falar que uma pessoa é gaúcha é dizer que ela não é nordestina, assim a identidade e a diferença funcionam na linguagem, pois, ser isso é não ser aquilo, já que, na linguagem nada faz sentido isoladamente, assim, “a identidade e a diferença não podem ser compreendidas, fora dos sistemas de significação nos quais adquirem sentido.” (SILVA, 2009, p.78).

A identidade e a diferença estão estreitamente ligadas às relações de poder, sendo elas resultadas de um processo de produção simbólica e discursiva dentro do campo social. Todas as práticas de significação envolvem relação com o poder, definindo quem é incluído e quem é excluído. Desta forma dispõe Silva (2009, p.81):

[...] a afirmação da identidade e a enunciação da diferença traduzem o desejo dos diferentes grupos sociais, assimetricamente situados, de garantir o acesso privilegiado aos bens sociais. A identidade e a diferença estão, pois, em estreita conexão com relações de poder. O poder de definir a identidade e de marcar a diferença não pode ser separado das relações mais amplas de poder.

Sendo a identidade produzida dentro de um sistema de significação, não há como não relacioná-la com a diferença como a forma de representação em que são dadas, já que é através da representação que os significados são produzidos e os sentidos atribuídos. É através delas também, que se distinguem aqueles que pertencem e aqueles que não pertencem a um determinado grupo social e cultural, como afirma Silva (2009) ao dizer que a identidade acaba sempre se ligando à separação entre nós eles.

Por ser uma programação exclusivamente nativista, temos na rádio Nativa uma forma de representar a identidade e a diferença. Aqueles que são adeptos e gostam da música nativa

vão optar por ouvir essa rádio e não outra, que toca rock por exemplo. A maneira pela qual é dada essa representação através das ondas sonoras até chegar à casa do ouvinte acaba por dizer, de que maneira e qual serão as próximas músicas a serem tocadas. O significado produzido por essas canções se detém à ‘gauchidade’, ao pampa, ao cavalo e ao Rio Grande do Sul e não a Minas Gerais ou às praias do nordeste. Os gaúchos mais tradicionais querem ouvir coisas sobre o seu pago, que os identifica e os representa, mostrando sua identidade. O ‘eu ser gaúcho’, pode significar que ‘eu moro no Rio Grande do Sul’, que ‘eu como churrasco aos domingos’ e que ‘ eu gosto de ouvir músicas nativistas’, por exemplo. Neste sentido, a identidade e a diferença são estreitamente dependentes da representação. “É por meio da representação, assim compreendida, que a identidade e a diferença adquirem sentido. É por meio da representação que, por assim dizem a identidade e as diferenças passam a existir.” (SILVA, 2009, p.91).

Assim, no Circuito da Cultura, é possível visualizar a parte de ligação entre os eixos da representação e da identidade:

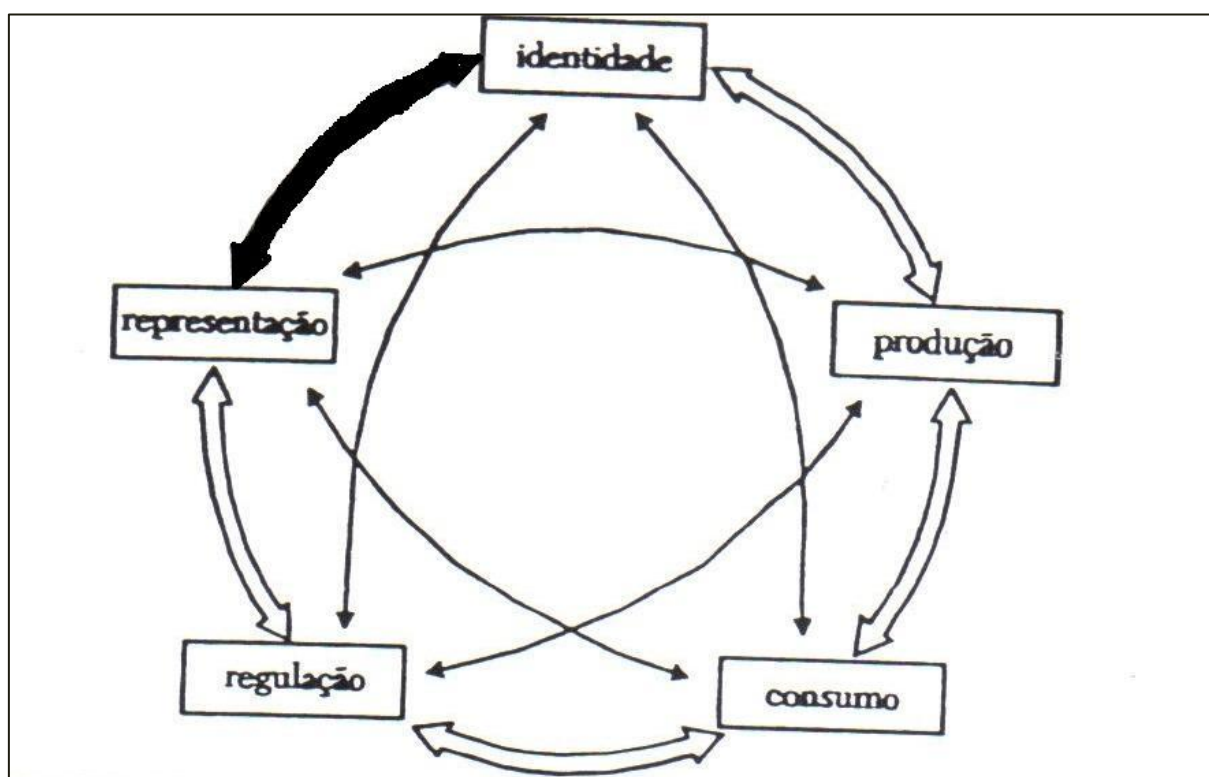


Figura 2 - Representação e Identidade no Circuito da Cultura de Du Gay et al.

Cada cultura tem suas próprias e diferentes formas de classificar as coisas no mundo, e é através da construção de sistemas de classificação que a cultura propicia as maneiras pelas

quais pode se dar sentido ao mundo social na construção de significados. A diferença, então “[...] pode ser construída negativamente [...] (ou) ela pode ser celebrada como fonte de diversidade, heterogeneidade e hibridismo, sendo vista como enriquecedora [...]” (WOODWARD, 2009, p. 50). Não há, então, como separar a identidade e a diferença, por mais que elas tenham funções opostas, de ‘ser e não ser’, elas são indissociáveis, uma não funciona sem a outra.

2.2 Identidade na globalização e identidade nacional

A identidade nos mostra de onde viemos, nossas raízes, o que estamos nos tornando, por isso ela está ligada à nossa existência. “Elas [identidades] têm a ver, entretanto com a questão da utilização dos recursos da história, da linguagem e da cultura para a produção não daquilo que nós somos, mas daquilo que nos tornamos” (HALL, 2009, p.109).

Há com isso uma forma de representação genética da identidade, em que as raízes são a base que determina uma ou outra identidade, “essa representação quase genética da identidade que serve de apoio para ideologias do enraizamento leva à ‘naturalização’ da vinculação cultural [...] a identidade seria preexistente ao indivíduo, que não teria alternativa se não aderir a ela [...]” (CUCHE, 1999, p.178).

Não tem como não pensar em movimento ao falar na identidade, pois ela pode trazer traços do passado, mas ela nunca será a mesma, “a identidade é uma busca permanente, está em constante construção, trava relações com o presente e com o passado, tem história e, por isso mesmo, não pode ser fixa, determinada num ponto para sempre, implica movimento” (ESCOSTEGUY, 2010, p.148).

Além do movimento, a identidade é constantemente construída e desconstruída “a identidade se constrói, se desconstrói e se reconstrói segundo as situações. [...] cada mudança social leva-a a se reformular de modo diferente” (CUCHE, 1999, p. 198). Os costumes e hábitos de anos atrás, com certeza não são os mesmos que temos agora. Se trazer como exemplo, o movimento hippie dos anos 1960-1970 percebe-se que eles tinham um padrão de vida totalmente diferente de agora, a vida era liberal, com o lema ‘paz e amor’, sem se preocupar com trabalho, trânsito ou o estresse. Eles amavam a natureza, tinham um ideal de

vida, uma identidade própria. Olhando agora, essa vida traduzida pela globalização, dificilmente a sociedade conseguiria viver como os hippies. Hoje, estima-se e luta-se por dinheiro, por ter uma qualidade de vida melhor, com luxo e conforto. A correria do dia-a-dia acaba fazendo com que as pessoas sequer olhem para o céu ou percebam as belezas da natureza.

Constata-se que, devido ao grande impacto da globalização na vida dos indivíduos do mundo contemporâneo, é possível que possa até gerar uma crise de identidade, “identidade e crise de identidade são palavras e ideias bastante utilizadas atualmente e parecem ser vistas por sociólogos e teóricos como característica das sociedades contemporâneas ou da modernidade tardia” (WOODWARD, 2009, p. 19-20). Conforme a sociedade vai mudando, a identidade também sofre alterações, ficando com resquícios do passado, e atribuindo aspectos do presente.

A globalização acaba por influenciar a vida das pessoas, e com isso, interfere na identidade, fragmentando-a ou deslocando-a. As movimentações sociais do século XX fragmentaram as paisagens culturais de gênero, classe, raça e nacionalidade. O que no passado proporcionava sólidas localizações como indivíduos culturais, hoje, está se transformando e mudando as identidades. “Estas transformações estão também mudando nossas identidades pessoais, abalando a ideia que temos de nós próprios como sujeitos integrados” (HALL, 1999, p.9). A ideia de identidade como algo mutável permanece, talvez por isso, a globalização tem tanta influência na transformação de uma identidade. A fragmentação abala a identidade nacional, pois a sociedade se vê muito mais regionalmente que nacionalmente. Não há como negar que, em se tratando do objeto estudado, a identidade regional torna-se cada vez mais forte, e por mais que exista uma identidade nacional, ela vem sendo ofuscada gradativamente, porém, isso não é uma regra geral, em alguns casos a identidade nacional, pode sim, ser mais forte.

Em se tratando de identidade nacional, vê-se a necessidade de mostrar que, por mais diferente que um grupo possa ser do outro, na identidade nacional eles têm que pertencer a um mesmo grande grupo. “[...] não importa quão diferentes seus membros possam ser em termos de classe, gênero ou raça, uma cultura nacional busca unificá-los numa identidade cultural, para representá-los todos como pertencendo à mesma e grande família nacional” (HALL, 1999, p. 59). Há uma grande dificuldade, porém, de integrar todo país em uma identidade única. Por exemplo, no Brasil é muito fácil perceber as grandes diferenças culturais e de

identidade entre nordestinos e gaúchos. São povos diferentes, com cultura, hábitos e identidades diferentes; porém, por mais difícil que seja ambos compartilham de uma identidade nacional comum. No mês de setembro, por exemplo, há uma data regional e outra nacional. No dia 20 de setembro comemora-se a Revolução Farroupilha no Rio Grande do Sul, uma revolta separatista, contra o governo imperial do Brasil. Já no dia 07 de setembro se lembra um feito nacional, a Independência do Brasil, em que o Brasil deixou de ser colônia e de pertencer a Portugal, tornando-se independente.

