

# Alô Pantanal: construção e recepção do imaginário pelas ondas do rádio<sup>1</sup>

Wilson Corrêa da Fonseca Júnior<sup>2</sup>

## Introdução

Produzido há cerca de trinta anos na cidade de Corumbá-MS, pela Rádio Difusora Matogrossense Limitada, o programa “Alô Pantanal” é veiculado diariamente em ondas médias (AM), a partir das doze horas, tendo como principal característica a transmissão de avisos destinados à população rural. O nome do programa deve-se ao fato da maior parte do território de Corumbá (61.819 km<sup>2</sup> ou 99,2%) encontrar-se dentro dessa imensa planície inundável localizada na divisa entre o Brasil, Bolívia e Paraguai: o Pantanal.

Embora a população desse município disponha de mais um programa do gênero — “A Hora do Fazendeiro”, transmitida pela Rádio Clube a partir das doze horas e trinta minutos — este trabalho adotou o “Alô Pantanal” pelo fato dele ser o mais tradicional e haver sido identificado pelo antropólogo Álvaro Banducci Júnior (1995) como importante elo entre os vaqueiros da Nhecolândia<sup>3</sup>, e a rede de parentesco ali existente. Quanto à Rádio Difusora, trata-se de uma das emissoras mais antigas do Brasil por ter sido fundada em 1934, sendo que atualmente encontra-se sob a responsabilidade de Uriel Raghiant e Caibar Silva Pereira e faz parte da Rede Bandeirantes de Rádio. A abordagem sobre o programa “Alô Pantanal”, enquanto objeto de pesquisa, envolve algumas referências teórico-metodológicas que são colocadas a seguir.

## 1. Os meios e suas mediações

Das correntes teóricas existentes sobre os meios de comunicação de massa, Jesús Martín-Barbero (1997) considera a Escola de Frankfurt uma das mais significativas para a reflexão crítica latino-americana. Entretanto, a superação dos debates entre *apocalípticos* e *integrados*, só virá a ocorrer, na opinião de Barbero (1997), com o francês Edgar Morin, que nos anos sessenta procurou

---

<sup>1</sup> Trabalho elaborado originalmente como dissertação de mestrado. Ver FONSECA JR., Wilson Corrêa da. “Alô Pantanal: estudo sobre a relação entre um programa de rádio e três comunidades rurais do município de Corumbá-MS”. São Bernardo do Campo, Universidade Metodista de São Paulo, 1998.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação Social. Jornalista da Embrapa.

<sup>3</sup> sub-região do Pantanal, localizada em Mato Grosso do Sul.

combinar o pessimismo dos frankfurtianos com o otimismo dos teóricos norte-americanos, recorrendo a Freud e sua proposta sobre os mecanismos de identificação e projeção<sup>4</sup>. Como decorrência dessa operação, Morin concluirá que a verdadeira *mediação* da cultura de massa é a comunicação do real com o imaginário. Ou seja, sua função é proporcionar apoios imaginários à vida prática e pontos de apoio prático à vida imaginária<sup>5</sup>.

Essa visão sobre a indústria cultural enquanto mecanismo de intercâmbio entre realidade e ficção será novamente colocada em pauta nas décadas seguintes, mas por caminhos diferentes dos trilhados por Morin, pelos quais se verifica um debate de fundo envolvendo concepções sobre cultura e ideologia. Nos anos oitenta, a antropóloga Ondina Fachel Leal (1986) se propôs a pesquisar a recepção de uma novela da Rede Globo (*Sol de Verão*) para saber como um bem cultural é reelaborado a partir do cotidiano das pessoas. Sua conclusão é que o repertório ideológico da novela e as práticas cotidianas dos telespectadores encontram-se estreitamente ligadas, como estão um texto e seu contexto, não sendo possível separar a noção de *ideologia* da noção de *cultura*. Já o antropólogo Everardo Rocha (1995b) se propõe a fazer o inverso de Leal: desvendar a natureza da sociedade presente *dentro* da indústria cultural pela análise de seus sistemas simbólicos. No final ele conclui que, enquanto na sociedade real vigora o tempo histórico, a economia baseada na produtividade, a valorização da individualidade e o poder exercido pelo Estado, na sociedade imaginária prevalece o tempo cíclico, o estímulo à ociosidade, à valorização das relações pessoais e, finalmente, um poder exercido pela persuasão: ninguém é obrigado pela força, e sim convencido pelo valor de prestígio ou pelas práticas de sedução.

Se a abordagem de Everardo Rocha (1995b) é passível de crítica pelos gramscianos ao propor o estudo de aspectos imanentes de uma cultura, cujo significado está sujeito à dinâmica das assimetrias sociais, sua conclusão merece ser levada em conta, pelo menos quanto ao aspecto econômico. Autores como Herbert Marcuse, Daniel Bell e o próprio Martín-Barbero já haviam reconhecido a contradição de uma economia regida pela racionalidade do rendimento e da disciplina, e uma cultura que coloca a

---

<sup>4</sup> MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no século XX: Neurose*. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1997.

