



A TV GLOBO EM DUAS COMUNIDADES RURAIS DA PARAÍBA

UM ESTUDO SOBRE A AUDIÊNCIA DA TELEVISÃO
EM DETERMINADOS GRUPOS SOCIAIS

OSVALDO MEIRA TRIGUEIRO





Universidade Estadual da Paraíba
Prof^a. Célia Regina Diniz | *Reitora*
Prof^a. Ivonildes da Silva Fonseca | *Vice-Reitora*



Editora da Universidade Estadual da Paraíba
Cidoval Moraes de Sousa | *Diretor*

Conselho Editorial

Alessandra Ximenes da Silva (UEPB)
Alberto Soares de Melo (UEPB)
Antonio Roberto Faustino da Costa (UEPB)
José Etham de Lucena Barbosa (UEPB)
José Luciano Albino Barbosa (UEPB)
Melânia Nóbrega Pereira de Farias (UEPB)
Patrícia Cristina de Aragão (UEPB)



Editora indexada no SciELO desde 2012



Editora filiada a ABEU

EDITORA DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
Rua Baraúnas, 351 - Bairro Universitário - Campina Grande-PB - CEP 58429-500
Fone: (83) 3315-3381 - <http://eduepb.uepb.edu.br> - email: eduepb@uepb.edu.br

Osvaldo Meira Trigueiro

A TV GLOBO EM DUAS COMUNIDADES
RURAIS DA PARAÍBA:

um estudo sobre a audiência da televisão
em determinados grupos sociais



Campina Grande-PB

2025



Editora da Universidade Estadual da Paraíba

Cidoval Moraes de Sousa (*Diretor*)

Expediente EDUEPB

Design Gráfico e Editoração

Erick Ferreira Cabral

Jefferson Ricardo Lima A. Nunes

Leonardo Ramos Araujo

Revisão Linguística e Normalização

Antonio de Brito Freire

Elizete Amaral de Medeiros

Assessoria Editorial

Eli Brandão da Silva

Assessoria Técnica

Thaise Cabral Arruda

Divulgação

Danielle Correia Gomes

Comunicação

Efigênio Moura

Depósito legal na Câmara Brasileira do Livro - CDL

T828t

Trigueiro, Osvaldo Meira.

A TV Globo em duas comunidades rurais da Paraíba [recurso eletrônico] : um estudo sobre a audiência da televisão em determinados grupos sociais / Osvaldo Meira Trigueiro ; prefácio de Nilda Jacks. – Campina Grande : EDUEPB, 2025. 234 p. : il. ; 15 x 21 cm.

ISBN: 978-65-5221-158-3 (Impresso)

ISBN: 978-65-5221-157-6 (18.000 KB - PDF)

1. Jornalismo - Televisão. 2. TV Globo - Emissora de Televisão. 3. Indústria Cultural. 4. Sistemas de Comunicação. 5. Folkcomunicação. I. Título.

21. ed. CDD 384.55

Ficha catalográfica elaborada por Fernanda Mirelle de Almeida Silva – CRB-15/483

Copyright © **EDUEPB**

A reprodução não-autorizada desta publicação, por qualquer meio, seja total ou parcial, constitui violação da Lei nº 9.610/98.

A meus pais Carlos Dantas Trigueiro
Leonor Meira Trigueiro (in memóriam);

A Rosinha;

Antonio Carlos e Osvaldinho, a quem
peço desculpas pelo sacrifício;

A Anélia;

A Roberto Benjamin.

AGRADECIMENTOS I*

À comunidade do Conde em especial aos pequenos produtores rurais de Gurugi e Ipiranga com os quais trabalhamos mais intensamente.

À comunidade de São José de Espinharas principalmente as pessoas que assistem televisão na praça da cidade, que colaboraram na realização do presente estudo.

Aos extensionistas rurais da EMATER, escritório regional de João Pessoa, pelas informações sobre os agricultores do Conde.

À diretoria da Cooperativa de Eletrificação Rural do Vale das Espinharas, que nos auxiliou no deslocamento pelos municípios de Patos e São José de Espinharas.

Aos professores e colegas da UFPb, Carlos Meira Trigueiro, José Elias Borges, Felix Carvalho, Luiz Custódio da Silva, Iveraldo Lucena e Antonio Fausto Neto,

pelo estímulo, incentivo e colaboração nos vários momentos deste trabalho.

Às bibliotecárias Vera Lúcia Seabra e Marília Mesquita Guedes, da UFPb, pela valiosa orientação nos trabalhos de normalização bibliográfica.

Aos professores, colegas e funcionários do Mestrado em Administração Rural, pela fraterna convivência durante o curso.