Alguns teóricos até acreditam que, com a globalização, a identidade nacional possa ser enfraquecida, porém, Hall (1999, p.73) argumenta de outra maneira:

[...] as identidades nacionais permanecem fortes, especialmente como respeito as coisas como direitos legais e de cidadania, mas as identidades locais, regionais e comunitárias têm se tornado mais importantes. Colocadas acima do nível de cultura nacional, as identificações globais começam a deslocar e, algumas vezes, a apagar, as identidades nacionais.

A identidade nacional vem perdendo espaço para a identidade regional, o que pode ser explicado pela aproximação territorial e a mesma cultura. Vista sob a ótica da dinâmica cultural, a cultura regional é de extrema importância, já que ela “não é uma manifestação estática, apenas traduzida por padrões tradicionais, mas sobre transformação para sobreviver diante das mudanças econômicas e sociais [...]” (JACKS, 1998, p.24). Há programas de TV, de rádio, jornais impressos e revistas que preferem trabalhar com um público regional, trazendo valores e costumes de uma determinada região, não como algo bairrista, mas sim, uma identidade que acaba aproximando um grupo que está mais próximo e com a mesma cultura. Lembrando sempre que, “identidade cultural e identidade nacional nem sempre são a mesma coisa [...]”. (JACKS, 1999, p.64).

O fortalecimento da identidade regional é percebido na Rádio Nativa FM, principalmente por se tratar de programas com músicas nativistas, acabando por aproximar os ouvintes com sua tradição e região. Muitas pessoas acabam por se achar pertencentes muito mais ao local do que ao nacional, justamente por ter os mesmos costumes, gostos e hábitos que os grupos daquele lugar. As músicas nativistas trazem o gaúcho para mais perto da sua terra, mesmo os que não vivem mais no Rio Grande do Sul.

2.3 Cultura regional e identidade gaúcha

A cultura regional vem ganhando força, já que a sociedade se aproxima muito mais com o local do que com o nacional e com a cultura do Rio Grande do Sul não é diferente. A cultura regional fornece uma identidade própria para um determinado grupo da mesma região, fortalecendo crenças, hábitos e costumes. Neste sentido, “a cultura regional é um dos fatores de determinação de práticas culturais que diferenciam determinado grupo, fornecendo-lhe uma identidade própria” (JACKS, 1999, p.66). A cultura de uma determinada região não pode ser comparada ou simplesmente assimilada por uma cultura popular, pois a regional constitui uma identidade cultural, com normas, mitos e símbolos, aproximando indivíduos. Por regional, então, é entendida a cultura “que se relaciona com o domínio da diferença, do que é específico de uma região [...]” (FADUL apud JACKS, 1998, p. 19).

Uma região delimita uma área geográfica, onde solos, clima e vegetação são muito semelhantes. Ainda, diz respeito a indivíduos com a mesma raça, língua, crença e costumes vivem. Portanto, uma região é composta por elementos históricos, ecológicos, políticos e culturais. Uma região acaba por construir uma identidade regional, que não é puramente homogênea, já que, dentro de uma mesma região há diversidades econômicas, sociais e culturais, o que pode ser representado com uma subcultura dentro de uma cultura maior. “Uma cultura regional geralmente comporta subculturas, em que uma pode ser hegemônica, além de ser ela mesma uma subcultura em relação à cultura geral” (JACKS, 1999, p. 71). No Rio Grande do Sul, há duas situações de subculturas: “subculturas provenientes das correntes migratórias como açoriana, alemã e italiana [...]; e a existência de uma subcultura que antecedeu a essas, a gaúcha, que contém simbologia usada para firmar sua identidade [...]” (JACKS, 1999 p. 71).

Ao tratar de uma subcultura hegemônica, temos por hegemonia “forças sociais e culturais ativas [...]” (WILLIAMS, 1979, p. 111). O que vai caracterizar aquele grupo são as características mais visíveis que determinam como e quem são os indivíduos dentro do grupo a que pertencem. Em um sentido mais amplo, hegemonia é:

[...] todo um conjunto de práticas e expectativas, sobre a totalidade da vida: nossos sentidos e distribuição de energia, nossa percepção de nós mesmos e nosso mundo. É um sistema vivido de significados e valores- constitutivo e constituidor- que, ao serem experimentados como práticas, parecem confirmar-se reciprocamente. (WILLIAMS, 1979, p. 113).

Ao observar a cultura regional, deve-se levar em consideração os seus avanços e retrocessos, para “não cair no equívoco de ser considerada uma manifestação de autenticidade, merecedora de conservação em museus e casas culturais” (JACKS, 1998, p.21), já que a cultura regional possui elementos tanto de inovação como elementos tradicionais, que ajudam a compor não só a cultura, mas a identidade de um povo, incluindo-se aí a identidade do gaúcho.

A identidade permite que o indivíduo se localize dentro da sociedade, logo, a identidade gaúcha faz com que, o gaúcho se localize e se identifique no estado do Rio Grande do Sul. A cultura do Rio Grande do Sul é caracterizada pelo seu tradicionalismo³, seu amor/apego pela terra, pelo cavalo, chimarrão e churrasco. O cultivo da tradição gaúcha perpassa as fronteiras do estado, sendo um povo reconhecido por sua tradição e seus costumes. Foi com o surgimento do Movimento Tradicionalista que o Rio Grande do Sul começou a ter a sua tradição exaltada, preservando os costumes. De acordo com Fiorin (2009) a tradição é exaltada no sentido de reviver o que já foi vivido, fazendo a transmissão de geração em geração, sendo um fator indispensável na construção da tradição. Na criação do Tradicionalismo, há dois fatores que fortalecem a identificação do gaúcho, são eles:

[...] o Estado Novo e a hegemonia cultural norte-americana do pós-guerra. No primeiro caso, o Rio Grande do Sul, como todos os outros estados, perdeu a autonomia política, econômica e cultural [...]. No segundo caso, a presença norte-americana que já se fazia sentir anteriormente em termos econômicos, torna-se mais visível através da cultura [...] (JACKS, 1999, p. 74-75).

A cultura gaúcha pode ser algo do tipo representativo, o que caberia no Circuito da Cultura apresentado no capítulo anterior. O gaúcho tem uma representação, “relacionada de uma imagem presente e de um objeto ausente” (FIORIN, 2009, p.22), ele representa o seu estado quando se ‘pilcha’⁴, com bombacha, bota, lenço e chapéu, sendo este o típico estereótipo do sul-rio-grandense. Isso não significa, porém, que apenas os que assim se vestem cultivam a tradição, o simples fato de tomar um chimarrão já identifica um gaúcho.

³“O tradicionalismo é um estado de consciência, que busca preservar as boas coisas do passado, sem conflitar com o progresso, através do cultuar, vivenciar e preservar o patrimônio sócio-cultural do povo gaúcho. É a sociedade que defende, preserva, cultua e divulga a tradição gaúcha, que congrega defensores dos costumes, dos hábitos, da cultura, dos valores do gaúcho” (retirado do site <http://www.mtg.org.br/>, acessado no dia 04 de novembro de 2013).

⁴ Indumentária tradicional da cultura gaúcha, utilizada por homens e mulheres. Faz parte da indumentária, por exemplo, lenço, bombacha, bota e guaiaca, para os homens; vestido de prenda e saia de armação para mulheres.

Ter a cultura gaúcha como uma representação, significa que, esta representação passa a identificar idealmente o gaúcho, o que acaba impondo um padrão de comportamento, novamente ligando representação e identidade. Porém, como todas as identidades, a identidade gaúcha está em transformação, em constante movimento, por isso, novos costumes e hábitos acabam se incorporando na comunidade sul-rio-grandense, deixando esse estereótipo do gaúcho pioneiro e herói farrapo⁵, apenas como algo vivido culturalmente, não pertencendo mais a realidade concreta vivida no Estado, “as culturas regionais, como tudo no âmbito cultura, possuem elementos de inovação e elementos tradicionais, que constitui a dinâmica cultural, que é tão móvel e ambígua quanto à sociedade em que está inserida” (JACKS, 1998, p.22-23).

Ou ainda como afirma Hall (1999, p. 38) ao tratar de identidade:

[...] a identidade é formada, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência do momento do nascimento. Existe sempre algo tão imaginário ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre em processo, sempre sendo formada.

O tradicionalismo, então, tenta criar no Rio Grande do Sul uma ideia de unidade, para desenvolver um processo que busca construir uma identidade. A história que o Movimento Tradicionalista constrói, é uma história “voltada às interpretações dos ideólogos do movimento que buscam representar e conseqüentemente apropriar-se somente daquilo que julgam como válido e significativo no resgate e prevenção de uma identidade” (FIORIN, 2009, p. 23). Esse resgate acontece até hoje, com os rodeios, os bailes nos Centros de Tradições Gaúchas - CTG e ao sempre companheiro o chimarrão.

O primeiro CTG foi fundado no ano de 1948, por um grupo de estudantes secundaristas de origem interiorana em Porto Alegre, conhecido como o 35 CTG, em homenagem à Revolução Farroupilha. Hoje, existem 1621 CTG's no Rio Grande do Sul e 884 espalhados por todo o mundo⁶. Foi a proliferação dos CTG's que “deflagrou um movimento

⁵Como eram chamados os gaúchos que participaram da Revolução Farroupilha. Uma guerra regional, de caráter republicano, contra o governo imperial do Brasil, na província de São Pedro do Rio Grande do Sul e que resultou na declaração de independência da província como estado republicano, dando origem à República Rio-Grandense. A guerra estendeu-se de 20 de setembro de 1835 a 1º de março de 1845.

⁶Dados retirados do site <http://www.somosdosul.com.br>. Acessado no dia 05 de novembro de 2013.

que em 1966 foi oficialmente chamado de Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG)⁷” (JACKS, 1999, p.74).

O tradicionalismo manteve seus preceitos e hegemonia. Hoje, muitas pessoas respeitam as normas do MTG, seguem os costumes, vão aos bailes ‘pilchados’, os homens de bombacha, guaiaca, lenço e bota e as mulheres com os tradicionais vestidos de prenda. Como movimento cultural, o tradicionalismo foi muito importante, porém, surge outro movimento, predominantemente musical, que veio agregar outros valores, o Nativismo.

O nativismo surgiu na década de 1970 e está ligado com o festival de música chamado Califórnia da Canção Nativa, que foi criado no ano de 1971 em Uruguaiana, cidade gaúcha que faz fronteira com a Argentina. Nativo é aquele que tem apego, culto pela terra onde nasceu. Ele valoriza a sua origem e suas raízes. A partir do festival Califórnia, vários outros festivais acabaram se proliferando no estado, o que levou ao fortalecimento do movimento, rompendo com alguns preceitos do tradicionalismo. “As modificações introduzidas foram: novos ritmos e instrumentos musicais, temas urbanos e sociais, questionamento de alguns valores da tradição regional, uso não ortodoxo da indumentária gauchesca, etc” (JACKS, 1999, p.76).