<sup>5</sup> Ao justificar a presença do imaginário na indústria cultural Morin, esclarece que “o imaginário se estrutura segundo arquétipos: existem figurinos-modelo do espírito humano que ordenam os sonhos e, particularmente, os sonhos racionalizados que são os temas míticos ou romanescos. Regras, convenções, gêneros artísticos impõem estruturas exteriores às obras, enquanto situações-tipo e personagens-tipo que lhes fornecem as estruturas internas. Ora, toda estrutura constante pode conciliar com a norma industrial”. Conforme MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX... op.cit.*, p.26. Outras definições de imaginário podem ser encontradas em Japiassu & Marcondes, entre elas, “produto da imaginação, que não tem existência real” e “conjunto de representações, crenças, desejos, sentimentos, através dos quais um indivíduo ou grupo de indivíduos vê a realidade e a si mesmo”. Conforme JAPIASSU, Hilton; MARCONDES, Danilo. *Dicionário*

espontaneidade e a experimentação pessoal como o valor supremo<sup>6</sup>. Esse debate envolvendo os enfoques estruturalista e histórico no estudo dos fenômenos comunicacionais, parece ter sido superado pelo inglês John B. Thompson (1995), professor e pesquisador da Universidade de Cambridge, que se propôs a rever os conceitos de ideologia e cultura diante da consolidação da indústria cultural.

Embora seja possível criticar diversas idéias de Thompson a partir da interface entre seu pensamento e o de diversos autores latino-americanos (Martín-Barbero, Canclini e Orozco, por exemplo) sua importância para a elaboração deste trabalho se deve a duas razões. Em primeiro lugar à sua visão de *cultura*, que dá ênfase tanto ao caráter simbólico dos fenômenos culturais como ao fato de tais fenômenos estarem inseridos em determinados contextos sociais. Essa postura permite uma certa flexibilidade na interpretação de formas simbólicas, ao mesmo tempo em que evita o excesso de internalismo ao confrontar a interpretação do pesquisador com a opinião dos produtores e consumidores sobre o assunto investigado. O segundo motivo se deve à capacidade de Thompson (1995) em sistematizar idéias e possibilitar sua operacionalização no estudo de um determinado objeto.

## 2 A metodologia na pesquisa

Partindo da afirmação de Edgar Morin (1997) que a verdadeira mediação da cultura de massa é a comunicação do real com o imaginário, este trabalho busca compreender a relação existente entre o programa de rádio “Alô Pantanal” e três comunidades rurais do município de Corumbá - MS: Baía do Castelo, Fazendas da Nhecolândia e Assentamento Taquaral. A Baía do Castelo foi escolhida por contemplar, em grande parte, uma população de ribeirinhos cuja principal atividade econômica é agricultura de subsistência; a região da Nhecolândia, por sua vez, é ocupada por grandes e tradicionais fazendas de gado; já o assentamento Taquaral é formado por pequenos produtores oriundos de outras regiões do país.

A existência de poucos estudos em Comunicação na região tornou necessária, inicialmente, a realização de pesquisa documental (livros, jornais, teses etc.) no sentido de proporcionar uma visão abrangente sobre o município de Corumbá. A análise sobre o “Alô Pantanal” baseou-se na observação participante sobre sua produção, bem como na análise de conteúdo e estrutura de 12 programas, veiculados entre 28 de abril e 10 de maio de 1997. A investigação sobre os fatores relacionados com a audiência ocorreu por meio da aplicação, nas comunidades selecionadas, de um formulário

---

*básico de filosofia*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 1996, p.138-139. Nesta dissertação optou-se por adotar a última definição.

<sup>6</sup> MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos Meios às Mediações... op.cit.*, p.88.

estruturado em três partes, de forma a propiciar a caracterização das propriedades rurais e de suas populações, além de seus hábitos e opiniões sobre os meios de comunicação em geral e ao programa "Alô Pantanal" em particular. Por se tratar de uma pesquisa exploratória, que não requer elevado nível de precisão, a amostragem foi obtida por acessibilidade. O tamanho da amostra procurou respeitar o número mínimo de 36 pessoas para cada comunidade, correspondendo a 1 pessoa por família, na medida em que, pela curva "normal" de Gauss, as informações a partir de 35 tornam-se redundantes. O registro das comunidades e também do programa "Alô Pantanal", serviu de subsídio para a elaboração de um documento em linguagem multimídia, disponível em CD-ROM.

### *3. O programa*

Há cerca de vinte anos, o locutor Luiz Ribeiro Quidá, encontra-se no comando de um dos programas mais populares da Rádio Difusora Matogrossense, que opera em ondas médias (AM), na frequência de 1.360 khz. Equipada com um transmissor de 2.500 watts, a Difusora leva sua programação até um raio de 250 quilômetros, graças às características da região pantaneira (plana e alagada), que facilitam a propagação das ondas eletromagnéticas. Antes de Luiz Ribeiro Quidá, o "Alô Pantanal" era conduzido pelo locutor Ronaldo Ney, que em 1979 transferiu-se para a Rádio Clube de Corumbá, emissora concorrente, onde começou a fazer "A Hora do Fazendeiro". Com o tempo, ambos conseguiram imprimir características próprias a seus programas. Atualmente, uma das diferenças mais evidentes refere-se à utilização de músicas. Em "A Hora do Fazendeiro" elas são executadas constantemente, intercaladas entre a leitura dos avisos. No "Alô Pantanal", as músicas são agrupadas numa seleção e apresentadas no final do programa, após a locução de todas as mensagens. Apesar de terem o mesmo objetivo, o produto da Difusora confirma sua tendência para o gênero radiofônico de serviço, enquanto o da Rádio Clube tende para o gênero de entretenimento.