Tendo como principal público os jovens, o movimento nativista, com seus músicos e compositores, assumiu uma nova postura que “oxigenou” a cultura regional em todos os âmbitos da manifestação cultural no Rio Grande do Sul:

[...] a renovação em termos estéticos e temáticos, trazida pelos nativistas, paralelamente serviu para um revigoramento do culto as tradições; incorporação pelas camadas jovens de hábitos e costumes - tomar chimarrão, vestir bombachas, ouvir música gaúcha - que até então estavam circunscritos ao meio rural e às gerações mais velhas; renascimento do debate sobre a cultura gaúcha e a identidade regional, fora do âmbito do MTG, como na imprensa e nos meios intelectuais, consolidação dos festivais de músicas nativa como espaço de produção, etc.; tudo contribuindo para o fortalecimento da identidade regional, que estava debilitada pelo tempo e pela circunstância de crises políticas e econômicas por que vinha passando o Rio Grande do Sul. (JACKS, 1999, p.77-78).

⁷“O MTG é uma sociedade civil sem fins lucrativos, dedica-se à preservação, resgate e desenvolvimento da cultura gaúcha, por entender que o tradicionalismo é um organismo social de natureza nativista, cívica, cultural, literária, artística e folclórica, conforme descreve simbolicamente o Brasão de Armas do MTG, com as sete (7) folhas do broto, que nasce do tronco do passado. É a entidade associativa, que congrega mais de 1400 Entidades Tradicionalistas, legalmente constituídas, conhecidas por Centro de Tradições Gaúchas ou outras denominações, que as identifiquem com a finalidade a que se propõe, que são as ‘entidades a fins’”. (site <http://www.mtg.org.br>. Acessado no dia 05 de novembro de 2013).

O movimento nativista foi consolidado em dois setores fundamentais, no interior do estado e nas camadas jovens, desencadeando um grande crescimento no mercado de produção artística. Já que os participantes do movimento eram na grande maioria poetas, compositores e músicos, o fortalecimento do nativismo acabou gerando o fortalecimento da profissionalização dos seus membros, aumentando o crescimento regional na mídia. Tanto no Nativismo como no Tradicionalismo ocorreu a reestruturação da identidade regional, pois, apesar de mantidos velhos costumes e hábitos, alguns novos elementos foram introduzidos na cultura gaúcha.

O nativismo, então, acaba ganhando forças através dos festivais de músicas nativistas. A Califórnia, por exemplo, é um dos mais importantes festivais, pois foi através dele que vários outros começaram a surgir no Estado. A grande maioria possuía uma estrutura suficiente para promover o lançamento de discos, receber os artistas e o público do Estado. Depois do Festival Califórnia da Canção Nativista, de Uruguaiana, surgiram outros festivais que se destacaram, como a Tertúlia Musical Nativista (Santa Maria), Festival da Barranca (São Borja), Coxilha Nativista (Cruz Alta) e Musical Sul-Americano de Nativismo (Santa Rosa). Estes festivais oferecem maior liberdade para as composições musicais, não se limitando a ritmos e influências, introduzindo o uso de instrumentos eletrônicos, como a guitarra, por exemplo, que até então eram proibidos pelo MTG.

As músicas apresentadas nos festivais trazem vida ao gaúcho principalmente o rural. Músicas com temas sobre cavalo, estâncias, relação homem-mulher, costumes, amor à terra e ao Estado, guerras e justiça social, são as que prevalecem nos eventos. São principalmente músicas bem trabalhadas, como se fossem poesias, com melodias mais leves e suaves, sempre tratando do gaúcho.

Os festivais não tiveram apenas importância no movimento tradicionalista, uma vez que é através deles, também, que a Rádio Nativa, faz sua programação. As músicas nativistas fazem parte da quase totalidade da programação da rádio, tanto nos programas durante a semana quanto nos finais de semanas e feriados. A Rádio Nativa preza as tradições, o culto dos costumes e hábitos dos gaúchos, o que acaba fortalecendo ainda mais a identidade sul-riograndense. Como o próprio técnico da rádio afirma ao falar sobre as músicas que são tocadas, “a rádio traz a música nativa, com poesia, músicas que trazem acalanto à alma, que trazem mensagem do homem do campo e também do homem da cidade, do seu parceiro, do cavalo, do cachorro, da ovelha, do boi, mas tudo poeticamente [...]”. Sendo os principais cantores e

compositores músicos que se revelaram em festivais nativistas, como Jairo Lambari Fernandes, Wilson Paim, Miguel Alves e Gildo Saldanha. A Rádio Nativa acompanha e transmite alguns dos festivais nativistas, principalmente a Tertúlia da Canção Nativista de Santa Maria, a Estância de São Gabriel e a Sentinela da canção Nativa de Caçapava do Sul. No decorrer do trabalho esse assunto será retomado, quando for apresentada a Rádio Nativa de Santa Maria.

3 O RÁDIO E A RÁDIO NATIVA FM DE SANTA MARIA

3.1 O rádio como um meio de comunicação

O rádio começa a ser um meio de comunicação massivo no ano de 1924, quando Elba Dias populariza as transmissões, lançando o Rádio Clube do Brasil, no Rio de Janeiro. O rádio é considerado o meio de comunicação de massa mais popular e de maior alcance do público, já que, o ouvinte não precisa parar seus afazeres para ouvir as mensagens e músicas transmitidas, diferentemente da TV e do impresso, que demanda mais atenção e tempo, para ver e ler, sem contar que “outros recursos facilitam a compreensão da mensagem [na TV e no impresso], como a possibilidade de reler o texto, na imprensa escrita, ou de receber informações adicionais fornecidas pela imagem, no caso da televisão” (KOPPLIN e FERRARETO, 1992, p. 11).

Por ser um meio de comunicação de massa, segundo Ferrareto (2001, p.23), “o rádio possui uma audiência ampla, heterogênea e anônima.” O rádio se dispõe de emissões de ondas eletromagnéticas para transmitir suas mensagens e músicas, que são recebidas pelos ouvintes, que pode simplesmente perceber o som, escutar e prestar a atenção, e até mesmo parar seus afazeres e se deter ao que está ouvindo para melhor compreender. Pode-se considerar que o rádio tem algumas funções básicas, que, de acordo com Moreno (2005, p.64), são “informar, formar e entreter⁸”.

O rádio pode ter limitações e vantagens em relação aos demais meios de comunicação (TV, jornal, revista). Ferrareto (2001) buscou a diferença do veículo quanto à abrangência, ao aprofundamento informativo, à atenção exigida, ao custo, à existência, à regionalização e à velocidade das mensagens. Aqui levamos em consideração apenas a abrangência, a atenção exigida, o custo, a existência e a regionalização.

Quanto à abrangência:

Rádio	Na transmissão de ondas médias, tropicais e curtas, a abrangência é quase ilimitada. Atinge a parcela analfabeta da população.
-------	--

⁸ “informar, formar y entretener”

TV	Transmissão limitada.
Jornal	Restrita pelas condições socioeconômicas do público.
Revista	Mais restrita que o jornal.

Fonte: Rádio: O veículo, a história e a técnica, de Luiz Antônio Ferraretto (2001).

Quanto à atenção exigida:

Rádio	Atenção marginal à transmissão, porém, permite a realização de atividades paralelas.
TV	Em detrimento da imagem, exige mais atenção e tempo.
Jornal e Revista	Exige leitura com atenção constante e concentrada.

Fonte: Rádio: O veículo, a história e a técnica, de Luiz Antônio Ferraretto (2001).

Quanto ao custo:

Rádio	Baixo custo para a transmissão.
TV	Alto custo na transmissão.
Jornal	Elevado custo na produção.
Revista	Custo da produção mais elevado do que o do jornal

Fonte: Rádio: O veículo, a história e a técnica, de Luiz Antônio Ferraretto (2001).

Quanto à existência:

Rádio e TV	Antigamente dependia de outorga do governo federal, hoje se dá por meio de licitação.
Jornal e Revista	Independem de outorga governamental, constituindo-se em uma empresa comum.

Fonte: Rádio: O veículo, a história e a técnica, de Luiz Antônio Ferraretto (2001).

Quanto à regionalização:

Rádio	Em geral, a programação volta-se ao município sede da emissora e sua região. O rádio tem a característica de ser regional.
TV	Produção mais centralizada no eixo Rio- São Paulo, e algumas filiais espalhadas pelos principais estados.
Jornal	Não existe diários realmente nacionais, a maioria tem circulação estadual, regional ou municipal.
Revista	De maior circulação nacional.

Fonte: Rádio: O veículo, a história e a técnica, de Luiz Artur Ferraretto (2001).

Para Prado (1989, p.18), a organização tradicional do rádio é constituída do “esquema comunicativo clássico: emissor-meio-receptor.”. Isso pode causar um grau intimista com o receptor da mensagem, mas isso vem mudando, já que, agora, os ouvintes podem se comunicar, através de ligações, e-mail ou pelas redes sociais das rádios, fazendo seus pedidos musicais e colaborando com algumas informações, dúvidas e manifestações.

3.2 Programação radiofônica

Cada emissora de rádio acaba por desenvolver uma personalidade própria para atrair os ouvintes, o que acaba a diferenciando das demais. Ferrareto (2001) aborda quatro elementos fundamentais: segmentação, programa, programação e formato.

A segmentação acaba por representar um critério de abordagem, considerando a heterogeneidade do público. “Define-se segmentação como um processo em que, a partir dos interesses dos ouvintes e dos objetivos da empresa [...], se adapta parte ou totalidade de uma programação a um público específico” (FERRARETO, 2001, p. 54). A emissora leva em consideração, de modo geral, para determinar a sua programação, o público e os aspectos demográficos e socioeconômicos. Para que ocorra a segmentação, então, deve-se procurar as peculiaridades nas características gerais de cada emissora. No caso da Rádio Nativa FM de Santa Maria, a segmentação da rádio se destina a programação exclusivamente de músicas nativistas, sabendo que seu público são os gaúchos, principalmente os da região central do estado, e com isso é determinada a sua rede de programação.

Os programas, em geral, das rádios podem ser ao vivo ou gravados, podendo ser apresentado em um estúdio, ou em áreas externas onde está acontecendo determinado fato ou evento. De acordo com a classificação de Ferrareto (2001), os programas podem ser informativos ou de entretenimento. A rádio Nativa é uma rádio musical, em detrimento disso, é classificada como um programa de entretenimento.

A Programação é “um conjunto de todas as transmissões de uma emissora, constituindo-se no fator básico de diferenciação de uma rádio em relação à outra” (FERRARETO, 2001). Cada emissora adota uma programação que melhor se adapte a sua ideia e ao público. Ferrareto (2001) seleciona três formas mais comuns: linear, em mosaico e em fluxo. No caso da Rádio Nativa a programação pode ser considerada linear, já que, a programação é homogênea, sendo musical e com o mesmo estilo de música em toda a programação.