Além dessas diferenças, um fator de ordem técnica está relacionado com a audiência desses programas. Até 1981, a Rádio Clube possuía apenas 250 watts de potência, quatro vezes menos que a Difusora, que então apresentava 1 kilowatt. Dessa forma, o programa "Alô Pantanal" poderia atingir um número maior de pessoas no meio rural que "A Hora do Fazendeiro". Em setembro daquele ano, a Rádio Clube ampliou sua potência para 5 kilowatts, o que significa uma abrangência de até 400 quilômetros. No ano seguinte, a Difusora também investiu nesse aspecto, conseguindo chegar a 2,5 kilowatts, metade da potência da Rádio Clube. A partir desse momento, o programa "A Hora do Fazendeiro" passou a apresentar, tecnicamente, a possibilidade de superar o "Alô Pantanal" em número de ouvintes. Entretanto, o programa "Alô Pantanal" parece ter se beneficiado pelo tempo de

permanência no ar, sendo melhor incorporado aos hábitos da população corumbaense. Talvez seja essa uma das razões pela qual o antropólogo Álvaro Banducci Júnior (1995:74) tenha encontrado nesse programa a importante função de elo de ligação entre os vaqueiros da Nhecolândia e a rede de parentesco ali existente.

O “Alô Pantanal” também apresenta diferenças entre sua transmissão durante a semana e sua edição dominical. Isso ocorre pelo fato de o domingo ser um dia atípico na programação das rádios, além do programa ser conduzido por outro locutor. No período analisado, Luiz Ribeiro Quidá foi substituído por Santos Nunes. É interessante notar como o comportamento de cada locutor interfere no conteúdo do programa. No domingo referente ao dia 4 de maio de 1997 foi constatada bastante interferência de Santos Nunes na leitura dos avisos. Quando as mensagens referiam-se à comemoração de aniversários, por exemplo, o locutor gentilmente estendia os cumprimentos da rádio e do programa aos aniversariantes. Essa intervenção foi raramente observada no caso de Luiz Ribeiro Quidá, que utiliza outros recursos para se aproximar do público.

#### *4.O discurso do locutor*

O resultado da comparação entre diversos programas demonstra com muita evidência que um dos grandes fatores responsáveis pela singularidade do “Alô Pantanal” deve-se ao vínculo existente entre esse tipo de produto radiofônico (programa de avisos) e o desempenho de seu principal locutor. Esse vínculo pode ser observado, logo de início, na locução da palavra “alô”, que vai além da identificação do programa (“Alô Pantanal pela Difusora Mato-grossense”). Em determinados momentos o “alô” é também utilizado na forma de interjeição, como sinônimo da palavra “atenção” (“Atenção fazenda Palmeirinha, alô Lenilda...”), ou mesmo como saudação (“Alô amigo pantaneiro...”); outras vezes, aparece enquanto substantivo, como sinônimo de “aviso” (“...quem manda o alô é o Delano”). Ou seja, a freqüente utilização da palavra “alô”, sob diversas formas, acaba contribuindo para fixar o nome do programa junto a sua audiência. Além do mais, quando a locução de Luiz Ribeiro se manifesta em ritmo lento ou moderado, às vezes a pronúncia da palavra “alô”, seguida de breve silêncio, deixa em suspenso (e em suspense), por alguns instantes, a intenção do locutor. Uma intenção que pode ser apenas a identificação do programa, a publicidade de um dos anunciantes ou até mesmo a locução de algum aviso<sup>7</sup>. Por isso a palavra “alô” também serve como elo entre alguns tipos de informação apresentados no programa, uniformizando-os e submetendo-os ao mesmo discurso.

---

<sup>7</sup> A utilização da palavra “alô”, como interjeição, no início dos avisos, é raramente utilizada, sendo substituída pela palavra “atenção”.

A vinculação entre o locutor e o programa verifica-se ainda com o uso da palavra “larilalá” e suas derivações. Adotada geralmente como interjeição de indignação, principalmente frente às dificuldades encontradas pelo locutor na leitura de alguns avisos (“...larilalá, hein?”- 013), essa palavra também está associada ao apelido de Luiz Ribeiro, mais conhecido como “Lalá”, ou mesmo “Larilalá”. A melhor prova dessa vinculação é a existência de uma vinheta promocional, normalmente transmitida em outros espaços da programação, que associa “Alô Pantanal” e “Larilalá”. Outra derivação refere-se ao verbo “larilando”, no gerúndio, utilizado por Luiz Ribeiro como sinônimo do ato de ouvir o programa “Alô Pantanal”. Em outro momento foi observada a locução de “larilalá” como interjeição, porém no sentido de aprovar e valorizar um certo ouvinte que se supunha estar sintonizado no programa.

A utilização da palavra “larilalá” pelo locutor parece estar associada a uma estratégia discursiva, que pode ser melhor compreendida pelo conceito de *persona* (ou *personae*, no plural). Originalmente, esse termo latino designava “a máscara que o ator usava para encarnar o personagem representado por ele”<sup>8</sup>. Nos dias de hoje, o termo é utilizado na área de Comunicação para auxiliar na investigação de certas formas de comunicação pública, tais como o discurso de palanque, o artigo assinado em jornal ou a locução radiofônica, em que é possível distinguir várias falas na voz do comunicador: a sua palavra individual e a de personagens cujo *script* ele assume no decorrer de sua mensagem<sup>9</sup>.

Baseado nas referências colocadas anteriormente é possível afirmar que o primeiro papel desempenhado por Luiz Ribeiro Quidá é o de locutor radiofônico, *persona explícita* derivada de sua função e capacidade oficial<sup>10</sup>. Nessa função reside aquilo que Marilena Chauí denomina de *emissor autorizado*, pois “a Comunicação de Massa funda-se no pressuposto de que tudo pode ser mostrado e dito ou de que tudo é mostrado e dizível, desde que estabelecidos critérios autorizando quem pode mostrar e dizer e quem pode ver e ouvir”<sup>11</sup>. Nesse sentido, a função de locutor numa emissora radiofônica já qualificaria Luiz Ribeiro Quidá, de antemão, como o *especialista* possuidor de determinados conhecimentos que o autorizam a falar<sup>12</sup>. Em depoimento a este trabalho, o locutor apresenta elementos que parecem confirmar seu papel de especialista; porém justifica sua qualificação como fruto de mérito pessoal (capital cultural):

---

<sup>8</sup> HALLIDAY, Tereza Lúcia. Vozes do discurso: o conceito de persona em teoria da comunicação. *Comunicação e Sociedade*, nº 26. São Bernardo do Campo, Editora IMS, 1996, p.109.

<sup>9</sup> HALLIDAY, Tereza Lúcia. *op.cit.*, p.109.

<sup>10</sup> *Ibidem*, p.112.

<sup>11</sup> CHAUI, Marilena. *Conformismo e residência: aspectos da cultura popular no Brasil*. São Paulo, Brasiliense, 1993, p.31.

<sup>12</sup> *Ibidem*, p.31.

*“(...) O pessoal da zona rural não tem muito estudo mas eles conseguem se comunicar, escrevem meio errado, mas a gente entende o que eles querem, a mensagem que eles querem transmitir. Quer dizer, eu acho que vai do jeito e também da **experiência** (grifos meus). Por exemplo, uma pessoa para trabalhar em farmácia tem que aprender a ler a letra do médico, senão ele bagunça a coisa toda, porque... vai olhar assim, não sabe e... vai chutar? ‘Deve ser este remédio’. Não dá, né? No Alô Pantanal a gente tem que entender. A menina aí (a secretária do programa), quando ela encontra algo meio fora do normal ela me chama e pergunta ‘como é que é isso?’ E eu, como já tenho mais experiência, decifro a coisa e... Aí, ela entendendo, ela passa a limpo. Que passar a limpo é melhor, né? Facilita. Diminui os erros, né?”*

Como pode ser constatado nessa afirmação, a influência do locutor não ocorre somente no nível do discurso, mas na própria elaboração do programa, que por sua vez interfere no discurso, num processo cíclico. Por isso fica difícil desvincular as análises de discurso, ou mesmo de conteúdo e estrutura, do processo de produção do “Alô Pantanal”. Essa constatação levou à interrupção momentânea da investigação sobre a retórica do locutor, que passou a ser esclarecida a partir das análises de produção, conteúdo e estrutura do programa.

### *5.A produção do programa*

Embora o “Alô Pantanal” entre no ar somente ao meio-dia, sua produção tem início as sete e meia da manhã, com o recebimento das mensagens a serem transmitidas. Desde as primeiras horas da manhã, as mensagens chegam ao programa de diversas formas. Uma delas é por telefone, pelo qual os empregados dos escritórios das fazendas, instalados na cidade, ditam os avisos a serem transmitidos. Outra forma é a mensagem ser entregue por escrito, estando sujeita à reelaboração pela secretária Penha Maria de Souza, caso presente, por exemplo, problemas de legibilidade. O aviso também pode ser escrito no balcão da rádio pelo próprio emitente, que conta ainda com a opção de ditar a mensagem pessoalmente à secretária. Para registrar ou passar a limpo o conteúdo de determinado aviso, a secretária utiliza um formulário impresso em caracteres tipográficos, na cor azul-escuro, elaborado especialmente para o programa. O mesmo impresso fica à disposição do público, em cima do balcão.

Para ser transmitido pelo “Alô Pantanal” um determinado aviso está sujeito às valorizações econômica e simbólica. Em primeiro lugar ele passa pela valorização econômica, custando, no mínimo, três reais a inserção, se a extensão da mensagem não ultrapassar um número de palavras considerado

“normal” pela secretária. Caso isso ocorra, o valor da inserção sobe para cinco reais. Não existe definição explícita sobre o tamanho ideal de aviso, mas, ao comentar sobre o assunto, a secretária demonstra ter noção da engrenagem que movimenta a linha de produção do “Alô Pantanal”: dependendo de sua extensão, a mensagem pode gastar mais ou menos tempo de programa, exigindo maior ou menor esforço do locutor. Uma análise exploratória sobre vinte mensagens transmitidas pelo “Alô Pantanal”, apresentou a média de 55 palavras por aviso, pronunciadas em 39 segundos, revelando a proporção de 1,4 palavra por segundo. Essa proporção pode aumentar se o número de palavras for maior e vice-versa. Quanto menor o número de palavras, melhor será o desempenho do locutor, contribuindo para o melhor entendimento da mensagem. Uma mensagem com 26 palavras, por exemplo, foi lida no prazo de 25 segundos, praticamente uma palavra por segundo. Já outra mensagem, com 79 palavras, foi lida em 49 segundos, ou seja, 1,6 palavra por segundo.