Já o formato é marcado “pela maneira como ela [emissora] se posiciona mercadologicamente no plano das ideias” (FERRARETO, 2001, p. 61). Segundo o mesmo autor, os principais formatos adquiridos pelas AMs e FMs podem ser divididos em dois grupos:

PUROS	HÍBRIDOS
--------------	-----------------

Informativo	De participação do ouvinte
Musical	Música-esporte-notícia
Comunitário	
Educativo-cultural	
Místico-religioso	

Fonte: Rádio: O veículo, a história e a técnica, de Luiz Antônio Ferraretto (2001).

A Rádio Nativa tem características dos dois formatos, pois têm programas musicais e destes, alguns tem a participação do ouvinte. O formato musical é típico de emissoras com frequência modulada e pode ser tanto ao vivo quanto gravado. Pode ser destinado para o público jovem, adulto ou pode ser mais popularesco. A Nativa atinge tanto o público jovem, quanto o adulto, pois, atinge a todos que gostam de música nativa. Já a participação do ouvinte é dada através dos pedidos musicais e por votação das melhores músicas, que é realizado durante os programas que são ao vivo.

A emissora de rádio escolhe o tipo de programação que deseja ter. Segundo Moreno (2005, p.65), uma rádio pode ter dois modelos de programação, “a definição de rádio é um conceito mais amplo que o modelo de programação, assim um mesmo tipo de rádio pode desenvolver dois modelos de programação distinta, caso da rádio informativa e musical⁹”. O que é de importância para o trabalho é o modelo musical, já que a Rádio Nativa FM trabalha exclusivamente com músicas.

A rádio musical acaba agregando outros valores e não o informativo e o noticioso. De acordo com Moreno (1999, p.93)

⁹ “La definición de radio es un concepto más amplio que el de modelo de programación, por lo que un mismo tipo de radio puede desarrollar dos modelos de programación distintos, caso de la radio informativa o la musical.”

[...] a rádio musical oferece uma comunicação fundamentalmente emotiva através da difusão constante de música. Esta classe de rádio aproveita a dimensão estético-emocional da música, elemento principal da narração, para oferecer uma mensagem quem enterte e acompanha mais do que informa, que se ouve mais do que se escuta, já que não necessita de tanta atenção para seu segmento¹⁰.

A música pode não produzir informação, mas acaba por transmitir algum estado de espírito para os ouvintes. Dependendo do ânimo que a pessoa se encontra, ela determina o tipo de música que vai escutar, “o ouvinte solicita do meio que lhe proporcione uma mensagem, principalmente musical, a modo de rádio-companhia”¹¹ (MORENO, 1999, p. 93).

Ainda que a rádio seja musical, há locutores que fazem a apresentação dos programas, seja ao vivo ou gravado, onde é anunciado o nome da música, por exemplo. De acordo com Moreno (2005, p.77), “os conteúdos básicos da fórmula musical são geralmente musical, a informação horária e meteorológica, os jingles e indicativos de emissão, os concursos e a participação do ouvinte, e a publicidade no caso da rádio comercial¹²”. Então, a partir desses conceitos e características do Rádio, nos detemos no objeto de estudo, a Rádio Nativa FM de Santa Maria.

3.3 A Rádio Nativa FM de Santa Maria

3.3.1 A história

A Rádio Nativa FM de Santa Maria foi fundada no dia 27 de abril de 1989. Primeiramente conhecida como Rádio Guarathan Nativa FM, a atual Rádio Nativa surgiu do sonho de Jaime Medeiros Pinto (*in memoriam*), Luiz Carlos Coaser e Cláudio Zappe, que já no ano de 1979 lutavam por um canal de rádio em Santa Maria. Nesta época existiam apenas

¹⁰ La radio musical ofrece una comunicación fundamentalmente emotiva a través de la difusión constante de música. Esta clase de radio aprovecha la dimensión estético-emocional de la música, elemento principal de la narración, para ofrecer un mensaje que entretiene y acompaña más que informa, que se oye más que se escucha, ya que no necesita tanta atención para su seguimiento.

¹¹ “El oyente solicita Del médio que Le proporcione um mensaje, principalmente musical, a modo de radio-compañía.”

¹² “Los contenidos básicos de la fórmula musical suelen ser la especialización musical, la información horaria y meteorológica, los *jingles* e indicativos de emisión, los concursos y la participación del oyente, y la publicidad en el caso de la radio comercial”

duas rádios FM no município, uma mais voltada para o público jovem, a Rádio Atlântida, e outra voltada aos adultos, a Rádio Cultura.

O processo para adquirir um canal de rádio não era nada fácil. Inúmeras licitações foram enviadas ao Ministério Público até que Cláudio Zappe e seus sócios conseguissem, por fim, um canal para sua emissora. Foram necessários seis anos para a participação no primeiro edital pela busca de uma vaga, segundo dados obtidos em entrevista. Porém, o Ministério Público cancelou o edital em detrimento de movimentos de emissoras concorrentes, que não queriam mais nenhuma rádio em Santa Maria. Anos depois, mais uma tentativa foi feita, mas também não surtiu resultados. Em dez anos, seis anos da primeira e quatro anos da segunda tentativa de abertura, muitas pessoas se mobilizaram e fizeram um abaixo assinado em favor do canal para Cláudio Zappe e seus sócios. O abaixo assinado contava com seis mil assinaturas e foi entregue ao Ministério Público. Além das assinaturas, quem ajudou a concretizar o sonho dos idealizadores da Nativa, foi Nelson Marchezan¹³ (*in memorian*), que foi falar diretamente com o Ministro das Comunicações da época, Antônio Carlos Magalhães. Este atendeu ao pedido de Marchezan e abriu um novo edital, concedendo o ponto 99.5 para a Rádio Nativa FM. A Rádio Nativa entrou no ar pela primeira vez no dia 27 de abril de 1989, às seis horas da manhã tocando a música ‘No Coração do Rio Grande’¹⁴, de Osvaldo Medeiros e Paulo Brasil.

Ao idealizar o projeto, se pensou para colocar no ar, algo que não se perdesse com o tempo. Um dos idealizadores, Cláudio Zappe afirma isso: “nós queríamos que fosse um segmento que não fosse trocado de períodos em períodos como muitos acabam fazendo. Tem que ser um segmento que dure um tempo enorme”. Eis que então veio a ideia de ‘cantar o Rio Grande do Sul’. Na época em que a Nativa foi inaugurada apenas uma rádio tinha o mesmo estilo de programação, a Rádio Liberdade de Porto Alegre, razão pela qual os idealizadores acharam que o segmento nativista ficaria bom em Santa Maria. Faz 24 anos que o segmento nativista vem funcionando e fazendo com que a Rádio Nativa FM seja uma das rádios mais ouvidas da região Central.

A Rádio Nativa de Santa Maria começou a funcionar em 1989 com 2kw de potência, logo passou para 20kw e atualmente funciona com 50kw, o que faz com que a transmissão da

¹³ Ex-deputado, na época trabalhava no Banco no Brasil.

¹⁴ Música de autoria do compositor Osvaldo Medeiros, e apresentada pela Banda Terra Santa na 2ª Tertúlia Nativista no ano de 1981, na Estância do Minuano, em Santa Maria, tornando-se uma espécie de hino não oficial da cidade.

Nativa atinja mais de 50 municípios no Estado do Rio Grande do Sul. Além de Santa Maria, a rádio chega aos municípios de São Sepé, Caçapava do Sul, Agudo, Jaguari, Silveira Martins, Santa Cruz do Sul e Tupanciretã.

A Rádio Nativa não se limita às ondas do rádio, para as regiões onde a frequência da rádio não atinge, as pessoas podem ouvi-la pela internet, através do site www.nativafmsantamaria.com.br. No site pode-se se escutar a programação completa, além de conter informações sobre a rádio, sua história e fotos. De acordo com Mussolim (2013), muitas pessoas que vêm para Santa Maria, mas que por algum motivo acabam indo embora, conhecem a rádio, gostam e depois a escutam pela internet. A rádio é ouvida por vários estados do Brasil e inclusive em outros países como Alemanha, Espanha e Japão.

Em outubro de 2013, a Objetiva Júnior¹⁵ realizou um relatório sobre pesquisa de mídia da Rádio Nativa FM de Santa Maria. Nesta pesquisa, constatou-se que a Nativa é a rádio mais ouvida entre os santa-marienses, tanto no centro da cidade quanto no Bairro Camobi¹⁶. A seguir apresentam-se alguns gráficos que apresentam dados da audiência.

¹⁵Empresa Junior, sem fins lucrativos, vinculada ao curso de Administração da Universidade Federal de Santa Maria, que realiza consultoria empresarial para empresas de Santa Maria e região.

¹⁶ Optou-se por colocar gráficos de Santa Maria e Camobi, pois, é dessa maneira que está estruturada a pesquisa feita pela Objetiva JR.

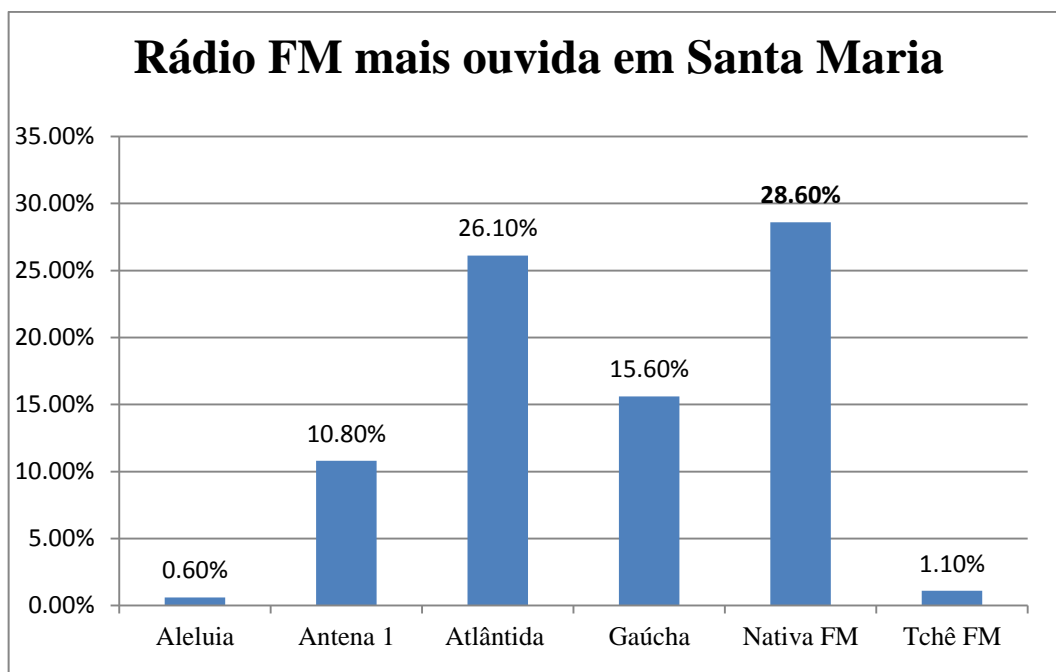


Gráfico 1: Rádio FM mais ouvida em Santa Maria

Fonte: Relatório de Consultoria de pesquisa de mídia, desenvolvido pela Objetiva Junior