Durante os períodos de gravação e observação do “Alô Pantanal” foi verificado que o preço cobrado pela transmissão das mensagens pode intimidar ou retardar o envio de avisos pelo público, dependendo de sua condição social. É o caso, por exemplo, de uma pessoa que tentou negociar no balcão da rádio duas inserções pelo preço de cinco reais e não conseguiu, tendo de veicular seu aviso apenas uma vez. Ou daquela mulher que justificou em seu aviso não ter passado a mensagem antes por falta de dinheiro. Em compensação, os escritórios das fazendas que aparecem com maior frequência no programa acertam com a emissora no final do mês o pagamento das inserções verificadas nesse período. Em abril de 1997, a relação dos avisos a cobrar contava com 36 clientes. Como resultado desse relacionamento entre a produção do “Alô Pantanal” e seus clientes de diversos segmentos sociais, a contabilidade geral de doze programas apresentou 537 inserções (45 por programa, em média) referentes a 333 avisos, revelando a seguinte distribuição: quinze avisos inseridos três vezes (4,5% do total de avisos), 174 avisos inseridos duas vezes (52,3% do total de avisos) e 144 avisos inseridos 1 vez (43,2% do total de avisos).

Na tentativa de contornar o pagamento pela transmissão dos avisos, os emitentes podem adotar pelo menos duas estratégias. Uma delas é embutir duas mensagens numa só, configurando-se desse modo em “aviso desdobrado”, conforme denominação utilizada neste trabalho<sup>13</sup>. Outra estratégia é transmitir as mensagens gratuitamente em outros espaços da programação da emissora, que permitem a participação do ouvinte por carta ou telefone. Segundo informações levantadas junto à integrantes da

---

<sup>13</sup> É o caso do seguinte exemplo, veiculado dia 28 de abril de 1997: “A Sandra manda avisar que fizeram boa viagem. E já estão com saudades. Oferecem todas as músicas do programa para esse povo acolhedor, daí da Colônia do Bracinho. *Este mesmo aviso vai para o Porto Santo Antônio. Sandra e família agradecem por tudo*” (grifo meu).

Rádio Difusora e diversos ouvintes, às vezes esses espaços são ocupados por locutores com pretensões à cargos políticos, portanto mais receptivos às demandas de seus potenciais eleitores. Verifica-se então uma diferença fundamental entre o “Alô Pantanal” e alguns desses programas. Enquanto no primeiro caso a transmissão de mensagens está *direcionada* para a aquisição de *capital econômico*, em outros casos a transmissão gratuita de mensagens é *permitida* visando a aquisição de *capital simbólico* (méritos acumulados, prestígio e reconhecimento associados à pessoa ou posição).

Além da valorização econômica, os avisos também estão sujeitos à valorização simbólica, principalmente quando se tratam de mensagens envolvendo intrigas familiares, que podem comprometer a idoneidade do programa e do locutor. A avaliação é feita em primeira instância pela secretária, que alerta ao emitente para a possibilidade da não divulgação da mensagem na forma original. Havendo insistência, a secretária consulta o locutor, que tem a palavra final. Se o aviso não for veiculado, o valor pago antecipadamente por sua transmissão é devolvido ao cliente.

Quando o locutor chega à rádio, minutos antes de entrar no ar, as mensagens manuscritas já foram classificadas de acordo com o número de inserções, e datilografadas em diversas folhas sulfite brancas, com essa classificação em destaque no alto da página. Nesse momento o programa de entrevistas “Farid Onze e Meia” encontra-se no final, sendo escutado no aparelho de rádio instalado numa pequena mesa, ao lado direito da secretária. Assim que esse programa termina, Penha aumenta o volume do rádio para ouvir melhor, dali a alguns instantes, o “Alô Pantanal”. A secretária continua à disposição do público para o recebimento de novas mensagens, e à disposição do locutor, que pode requisitar sua presença durante o programa, caso haja dúvidas sobre o conteúdo de algum aviso.

Ao entrar no estúdio com o material adquirido na secretaria, Luiz Ribeiro Quidá acomoda-se numa mesa circular, equipada com microfone, ficando de frente para o sonoplasta Odil Santana. Além dos avisos, em suas mãos também se encontram alguns papéis, como os textos de “merchandisings” publicitários, cuja leitura implica em fonte de renda para o locutor. O começo do “Alô Pantanal” é delimitado pelo prefixo da rádio, gravado em fita cassete, que o sonoplasta coloca no ar. Em seguida, ele aciona a segunda faixa do disco de vinil “Baile Pantaneiro”, com a música-tema do programa, a polca paraguaia “Sem Fronteiras”. Ainda com a música em execução, o locutor dá início ao “Alô Pantanal”, que tem duração aproximada de noventa minutos, podendo variar para mais ou para menos, de acordo com o número de inserções dos avisos e de outras informações. Para obter essa flexibilidade de horário, sem interferir no restante da programação, o programa termina com uma seleção musical que vai até as catorze horas.

## 6. *Estrutura e conteúdo*

A análise de conteúdo permitiu apreender que o programa “Alô Pantanal” possui sua razão de existir na transmissão dos *avisos*, que revelam a (ou indicam a necessidade de) interação e transição de pessoas entre o espaço rural e urbano por diversos motivos. Verifica-se, então, a estreita relação entre a comunicação simbólica (os avisos), a comunicação espacial (viagens e meios de transporte) e a dinâmica social (nascimento, trabalho, saúde etc.). Dinâmica que também se revela nos avisos escritos, ao confirmar a luta entre a variante lingüística e a língua padrão, já observada em programas semelhantes por Monteiro (1996), bem como o trânsito entre o público e o privado observado por Barbosa (1980) e Monteiro (1996).

Durante a transmissão do “Alô Pantanal”, os avisos são alternados com outros tipos de informação, denominados tecnicamente de “unidades de informação”. As análises conjugadas de conteúdo e estrutura possibilitaram criar uma classificação para essas unidades, que podem ser consideradas *instáveis*, *estáveis* ou *dinâmicas*, de acordo com sua possibilidade de ocorrência e localização dentro do programa. Unidades de informação *instáveis* são aquelas cuja presença diária no “Alô Pantanal” ocorre com pouca frequência por estarem sujeitas a fatores imprevistos ou pouco controláveis. É o caso da utilização de “música”, que à exceção do tema de identificação do programa, raramente é executada no período de locução dos avisos. Em contraposição a esta, a unidade de informação mais *estável* são os “spots comerciais”, que aparecem constantemente, sempre no mesmo horário, possibilitando inclusive estruturar o programa a partir de sua ocorrência. Mas nem todas as unidades presentes diariamente são passíveis de serem demarcadas em certos momentos do “Alô Pantanal”. Os “avisos” são um exemplo disso. Devido a essa mobilidade, eles são classificados como unidade de informação *dinâmica*.

A partir das análises de conteúdo e estrutura do programa “Alô Pantanal”, foram encontradas e classificadas dezessete unidades de informação: **a) Unidades de Informação Estáveis:** 1) *Tema*: Refere-se à música-tema do programa, a polca paraguaia “Sem Fronteiras”; 2) *Hora*: Informação sobre as horas, anunciada, em média, nove vezes por programa.; 3) *Abertura*: Mensagem padronizada em que o locutor cumprimenta seus ouvintes; 4) *Rio Paraguai*: Informação sobre a altura do Rio Paraguai em diversos pontos de seu curso; 5) *Atrações*: Anúncios da próxima unidade de informação do programa ou da programação da rádio; 6) *Vinheta*: Produto radiofônico de curta duração, visando a promoção institucional da emissora; 7) *Comercial*: Inserção de spots com o objetivo de vender algum produto; 8) *Prefixo*: Peça radiofônica cuja principal finalidade é a identificação e promoção da emissora; 9) *Sorteio*: Sorteio transmitido ao vivo da sede da Organização Lotérica “Galo de Ouro”; **b) Unidades de Informação Instáveis:** 10) *Música*: A utilização de

músicas, que não sejam o tema do programa é muito pouco verificada; 11) *Bandsat*: Boletim noticioso transmitido via satélite pela Rede Bandeirantes de Rádio; c) **Unidades de Informação Dinâmicas**: 12) *Merchandising*: Peça publicitária testemunhal, alicerçada na credibilidade do locutor; 13) *Abordagem*: Saudação do locutor a determinado ouvinte; 14) *Identificação*: Identificação do programa, às vezes utilizada para manter o ritmo do programa; 15) *Aviso*: Recados para pessoas que estão no campo; 16) *Comentário*: Unidade de conteúdo opinativo, realizada pelo locutor das seguintes formas: a) como repreensão, correção e orientação à secretária do programa ou ao emitente do aviso, quando alguma mensagem apresenta problemas de legibilidade ou falta de sentido; b) como julgamento de valor sobre o conteúdo das mensagens; c) como reivindicação ao poder público de melhorias na cidade; 17) *Chamada*: mensagem de interesse geral, transmitida pelo locutor.

### 7. As comunidades

Em termos quantitativos, a análise de conteúdo revelou a presença de diversos tipos de localidades e propriedades rurais. Durante doze dias, os avisos, chamadas e abordagens citaram três assentamentos rurais, três chácaras, 31 sítios, 152 fazendas, doze retiros<sup>14</sup>, 25 localidades (portos, baías, beira de rio, etc.) e seis outras denominações (geralmente, comitivas e lanchas em trânsito no Pantanal). Levando em conta a classificação do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA) sobre a dimensão das propriedades rurais, é possível afirmar que 80% das propriedades citadas são empresas rurais ou latifúndios, enquanto 20% são minifúndios<sup>15</sup>. Sob o aspecto sócio-econômico, a unidade produtiva preponderante são as fazendas de gado, tendo sido constatado ainda diversas populações ribeirinhas instaladas às margens dos rios Taquari e Paraguai, além dos já citados assentamentos rurais.

Outra indicação quantitativa refere-se aos temas dos avisos, que revelam, em sua maior parte, o trânsito de pessoas entre o campo e a cidade, além das relações de trabalho e parentesco. Relações essas que se verificam, de forma bastante evidente, nas comunidades localizadas dentro do Pantanal, sendo praticamente inexistente nas mensagens referentes aos assentamentos rurais. Ainda que a vida das pessoas citadas no programa sejam expostas de alguma forma, o locutor Luiz Ribeiro Quidá, não considera que o “Alô Pantanal” possa ser considerado um espelho do cotidiano dos emitentes e

---

<sup>14</sup> Os retiros são definidos por Banducci Júnior (1995) como “locais estratégicos onde se constroem currais, para trabalhar o gado disperso nos pastos mais distantes em relação à sede, e casas ou galpões para abrigar os vaqueiros”.

<sup>15</sup> Para chegar a esse percentual foram quantificados apenas os assentamentos, chácaras, fazendas e sítios, que totalizaram 189 propriedades. Os retiros não foram considerados por já fazerem parte das fazendas.

destinatários dos avisos, por apresentar apenas fragmentos da realidade. Quanto à opinião das próprias comunidades sobre o programa, os resultados foram os seguintes:

#### Fazendas da Nhecolândia

A Nhecolândia é uma sub-região do Pantanal caracterizada por grandes fazendas de criação de bovinos, com 7 mil hectares em média. De todas as comunidades pesquisadas, a Nhecolândia foi a que apresentou os melhores índices de audiência do “Alô Pantanal” (74%), enquanto o programa “A Hora do Fazendeiro” foi citado por apenas 5% dos entrevistados. As respostas mais comuns sobre a preferência pelo “Alô Pantanal” são que “a família coloca aviso só no Lalá”, enquanto “A Hora do Fazendeiro” é apontada pelos entrevistados como um programa direcionado aos moradores do Paiaguás, região mais distante que a Nhecolândia, onde as ondas da Rádio Clube chegam com maior potência. Outra razão para a escolha do “Alô Pantanal” parece estar relacionada ao discurso do locutor, pois diversas pessoas disseram que “o Lalá fala o aviso mais declarado que o Ronaldo Ney”.