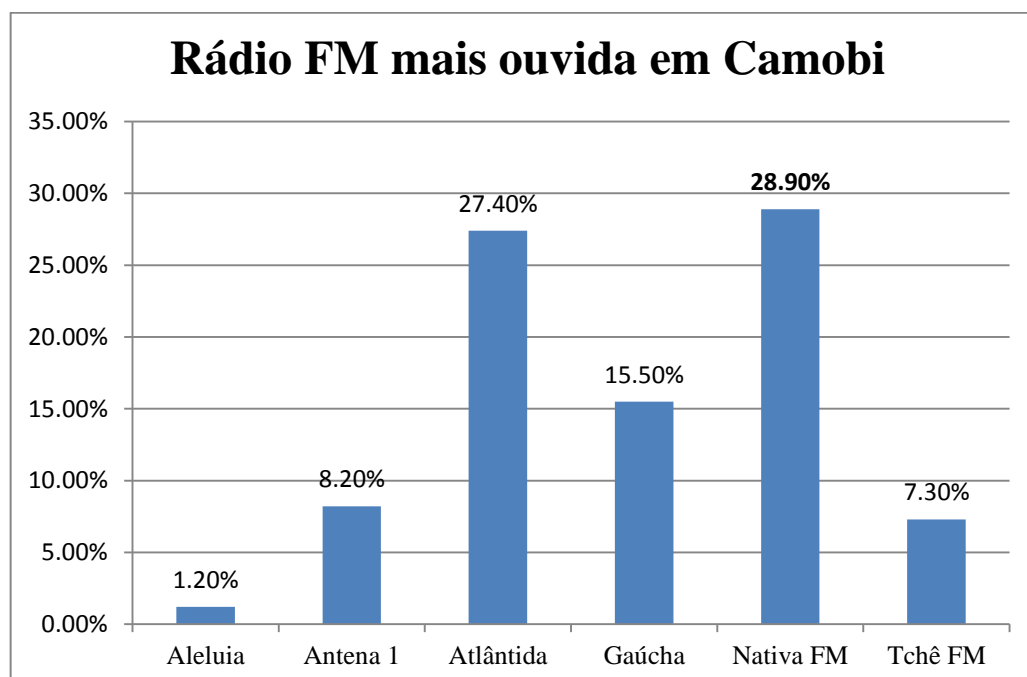


Gráfico 2: Rádio FM mais ouvida em Camobi

Fonte: Relatório de Consultoria de pesquisa de mídia, desenvolvido pela Objetiva Junior

Com 28,6% no centro de Santa Maria e 28,9% em Camobi, a Nativa está em primeiro lugar entre as FM mais ouvidas, conforme Gráfico 1 e 2. Pela pesquisa, o público da Nativa é o público masculino, na grande maioria na idade entre 51 a 60 anos. No Bairro Camobi houve

um grande número de ouvintes também entre 30 a 40 anos (27,4%). Além da Cidade de Santa Maria, a rádio Nativa é muito ouvida nas cidades de São Sepé, Caçapava, Cachoeira do Sul e São Gabriel.

Sendo as músicas a preferência da população nas rádios FM, a Nativa FM é a rádio mais escolhida pelos ouvintes.

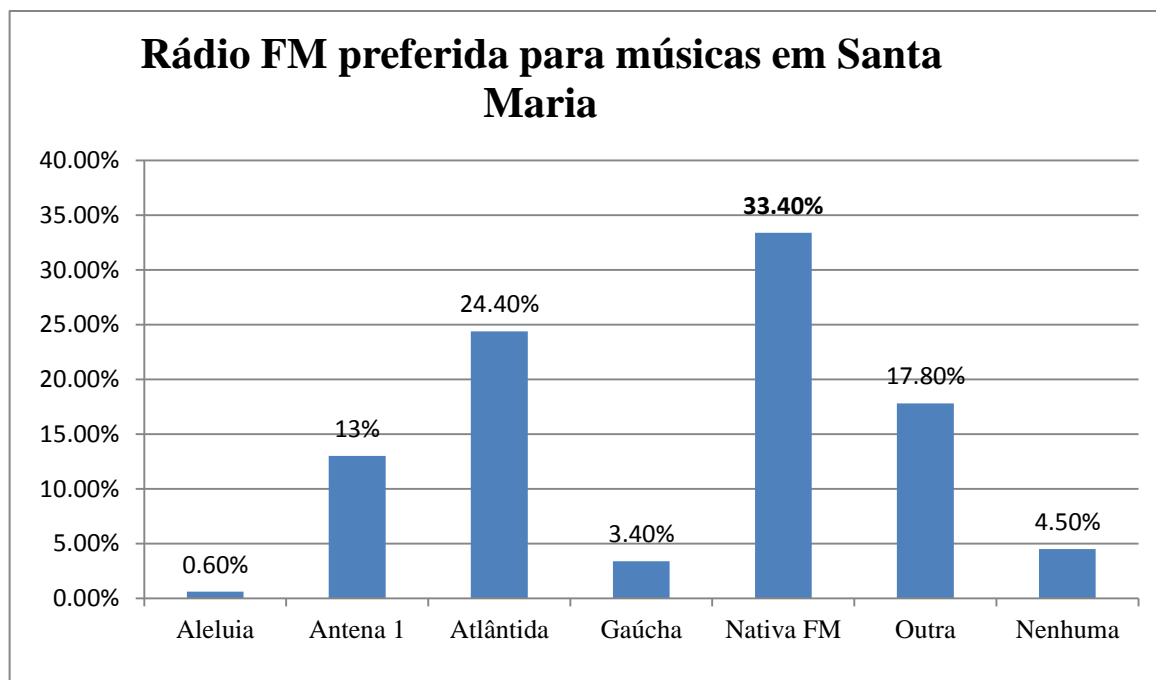


Gráfico 3: Rádio FM preferida em músicas em Santa Maria
Fonte: Relatório de Consultoria de pesquisa de mídia, desenvolvido pela Objetiva Junior

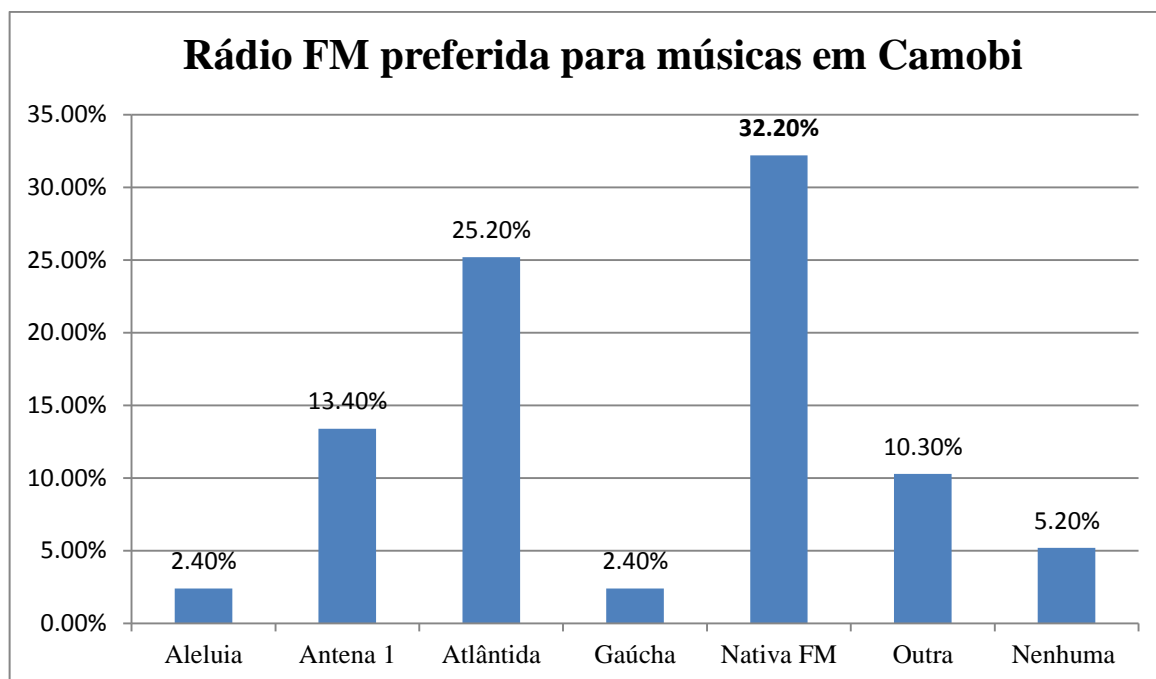


Gráfico 4: Rádio FM preferida em músicas em Camobi
 Fonte: Relatório de Consultoria de pesquisa de mídia, desenvolvido pela Objetiva Junior

Assim, percebe-se claramente que no quesito música, a Nativa é a escolhida entre os ouvintes, tanto do centro de Santa Maria como no bairro de Camobi, podendo dizer que a escolha pode sim, estar ligada ao segmento escolhido pela Nativa FM, ao propor a programação nativista, segundo Gráficos 3 e 4.

3.3.2 A identidade do gaúcho na Rádio Nativa FM

A Rádio Nativa de Santa Maria é uma rádio exclusivamente musical, de músicas nativistas. Com o slogan “orgulho de nossas raízes”, a rádio mantém o seu formato e ideais desde a sua fundação. O propósito da Nativa sempre foi cultivar a tradição do Estado, com canções que fazem parte da cultura do Rio Grande do Sul.

A rádio possui o mesmo critério há 24 anos. Cada CD nativista lançado é escutado pela equipe de rádio. As músicas selecionadas para ir ao ar seguem o critério da proposta da rádio desde sua fundação. A Nativa toca somente músicas nativistas, ela segue os mesmos preceitos e ideais, o Tchê Music, por exemplo, não faz parte da programação da rádio. Por

mais que as músicas se atualizem, o que importa nas canções rodadas pela Nativa, é a alusão feira ao Rio Grande do Sul. A música fala de peão, prenda, cavalo, terra, campo, etc... São músicas que enaltecem o povo e o estado gaúcho. Por isso nomes como Gildo Saldanha, Miguel Marques, Wilson Paim, Jairo Lambari Fernandes, Luiz Marengo, César Oliveira e Rogério Melo, sempre aparecem, já que eles representam o nativismo no Rio Grande do Sul. Então, o que toca na Nativa e que acaba aproximando ainda mais o gaúcho com a sua terra, “é uma música mais trabalhada, mais poética, então ela pega a classe A, classe B, Classe C, Classe D e termina ensinando um bom gosto musical para o gaúcho em si” (MUSSOLIM, 2013).

A Nativa acompanha os festivais que acontecem pelo Estado. Grande parte das músicas de arquivo da rádio é composta pelas músicas dos festivais nativistas. Desde o primeiro festival, que foi a Califórnia, em Uruguaia, até a Tertúlia que acontece ainda hoje em Santa Maria. Segundo Mussolim (2013), a Nativa

[...] trabalha muito com festivais, transmite festivais, principalmente a Tertúlia musical. Ela é parceira dos festivais de Santa Maria, tanto a Tertúlia como o Minuano da Canção Nativa, que foi um festival que teve por aqui durante uns sete, oito anos, e esse é um dos carros-chefes. A rádio vai e entra de cabeça nesses festivais, Califórnia, Estância de São Gabriel, Sentinela da Canção Nativa de Caçapava do Sul. A rádio é parceira dos Festivais Nativistas.

Sempre que pode a Rádio transmite os festivais e participa ao vivo. Eventos que simbolizam algo para o gaúcho também são transmitidos pela rádio. Os festejos da semana farroupilha, por exemplo, o desfile, alguns bailes de CTG, são anunciados e transmitidos pela Nativa. Por mais que a emissora seja praticamente toda ela musical, quando há alguma data ou evento que faz alusão ao Rio Grande do Sul, ela abre espaço na programação. Afinal, o intuito da Nativa é conservar as tradições e aproximar o ouvinte cada vez mais com seu estado e cultura, preservando a identidade gaúcha. A primeira cobertura radiofônica de eventos que a Nativa fez, foi a Tertúlia Nativista, em maio de 1989, em Santa Maria.

Vinte e quatro anos no ar, a Nativa FM de Santa Maria vem conseguindo se manter no mesmo segmento. As músicas nativistas rodadas mantêm aspectos da tradição. Por mais que, novos estilos musicais surjam, novas modas cheguem, a Nativa prosseguiu com seu ideal. Os ouvintes buscam essa aproximação com o seu Estado, as músicas que falam do que eles conhecem, canções que acabam fazendo parte do cotidiano daqueles que sintonizam a 99,5FM.

3.3.3 Programação da Rádio Nativa FM

Exclusivamente musical, a Rádio Nativa FM conta com programas ao vivo e gravados. Os programas gravados ficam sob responsabilidade do programador José Gustavo Pano Pimentel, que faz a escolha das músicas desde 2002. A programação gravada é mensal, ou seja, as músicas escolhidas são trocadas de mês em mês, totalizando 600 músicas mensais. Além dos programas musicais, existe o Nativa Notícia, que de hora em hora é dada uma notícia.

Horário	Programa
8:00- 9:00	Bombeando a Manhã
9:00- 10:00	Beliscando a Manhã
10:00-11:00	Calhandra do Rio Grande
11:00- 12:00	Repontes
12:00- 13:00	Galope do Dia
13:00- 14:00	Lagarteando
14:00- 15:00	Troteando a Tarde
15:00- 16:00	Braça do Sol
16:00- 17:00	Lábios de Prata
17:00- 18:00	Recolhendo as Encilhas
19:00-20:00	Nativa na Net (equivalendo a voz do Brasil)
20:00- 21:20	Passeando no Pago
23:30- 00:30	Nativa Sulamericana
00:30- 4:00	Repontando Estrelas

Quadro 1- Programas Gravados durante a semana
Fonte: Autor do trabalho

Horário	Programa
05:00- 07:00	Musical
12:30- 16:00	Só para Gravar
20:00- 24:00	Festa Campeira

Quadro 2: Programas gravados aos sábados
Fonte: Autor do trabalho

Horário	Programa
06:00-07:00	Campo, Pampa e Querência
12:00- 15:00	Só para Gravar
15:00- 18:00	Musical Nativa FM
18:00- 22:00	Galope da Semana – as 30 melhores do Galope do Dia
22:00- 24:00	Minhas Paixões

Quadro 3: Programas gravados aos domingos
Fonte: Autor do trabalho

Toda a programação gravada parte de uma nomenclatura, que foi determinada por Cláudio Zappe, desde a fundação da Rádio. De acordo com Pimentel “no início eram seis nomenclaturas (SP, SA, PN, E, F, SD), como isso ficava meio limitado na hora do programador escolher as músicas, foram postas mais duas (PP e GP)”.

Sigla	Significado
S.A	Sucesso Atual
P.N	Pérola Nativa
E	Explosão
S.P	Sucesso do Passado

F	Fandangueira
S.D	Sucesso Desconhecido
P.P	Pérola do Programador
G.P	Galope do Passado

Quadro 4: Nomenclaturas usadas nas programações gravadas
Fonte: Autor do trabalho

Além das siglas, toda a programação deve conter o nome do cantor, dupla ou grupo, do(s) compositor(s) e o nome da música, sendo isto, regra dentro da Nativa. Outras siglas não tão importantes, também constam na programação impressa que é dado aos operadores de áudio, como G/F/C/ e um número, que são postos depois das informações da música. Onde G: Grupo, F: Festival e C: Cantor, o número é o número do CD ou disco onde se encontra a música. Por exemplo:

PN- LUIZ MARENCO- Dele/Guto Teixeira- CASO A LUA FOSSE CHEIA- C- 705.

O critério usado para a escolha das músicas, segundo Pimentel, é “pelo meu bom gosto, e pelo que a gente tem do ouvinte, a preferência do ouvinte, [estamos] aqui há muito anos, aí a gente sabe já o que o ouvinte gosta e o que ele não gosta”. Essa programação só roda nos programas gravados, nos ao vivo fica a cargo do locutor escolher as músicas que vão ao ar. Como a Nativa é uma rádio que fica com programação 24 horas no ar, são inúmeras músicas tocadas, por isso há necessidade de muitas músicas nativistas.

A Rádio Nativa FM conta com cinco programas ao vivo, dois durante a semana e aos sábados e um no domingo.

Horário	Dias	Programa
04:00-08:00	Durante a semana	Clarim Campeiro
21:20- 23:30	Durante a semana	No Galpão
07:00- 12:30	Aos sábados	Festival da Trinca

16:00- 20:00	Aos sábados	Marcas do Sul
07:00- 12:00	Aos domingos	Domingo Nativo

Quadro 5: Programas ao vivo
Fonte: Autor do trabalho

O Clarim Campeiro é apresentado por Paulo Roberto Lopes e traz a música nativa no início da manhã, informando hora e temperatura a cada música, sempre dando o nome da música, intérprete e compositor. Os comerciais contam com grande número de publicidade. Também há a previsão do tempo para Santa Maria e região.

O programa No Galpão também traz a música nativista, nos estilos de xote, vaneira, músicas que falam do pago, em um ritmo mais animado com blocos musicais de quatro a cinco músicas. Como a Nativa conta com muito colaboradores, os intervalos comerciais são longos, dando bastante publicidade. O No Galpão é apresentado por Claudio Albert.

O programa Festival da Trinca é um dos programas onde o ouvinte tem participação direta. O festival é composto por 27 blocos de 3 músicas cada bloco, totalizando 81 músicas. A cada bloco o ouvinte participa, através de ligações e escolhe a melhor das três de cada bloco, selecionando 27 músicas. Essas 27 são divididas entre 9 blocos, onde novamente os ouvintes ligam e escolhem a melhor de cada bloco. Essas nove músicas escolhidas tocam em um bloco de três, onde o ouvinte escolhe a melhor, ficando com a campeã. Além de escolher as músicas, os ouvintes concorrem a prêmios. Neste programa também entra a música campeã do programa Galope da Semana. Festival da Trinca é apresentado por Vicente Paulo Bisogno.

Marcas do Sul além da música traz cultura, poesia, declamação. Aproximando o Gaúcho da sua cultura não só pela música. A comunicação é de Sergio Guedes. Como nos outros programas, tanto ao vivo quanto gravado, a programação conta com bastante publicidade nos comerciais, podendo conter até dez propagandas em um bloco de comercial.

O Domingo Nativo é o único programa ao vivo no domingo. O apresentador Elton de Sá, faz bloco de duas músicas, além de ler os recados que são deixados no mural do site da rádio e os recados do Facebook. O locutor atualiza a hora e a temperatura e ainda faz a publicidade de alguns colaboradores. Há bastante participação do público, principalmente pelo mural de recados. Até dez publicidades por bloco de comerciais.

A Rádio Nativa tem um grande número de colaboradores, a maioria das empresas acaba anunciando seus produtos na rádio, por isso, a quantidade de publicidade por comerciais. Algumas empresas que anunciam na Nativa são: Posto Faixa Nova, Hotel Morotin, Casa do chapéu, Superauto, Imobiliária Nova Era, Agrosanta, Beltrame supermercados, entre tantos outros.

As empresas anunciantes escolhem os horários que desejam, mas os horários mais procurados são os horários de pico, das seis às oito e meia da manhã, do meio dia às duas da tarde e das cinco e meia da tarde às sete da noite, nos dias de semana; já nos finais de semana os horários da manhã são os mais procurados. Esses horários também correspondem ao maior índice de audiência na rádio, que, segundo Mussolim (2013) “são os horários onde o pessoal está indo trabalho, indo almoçar e voltando pra casa à tardinha”. Levando em consideração esses horários, pode-se constatar que, os programas de maior audiência são Clarim Campeiro, Galope do Dia, Lagarteando, Recolhendo as Encilhas, Mateada, Festival da Trinca e Domingo Nativo.

3.4 A Rádio Nativa e a circulação cultural

Após serem apresentados os principais conceitos, busca-se realizar a análise centrada nos elementos do Circuito da Cultura apresentado anteriormente, a partir da observação dos três programas ao vivo e da programação gravada da Rádio Nativa FM.

Trazendo os segmentos do Circuito da Cultura, observa-se a Nativa tem uma maneira própria de produção do seu conteúdo. Na produção estão envolvidos todos os processos para a elaboração do produto cultural, representando uma leitura daquilo que foi produzido e já está em circulação, de representatividade para o público consumidor.

Considerando primeiramente a programação gravada e analisando a programação dos meses de agosto, setembro e outubro de 2013, levando em conta que a programação é produzida a cada mês, a emissora toca em média 600 músicas por mês. Em agosto foram exatamente com 600 músicas, setembro 604 e outubro 608 músicas. Todas elas têm a raiz no nativismo, buscando sempre a aproximação com o ouvinte. Dessas 600 e tantas músicas, a maioria são de Sucesso Atual (SA) e Pérola Nativa (PN), variando entre 150 a 152 músicas por mês; depois vem às músicas chamadas Explosão (E) e Sucesso do Passado (SP) com 60

músicas mensais e em seguida as Fandangueiras (F), Sucesso Desconhecido (SD), Pérolas do Programador (PP) e Galope do Passado (GP) variando entre 45 a 47 músicas durante o mês. Como a programação é produzida por um único programador, as músicas seguem o gosto pessoal do mesmo e a preferência do ouvinte.

Os três programas ao vivo têm as músicas escolhidas pelo locutor que apresenta o programa. Normalmente os blocos musicais variam de uma a três músicas, mas conforme a forma de produção de cada programa. Tem-se que o Clarim Campeiro é composto por vários blocos com uma música, tendo quatro horas de duração, o Festival da Trinca com 27 blocos musicais com três músicas em cada bloco e duração de cinco horas e meia, e o Domingo Nativo duas músicas por bloco e duração de cinco horas.