#### Assentamento Taquaral

Com a maior parte de seu território localizado no planalto que envolve o Pantanal, na sub-região municipal de Jacadigo e Albuquerque, O Projeto de Assentamento Taquaral é formado por 394 parcelas, com lotes variando entre 12 e 18 hectares cada. A maior parte de seus habitantes (77%) são oriundos de outros municípios e sobrevivem da agricultura de subsistência, cuja produção excedente procuram vender na cidade, distante 12 km do assentamento. Das comunidades analisadas, o Assentamento Taquaral foi o que apresentou os menores índices de audiência para o programa "Alô Pantanal" (8%), sendo que 72% dos entrevistados estão habituados a ouvir na parte da manhã a rádio Difusora e o programa “Festa na Fazenda”. A grande audiência desse programa certamente está relacionada ao papel de gaúcho, desempenhado por João Elias, que vai ao encontro da origem de boa parte dos habitantes do Taquaral. Outra razão se deve ao envolvimento pessoal desse locutor, que possui pretensões políticas, com a referida comunidade. Quanto à pequena audiência do programa “Alô Pantanal”, uma das principais razões pode estar na proximidade do assentamento com a cidade, que reduz a utilização do rádio como meio de contato entre as pessoas, associada à pouca ocorrência de relações de parentesco entre os assentados.

#### Baía do Castelo

Localizada ao norte da cidade de Corumbá, a baía do Castelo é uma lagoa marginal ao rio Paraguai, pertencendo à sua área de inundação. Nessa região vivem cerca de 31 famílias, cujas moradias

estão dispostas em linha, à margem da Baía. Atualmente, das 16 propriedades rurais existentes, a maioria (62,5%) possui menos de 100 ha, onde é praticada a lavoura de subsistência, a criação de pequenos animais e a fabricação de farinha de mandioca. Somente três propriedades, com área superior a mil ha, possuem na criação de bovinos sua principal atividade econômica. Nessa localidade, os programas de rádio com maior audiência são “A Hora do Fazendeiro” (80%), transmitido pela Rádio Clube, e o “Alô Pantanal” (48%), transmitido pela Rádio Difusora. Diversos fatores parecem estar associados a esses percentuais. A grande audiência de “A Hora do Fazendeiro” pode ser explicada pela capacidade técnica de transmissão da Rádio Clube, que chega à Baía do Castelo “mais forte” ou “mais limpa”, conforme o depoimento de vários ouvintes. Outro fator positivo refere-se ao discurso de Ronaldo Ney, “que brinca mais com a gente”, enquanto “o Lalá não tem muita intimidade”. Para alguns entrevistados, a intimidade de Ronaldo Ney é motivada por questões políticas, na medida em que esse locutor chegou a se candidatar para vereador em Corumbá, mantendo contato pessoal com os moradores da Baía do Castelo.

## 8. Resultados

A partir das informações levantadas, é possível assim considerar o “Alô Pantanal”:

**1) O Contexto:** Em seu aspecto contextual, o “Alô Pantanal” pode ser caracterizado como um programa realizado por uma rádio com mais de sessenta anos de existência, cuja estrutura e administração ainda reflete o estilo *capitão de indústria*<sup>16</sup>, mas inserida num contexto em que se verificam no país profundas transformações gerenciais e tecnológicas no negócio radiofônico.

**2) Conteúdo:** O conteúdo do “Alô Pantanal” revela a preponderância dos avisos sobre as demais unidades de informação, constituindo-se em importante indicador da audiência do programa no meio rural.

**3) Estrutura:** Quanto ao aspecto estrutural, o próprio processo de análise do “Alô Pantanal” levou à sua segmentação em blocos, tendo como referência os spots. Essa divisão permitiu perceber que as partes selecionadas apresentam padrões muito semelhantes, como se fossem uma versão reduzida do programa como um todo. A combinação das unidades de informação, refletidas nessa estrutura, direcionam o programa para o gênero de serviço.

---

<sup>16</sup>Conceito criado por Fernando Henrique Cardoso em seu livro *O empresário industrial e desenvolvimento econômico no Brasil* (São Paulo, Difel, 1972) e utilizado por Renato Ortiz em *A moderna tradição brasileira* (São Paulo, Brasiliense, 1988) na análise da atuação dos empresários brasileiros da indústria cultural. *Capitão de indústria* é o empresário que tira ‘dinheiro de pedra’, em contraposição ao empresário *manager*, o homem

**4) A "Essência Rural":** O fato dos emitentes e destinatários dos avisos serem oriundos, em sua maioria, do Pantanal, não é suficiente para caracterizar o “Alô Pantanal” como um programa “essencialmente” rural. Na realidade, os avisos são intermediados pelo processo de produção da *indústria* cultural (grifo meu), em que se verifica a padronização das mensagens em formulário específico, além da interferência do locutor. Por meio de suas intervenções, Luiz Ribeiro Quidá orienta a secretária do programa e os emitentes dos avisos sobre a maneira “correta” de produção das mensagens. Por isso é possível afirmar que, mesmo antes de serem escritos, os avisos já estão sujeitos à intermediação do programa.