Tanto os programas gravados quanto os ao vivo têm a produção baseada no intuito de aproximação do ouvinte com as suas raízes, buscando a audiência no público cativo as músicas do Rio Grande do Sul. Por isso, cantores como Wilson Paim, Délcio Tavares, Walter Moraes, Oswaldir e Carlos Magrão, Luiz Marengo, Jairo Lambari Fernandes, Cezar Lindemeyer, Joca Martins, César Oliveira e Rogério Melo, fazem parte dos maiores pedidos da audiência e com isso são os mais procurados na hora da produção dos programas. Músicas da moda como Tchê Music não tocam na Nativa porque fogem do ideal da rádio, e, portanto, não está incluída na forma de produção escolhida pela emissora, como afirma o operador de áudio, Mussolim (2013) “a rádio não trabalha com modismos, ou com músicas de dois sentidos, músicas com três palavras só, [...] não deixando nenhum tipo de modismo entrar, porque nós, a partir do pensamento do Zappe, entendemos aquele pensamento, tomamos pra si aquela ideia e a defendemos”. Uma característica determinante na programação é que, em todas as músicas transmitidas deve-se anunciar o nome do intérprete, o compositor e o nome da música.

Outro elemento do Circuito da Cultura é a regulação, que determina e normatiza os sentidos que circulam no corpo social, além de estabelecer diretrizes que ordenam a vida em sociedade e devem obrigatoriamente ser seguidas. A Rádio Nativa surgiu através de uma licitação, porém o processo percorrido até a aceitação foi grande. Quando a ideia surgiu, apenas existiam em Santa Maria duas rádios e para poder abrir outro canal para mais uma emissora, era preciso passar por um processo de licitação, que foi encaminhado a Brasília. O primeiro pedido foi negado, anos mais tarde foi encaminhada a segunda licitação, quando então o Ministro das Comunicações da época (1988-1989) concedeu o canal 99,5 para a Nativa FM. O tipo de

programação que seria executada já fora pensada desde o primeira licitação, de acordo com Zappe (2013) “quando a gente estava na época de concorrer a esse canal, é uma licitação, ficamos a pensar que tipo de programação se viéssemos a vencer essa licitação, [...] então pensamos em um segmento que durasse um tempo enorme, aí veio a ideia de cantar o Rio Grande”.

O consumo dentro do Circuito da Cultura determina que tipo de apropriações são realizadas pelo sujeito. O consumo pode ser dado através da compra de determinado produto, no caso do objeto em questão, através do que o ouvinte escuta, e com isso apropriando sentidos para o sujeito. Além da produção, o consumo está ligado com a representação, pois, para que se efetive o papel proposto pelo produto é preciso que os sujeitos, no caso os ouvintes, se identifiquem e encontrem sentido na representação construída.

Aqui, a relevância são os programas ao vivo, os horários em que são transmitidos e a sua audiência. Toda a produção da Nativa é pensada em como esse produto vai ser consumido, então, colaram-se os programas ao vivo nos horários de maior audiência. Segundo pesquisa realizada pela Objetiva Junior da UFSM, os santa-marienses ouvem rádio todos os dias. Levando em conta que na mesma pesquisa a Nativa FM foi considerada a rádio FM mais ouvida em Santa Maria, separando o bairro Camobi do restante da cidade, tem-se que, 46% da população de Santa Maria e 45,3% do bairro Camobi ouvem rádio todos os dias. De acordo com Mussolim (2013), os horários de pico da grade de programação da Nativa são os domingos e sábados pela manhã, durante a semana o início da manhã, ao meio dia e à tardinha, isso se deve ao fato de ser o horário em que as pessoas estão acordando, indo almoçar e voltando pra casa do trabalho. É nos horários de maior audiência que as empresas compram espaço para anunciar os seus produtos, mas durante toda a programação há muitas publicidades, chegando a ter blocos com quase dez produtos publicitários.

O que é importante observar também é o sexo e a idade dos ouvintes da Nativa. De acordo com a mesma pesquisa realizada pela Objetiva Junior, o principal público da emissora são os homens, com 58,8% em Santa Maria e 62% em Camobi. A população mais assídua da Nativa são as pessoas entre 51 e 60 anos em Santa Maria (34,4%), e de 30 a 40 anos (27,4%) e de 51 a 60 anos (27,4%) em Camobi. Trata-se de uma faixa etária que costuma acordar mais cedo para trabalhar, ou no caso dos aposentados, para cevar o chimarrão.

O Clarim Campeiro acaba sendo a companhia daqueles que estão acordando. No interior, o sujeito tem o costume de acordar cedo, fazer um chimarrão e ir tratar dos afazeres

do campo, tanto no cuidado com a lavoura quanto com o gado. O sujeito urbano ouve o programa enquanto se arruma para ir trabalhar, e no carro a caminho do trabalho. Então, tem-se a característica do consumidor, aquele ouvinte que quer saber como está o tempo, e ouvir a música gaúcha para começar o seu dia, logo o apresentador Paulo Roberto Lopes atualiza a hora e a temperatura a cada bloco musical. Pelo horário do programa e pelo público ouvinte, as músicas têm uma melodia mais calma, para proporcionar um bom começo de manhã.

O Domingo Nativo acorda os ouvintes no domingo pela manhã, de acordo com Mussolim (2013), “o Domingo Nativo é um dos carros-chefes da programação de domingo da Nativa”. Geralmente para o gaúcho, o domingo é o dia de fazer churrasco e de reunir a família, e no horário do programa é quando as pessoas estão acordando e iniciam os preparativos que antecedem ao almoço, ao redor da churrasqueira, assando churrasco e tomando o chimarrão. As músicas seguem um ritmo animado, sendo um programa mais conversado, onde o ouvinte se sente parte do programa. O apresentador lê recados que são deixados no site da rádio pelos ouvintes, além de ligações que acontecem durante o programa. Percebe-se um consumidor mais interativo, que participa da programação, pedindo músicas ou mandando recados. O Domingo Nativo faz parte do descanso do gaúcho, do momento fraternal do consumidor. Muitos recados mandados pelos ouvintes e lidos ao vivo são ‘Olá, estamos aqui ouvindo a Nativa e mateando’, ‘estamos aqui tomando um chimarrão com a família e ouvindo o Domingo Nativo’¹⁷, significando que o segmento determinado pela rádio cativou inúmeros ouvintes.

O Festival da Trinca diferencia-se dos outros dois programas, pela participação direta do público e que segundo Mussolim (2013) “é um programa muito querido pelos ouvintes”. O sujeito acaba por consumir um produto que, neste caso, ele mesmo ajudou a construir. O programa contém 27 blocos, onde a cada bloco o ouvinte entra ao vivo no ar e escolhe umas das três músicas selecionadas. Em um primeiro momento são sete ouvintes para escolher as nove músicas que vão para uma semifinal, que depois recebe mais sete ligações para escolher as três finalistas, até que se chega a uma composição escolhida através de quatorze ligações. Então, pode-se dizer que quem acaba produzindo o programa é o próprio consumidor.

Assim, cada programa é consumido por um mesmo tipo de sujeito, possivelmente, os que gostam de música nativa, mas também por sujeitos que pela hora de cada programa vivem situações diferentes e com isso a produção de conteúdo acaba sendo diferenciada. Músicas

¹⁷Recados dados ao vivo pelo apresentador Elton de Sá, no programa do dia 03 de novembro de 2013.

mais calmas para o começo de um dia, músicas mais agitadas com uma conversa maior com os ouvintes em um momento fraternal e tranquilo, e a grande participação do consumidor que acaba interagindo diretamente com o produto.

A representação no Circuito da Cultura é o segmento que relaciona os sentidos dentro de um corpo social, possibilitando a leitura e a interpretação de diferentes sujeitos. São as diferentes linguagens, neste caso, o som, que são empregadas em uma mensagem para estabelecer determinadas significações, onde as representações são construídas. São esses sentidos compartilhados por um mesmo grupo social que passa a construir a cultura daquele determinado grupo.

A Rádio Nativa tem toda essa representação do povo gaúcho, ela quer passar para o sujeito a ideia de um povo que é forte, de um gaúcho que canta para o seu pago, para sua terra. O contexto de que os sul-rio-grandenses são unidos e preservam os seus costumes, mas que também estão abertos para aprender novas maneiras e tradições. Percebe-se essa aproximação que a Nativa traz do sujeito com as suas raízes, há 24 anos, por exemplo, no programa Clarim Campeiro, onde o apresentador ao aludir o ouvinte os chama de ‘Prenda Linda’ e ‘Bagual Véio’ retomando a ideia da mulher gaúcha, da moça bonita e elegante, que veste o seu vestido em dias de baile, que é companheira de seu marido, que é linda por ser do Sul; e também do gaúcho campeiro, do homem forte, do peão da campanha, que cuida do gado e da lavoura, do homem que não se entrega em qualquer peleia. Dessa maneira, a Nativa estabelece, por meio discursivo, a efetivação da emissora com o ouvinte.

As músicas que são tocadas pela rádio também se constituem de elementos que acabam enraizando e fortalecendo a cultura e a identidade do gaúcho, ao trazer dialetos e gírias que são típicas do sul, como piá, pampa, redomão, aprocheço, china, mate e tanto outros, além de serem tocadas ao som de teclado, gaita, violão, guitarra e bombo leguero¹⁸. É a mostra de um gaúcho de estância e de um gaúcho urbano, que prezam a tradição e os valores da cultura gaúcha. A Nativa traz as melodias que enaltecem o valor de ser gaúcho, o quão bom e prazeroso é morar no Rio Grande do Sul, fazendo com que os ouvintes se sintam representados e valorizados. É a marca do gaúcho representada na Nativa.

A identidade está inteiramente ligada com todo esse processo de representação, ela representa a composição dos sujeitos, constituindo uma das principais referências para que o

¹⁸ Instrumento de percussão originário da Argentina. É produzido a partir do tronco da árvore, revestido com pelo curtido de animais.

consumo se efetive. Desse modo pode-se considerar que as estratégias discursivas da rádio Nativa visam aproximar os ouvintes a partir do estabelecimento de uma identidade que venha a ser representativa do contexto cultural desses sujeitos, onde empregando elementos da cultura gaúcha, a emissora consegue estabelecer o contato com o público de forma satisfatória.

A Nativa busca então, através dos seus programas a identificação com os seus ouvintes, fazendo com que eles se representem na sua cultura. Até pelos nomes nos programas tem-se o ideal identitário do gaúcho, nomes que representam o Rio Grande do Sul, como por exemplo, Troteando a Tarde, Mateada, No Galpão, Campo, Pampa e Querência, enfim, elementos que aproximam e trazem essa cultura para mais próximo do dia-a-dia do sujeito.

Pode-se dizer que a identidade gaúcha não é única, pois apesar de conservar muitos valores, ela é propícia a receber outras influências, nem todo mundo gosta de usar bombacha, sabe dançar chote, vanerão e chamamé ou toma mate todo dia, porém, a Nativa conseguiu aproximar todas essas pessoas através da uniformidade do estilo musical. A busca pela aproximação do ouvinte com a identidade do gaúcho é constante e inegável. Em toda a sua programação a Nativa FM não perdeu o seu foco, seu lema “orgulho de nossas raízes” está conseguindo atingir o seu objetivo.

Então, as programações produzidas são pensadas, levando em consideração todos esses fatores do identitário gaúcho, com a representatividade da cultura gaúcha, gerando um maior consumo nesses períodos citados acima. O Circuito da Cultura se completa em todos os sentidos, tendo a concepção de representação e identidade em um âmbito mais forte. Tem-se então que, tudo que é produzido pela Nativa FM de Santa Maria busca a aproximação dos ouvintes com a cultura gaúcha, fazendo com que o consumo seja cada vez maior, com determinados públicos mais assíduos e em horários específicos, fortalecendo a identidade rio-grandense através das músicas nativistas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através dos Estudos Culturais, da definição de cultura, da utilização do Circuito da Cultura de Paul Du Gay *et al.* e do emprego da ideia de identidade de Hall, foi possível aplicar o Circuito da Cultura na programação da rádio Nativa FM. O embasamento teórico serviu para a compreensão dos elementos que seriam postos e analisados durante o trabalho, e a contribuição dos mesmos no estudo amplo da grade de programação e da rádio.

A Nativa optou pelo segmento nativista. A criação da emissora 99,5FM se deu pelo intuito de trazer a aproximação da cultura e dos costumes do gaúcho, que estava em “baixa” no estado, em especial na região central, onde as principais músicas tocadas eram rock e MPB. Por mais questionável que possa ser uma rádio que trabalha com um único segmento, a Nativa se mostrou forte e resistente, não deixando que certos modismos adentrassem na sua programação. As músicas tocadas permanecem com o mesmo estilo musical de 24 anos atrás, mudando obviamente os cantores, compositores e grupos musicais, já que, o estilo musical nativista vem ganhando inúmeros adeptos. Levando em conta que na pesquisa realizada pela Objetiva Junior em outubro de 2013, a Nativa ficou em primeiro lugar entre as rádios FM mais ouvidas em Santa Maria, com 28,6% em Santa Maria e 28,9% no bairro Camobi, só fortalece a ideia de que o segmento escolhido por Cláudio Zappe e sua equipe conquistou um importante espaço na cidade.

O sujeito ouvinte da Nativa se identifica com a rádio, com os programas e as músicas escolhidas. A maneira pela qual foi produzida toda a grade de programação foi justamente pensando no consumidor e nos horários em que eles ouviriam com mais frequência. Dessa maneira, os programas ao vivo são postos nos horários de pico. Encontram-se os elementos de identificação do gaúcho tanto nas letras das músicas quanto nas próprias nomenclaturas dos programas. A Nativa buscou um elemento que atingiu um grande público, que gosta de cantar o Rio Grande, que entende as letras, que se identifica, que faz com que cada dia o gaúcho se sinta mais gaúcho e próximo de sua terra.

A programação da Nativa é um ícone da identidade rio-grandense, é uma constante busca de valores, é o fortalecimento das raízes e abertura para novos elementos que contribuem ainda mais para a cultura gaúcha. A Nativa canta tanto para o gaúcho urbano quanto para o rural, mostrando que apesar de terem formas de vidas diferenciadas, eles se encontram em um segmento que os fazem ficar mais próximos, compartilhando de uma

mesma identidade. Nas entrevistas percebe-se o “amor” que cada funcionário tem pela rádio, pelo que a rádio representa para a sociedade de Santa Maria e região. É também através da participação do público que se percebe o quanto a Nativa é uma rádio querida por seus ouvintes. Todo sujeito quer ter seu lugar, pertencer a algo e a Nativa consegue fazer com que os seus ouvintes pertençam a um mesmo ambiente, onde se sintam representados.

Através da análise, das entrevistas e das pesquisas, viu-se que, um novo formato radiofônico se mostrou consistente, não se deixando influenciar pelas mudanças musicais trazidas ao longo do tempo. O ritmo nativo continua forte e traz cada vez mais adeptos, mostrando o Rio Grande do Sul, seus costumes e tradições, que ao cantar as suas raízes e se orgulhar por elas, o gaúcho fortalece e intensifica a sua identidade.

BIBLIOGRAFIA

CANCLINI, Nestor Garcia. **Diferentes, desiguales y desconectados-** Mapas de La Interculturalidad. Barcelona: Editorial Gedisa, 2004.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade.** São Paulo: Paz e Terra, 2010.

CEVASCO, M.E. **Para ler Raymond Williams.**São Paulo: Paz e Terra, 2001.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais.** Bauru: EDUSC, 1999.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e da recepção. **Comunicação, mídia e consumo.** São Paulo. Vol.4, n.11, p.115-135. Nov. 2007

_____. Quando a recepção já não alcança: os sentidos circulam entre a produção e a recepção. **Revista da Associação Nacional dos programas de Pós-Graduação em Comunicação.** E-compós, Brasília, v.12, n.1, jan./abr.2009.

_____. **Cartografia dos estudos culturais: uma versão latino-americana.** Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio:** o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Sagra-Luzzato, 2001.

FERREIRA, Aurélio de Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio Eletrônico Século XXI.** Versão 3.0, novembro de 1999. Versão integral do Novo Dicionário Aurélio – Século XXI, publicado pela Editora Nova Fronteira.

FIORIN, José Augusto. **Do gaúcho ao tradicionalista:** Imagem, Identidade e Representação. Ijuí: Sapiens Virtual, 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projeto de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2002.

GRISA, Jairo Angelo. **Histórias do ouvinte:** a audiência e a técnica. Itajaí: Univale, 2003.

HAGUETTE, Tereza Maria Frota. **Metodologias qualitativas na sociologia.** 4.ed. Petrópolis: Vozes, 1995.

HALL, Stuart. The Work of Representation. In: HALL, Stuart. (Org.) **Representation.** Cultural Representations and Signifying Practices. Sage/Open University: London/ Thous and Oaks/New Delhi, 1997a.

_____. **A identidade cultural na pós modernidade.** tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 11ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

_____. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da Silva (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

_____. A centralidade da Cultura: rotas sobre as resoluções culturais do nosso tempo. In: **Revista Educação e Realidade**. jul/dez, p. 15-46. Porto Alegre: UFRGS, 1997b.

JACKS, Nilda. **Mídia nativa: indústria cultural e cultura regional**. Porto Alegre: UFRGS, 1998.

_____. **Querência: cultura regional como mediação simbólica – um estudo de recepção**-. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1999.

JOHNSON, Richard. **O que é, afinal, Estudos Culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

JUNIOR, Objetiva. **Relatório de consultoria de pesquisa de mídia**. UFSM, agosto 2013.

KOPPLIN, Elisa. FERRARETO, Luiz Artur. **Técnica de redação radiofônica**. Porto Alegre: Sagra: DC Luzzatto, 1992.

LISBOA FILHO, Flavi Ferreira. A gauchidade midiática no RS: apontamentos sobre a cultura regional da mídia. **Revista Comunicação midiática**. Vol.7, n 1, p. 40-57, jan./abr. Santa Maria: UFSM, 2012.

MORENO, Elisa. Las radios y los modelos de programación radiofônica. **Comunicación y Sociedad**. Vol XVIII. n 1. Universidad de Navarra, 2005.

_____. La radio de formato musical: concepto y elementos fundamentales. **Comunicación y Sociedad**. Vol XII. n 1. Universidad de Navarra, 1999.

MUSSOLIM, João Batista César. **Entrevista concedida** no dia 15 de agosto de 2013.

PIMENTEL, José Gustavo Pano. **Entrevista concedida** no dia 13 de setembro de 2013.

PRADO, Emilio. Estrutura da informação radiofônica. São Paulo: Summus, 1989.

PERUZZOLO, Adair Caetano. **A comunicação como encontro**. Bauru, SP: Edusc, 2006.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**/ Tomaz Tadeu da Silva (org). 9.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e Diferenças: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

ZAPPE, Cláudio. **Entrevista concedida** no dia 12 de agosto de 2013.

ANEXOS

Anexo 1- Perguntas realizadas ao proprietário da Rádio Nativa de Santa Maria, Cláudio Zappe

1. Como surgiu a ideia de criar a Rádio Nativa? E a sua programação?
2. Como tu achas que foi possível manter uma rádio com apenas um segmento?
3. Vocês nunca pensaram em fazer algum programa de cunho jornalístico, onde traria a cultura gaúcha, entrevistas com o pessoal de CTG e MTG, por exemplo?
4. Qual a importância de ter uma rádio neste estilo, principalmente aqui em Santa Maria.
5. Vocês fazem cobertura de eventos, como Tertúlia e outros festivais?
6. Vocês têm o hábito de transmitir festivais?
7. Na programação, o que vocês têm de programas ao vivo, já que a maioria dos programas são gravados?
8. A rádio segue o mesmo pensamento e ideais desde a sua fundação?
9. Como é a participação do público ouvinte?
10. Vocês fazem pesquisa de opinião para saber a audiência da rádio?
11. Quais as cidades de abrangência da Rádio Nativa?

Anexo 2- Perguntas realizadas ao programador da Rádio Nativa, José Augusto Pano Pimentel:

1. Como é feita a programação da Rádio Nativa? Como que tu começa a pensar nas músicas que irão ao ar?
2. Então tu fazes só a programação gravada. Os programas ao vivo ficam a cargo dos locutores?
3. Como tu fazes a escolhas das músicas? Tu tens um arquivo de músicas muito grande?
4. A programação é feita de quantos em quantos dias? É mensal? Ou quinzenal?
5. Como funciona o esquema que vocês utilizam das nomenclaturas, as siglas, que indicam o tipo de música?
6. E tu sentes dificuldade na hora de escolher as músicas por causa dessa delimitação?
7. E se, por exemplo, assim, liga um ouvinte e diz ‘ a eu fui em tal festival e gostei de tal música’, vocês tocam essa música, vão atrás para conseguir ela?
8. E como tu montas o roteiro das músicas?
9. E como é a participação do público, o pessoal liga pra cá e pede música?
10. Desde que tu começaste na rádio até agora, que diferença tu viu na grade de programação? Como as músicas nativistas se encaixam dentro de uma identidade do gaúcho?
11. Vocês não tocam músicas como o estilo tchê music?

Anexo 3- Perguntas realizadas ao operador de áudio da Rádio Nativa, João Batista César Mussolim:

1. Como se deu o surgimento da Rádio Nativa?
2. Porque a escolha do segmento Nativista?
3. Como é vista a audiência da Rádio Nativa?
4. Como trabalha a Rádio Nativa?
5. Explique um pouco como funciona a programação da Rádio.
6. Como é o trabalho de vocês com os festivais?
7. Como tu consideras que o gaúcho pode ser inserir na Rádio Nativa?
8. Qual a importância de ter uma rádio de cunho nativista para Santa Maria e região?
9. Porque não ter um programa de cunho mais jornalístico na Rádio?
10. Qual é o fator principal da Nativa para durar tanto tempo tendo apenas um segmento?
11. Vocês fazem algum tipo de reunião de pauta?