**5) As Valorizações:** Outro aspecto importante da produção do “Alô Pantanal” refere-se às valorizações econômica e simbólica das mensagens. No primeiro caso, o preço cobrado pela Rádio Difusora, de três ou cinco reais por cada inserção de aviso, pode restringir a participação, no programa, de segmentos sociais com baixo poder aquisitivo. No segundo aspecto, os avisos estão sujeitos à valorização simbólica, principalmente quando se tratam de intrigas amorosas ou familiares, cuja veiculação pode comprometer a idoneidade do programa ou do locutor.

**6) Controle Social:** Os problemas enfrentados pela produção do programa em relação ao conteúdo aparente, ou do suposto conteúdo subjacente dos avisos, relevam a necessidade de controle, por parte do *status quo* (representado pela indústria cultural ou autoridades competentes) da manifestação de determinados segmentos sociais, de forma que essa manifestação não ultrapasse um nível considerado socialmente aceitável.

**7) Aspecto Intencional:** A interface entre a observação participante e a análise de conteúdo permitiu descobrir que nem todas as informações presentes num produto da indústria cultural, podem ser apontadas como resultado de ação intencional, no sentido de influenciar a audiência. A *identificação* do “Alô Pantanal” é um exemplo disso, pois a presença do grande número de inserções dessa unidade foi motivada pela necessidade física do locutor, que apresentava problemas de visão. Pronunciada de forma automática, a *identificação* permitia a Luiz Ribeiro o intervalo de alguns instantes para a leitura e compreensão da mensagem a ser falada no momento seguinte.

**8) A realidade e a ficção:** O programa “Alô Pantanal” não pode ser considerado uma reprodução “fiel” da realidade, na medida em que o conteúdo dos avisos é intermediado pelo conjunto de representações, crenças, desejos e sentimentos (ou seja, pelo imaginário) do locutor. A análise de discurso permite afirmar que o papel representado por Luiz Ribeiro Quidá se sustenta na figura da

autoridade. Essa autoridade pode se manifestar na *persona* implícita do especialista, que orienta sobre a forma “correta” de produção do aviso, ou na *persona* implícita do juiz, quando toma partido sobre determinados assuntos revelados nos avisos, ficando ao lado do emitente ou do destinatário.

**9) O Programa e as Comunidades:** Esses papéis representados pelo locutor podem coincidir ou não com os valores e as expectativas dos diversos segmentos sociais que compõem o meio urbano e rural de Corumbá, contribuindo para a maior ou menor aceitação do programa.

**10) Indicador Social:** Embora não seja uma reprodução “fiel” da realidade, mas sua representação, o “Alô Pantanal” pode servir como importante indicador das transformações sociais, econômicas e culturais verificadas na região. Um exemplo disso é a divulgação de leilões de gado, fenômeno recente e posterior ao início da existência desse programa.

## 9. Conclusão

Diante da afirmação de Edgar Morin sobre o papel da indústria cultural como mediadora entre a ficção e a realidade, é possível dizer que, embora a sociedade real seja a matéria-prima do “Alô Pantanal”, sua presença nesse programa é transformada pelo processo de produção da indústria cultural e pela intervenção do imaginário do locutor. Essa sociedade imaginária, por sua vez, pode vir ao encontro dos valores de determinados segmentos da sociedade real, não constituindo-se necessariamente, em unanimidade social.

## 10. Referências bibliográficas

BANDUCCI JR, Álvaro. 1995. *Sociedade e Natureza no Pensamento Pantaneiro: Representação de Mundo e o Sobrenatural entre os peões das Fazendas de Gado na Nhecolândia (Corumbá/MS)*. São Paulo, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (dissertação de mestrado)

BARBOSA, Walmir de Albuquerque. 1980. *O regatão e suas relações de comunicação na Amazônia*. São Paulo, Universidade de São Paulo. (dissertação de mestrado).

BIANCO, Nélia R. Del. 1996. Tendências da programação radiofônica nos anos 90 sob o impacto das inovações tecnológicas. In: *XIX Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*. Londrina, Universidade Estadual de Londrina.

CANCLINI, Néstor Garcia. 1997. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo, Editora da Universidade de São Paulo (Ensaio Latino-americanos, 1)

CHAUÍ, Marilena. 1993. *Conformismo e resistência: aspectos da cultura popular no Brasil*. São Paulo, Brasiliense.

- HALLIDAY, Tereza Lúcia. 1996. Vozes do discurso: o conceito de persona em teoria da comunicação. *Comunicação e Sociedade*, n° 26. São Bernardo do Campo, Editora IMS.
- LEAL, Ondina Fachel. 1986. *A Leitura social da novela das oito*. Petrópolis, Vozes.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. 1988. *Rádio dos Pobres: comunicação de massa, ideologia e marginalidade social*. São Paulo, Edições Loyola.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. 1997. *Dos Meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ.
- MONTEIRO, Ierecê Barbosa. 1996. *Favor transmitir ao destinatário (uma análise sociológica dos avisos de rádio no Amazonas)*. Manaus, Ed. da Universidade do Amazonas.
- MORIN, Edgar. 1997. *Cultura de Massas no século XX: Neurose*. Rio de Janeiro, Forense Universitária.
- ROCHA, Everardo P. Guimarães. 1995b. *A Sociedade do sonho: comunicação, cultura e consumo*. Rio de Janeiro, Mauad.
- THOMPSON, John B. 1995. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis, Vozes.