À Maria Rosa de Faria Neves Trigueiro (minha esposa), pela sua participação em várias etapas da pesquisa de campo, pela transcrição das gravações e fixação dos textos, pelo brilhante trabalho de datilografia e sobre tudo pelo apoio nas horas mais difíceis do nosso trabalho, que seria impossível concluir sem a sua colaboração.

(*) Agradecimentos publicados na dissertação defendida em 1987.

AGRADECIMENTOS II

À Editora da Universidade Estadual da Paraíba (EDUEPB), na pessoa do professor Cidoval Moraes de Sousa por essa contribuição editorial.

Aos professores Roberto Faustino e Arão de Azevêdo por transformarem esta pesquisa em livro.

À professora Nilda Jacks pelo cuidado e presteza ao prefeciar esta obra.

Ao professor Guilherme Moreira Fernandes por articular a publicação desta obra em coedição com a Rede Folkcom.

Nota do autor

Publicar em livro a minha dissertação defendida em 1987 no Curso de Mestrado em Administração Rural da Universidade Federal Rural de Pernambuco - UFRPE, como parte dos requisitos para obtenção do grau em Administração Rural na área de Concentração em Comunicação Rural, com a orientação do professor Roberto Benjamin, tendo como título “A TV Globo em duas comunidades rurais da Paraíba: um estudo sobre a audiência da televisão em determinados grupos sociais”, tem o objetivo de trazer para a atualidade o trabalho acadêmico desenvolvido há 38 anos e apesar de todas as dificuldades para a sua realização pelo escasso acesso às referências bibliográficas, e principalmente o deslocamento dos mais de 300 quilômetros de estrada entre João Pessoa e São José de Espinharas, além das precariedades dos sistemas de comunicação para obtenção de dados. Mas, superadas essas dificuldades com o apoio da minha família, dos moradores das duas localidades estudadas, de alguns colegas da UFPB e especialmente do meu inesquecível professor e amigo Roberto Benjamin, conclui a dissertação e até hoje é reconhecida por renomados professores e pesquisadores do campo da comunicação como um dos trabalhos pioneiros no Brasil.

Não se trata de vaidade ou desejo de reconhecimento, mas uma obrigação com os meus amigos e colegas, que ao longo de todos esses anos, vêm solicitando a publicação, na íntegra, desse trabalho acadêmico e que não chegava às novas gerações de professores e pesquisadores. Não foi fácil recuperar e remontar cada capítulo analógico para transformar em digital, não foi fácil desarquivar as fotos, todas autorais, em preto e branco captadas na coleta dos dados da pesquisa de campo no período de 1984 a 1987. Outro motivo foi o convite que recebi da professora Nilda Jacks para participar do seminário em celebração aos 50 anos dos estudos pioneiros da recepção no Brasil desenvolvidos no período de 1980 a 1990.

Por sugestão do editor resolveu-se manter a publicação do livro o mais próximo possível do projeto gráfico original da dissertação. Portanto, manteve-se a ortografia e as normas da ABNT vigentes nos anos de 1987 e o corpo de letras semelhante ao da máquina de datilografia que na época era um dos mais modernos instrumentos de trabalho que o professor tinha para escrever a sua produção acadêmica.

João Pessoa, setembro de 2025

SUMÁRIO

Prólogo////////17

Guilherme Moreira Fernandes
(UFRB/Rede Folkcom)

Prefácio////////25

Nilda Jacks
(PPGCOM-UFRGS)

CAPÍTULO I

O INTERESSE NA PESQUISA COM
RECEPTORES DE TELEVISÃO////////29

CAPÍTULO II

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS////////49

1.1 Justificativa////////49

2.1 Delimitação do Campo de Observação////////56

2.2 Conhecer, conhecendo////////59

2.3 Trajetória da Pesquisa////////60

2.4 Instrumentos////////61

CAPÍTULO III

LOCALIZAÇÃO E CARACTERÍSTICAS DAS DUAS COMUNIDADES////////71

3.1 São José de Espinharas////////73

3.2 Conde////////77

3.3 As Condições de Vida no Conde e em São José
de Espinharas////////83

3.4 A Feira Regional////////91

CAPÍTULO IV

A TELEVISÃO NO CONDE E SÃO JOSÉ DE ESPINHARAS////////97

4.1 A Apropriação da Programação Televisiva pelas
Emissoras de Rádio na Região das Espinharas////////106

4.2 A Apropriação dos Bens Culturais
Difundidos pela TV////////114

CAPÍTULO V

O PAPEL DA TELEVISÃO NO DESENVOLVIMENTO DAS DUAS COMUNIDADES////////131

CAPÍTULO VI
A TELEVISÃO E AS NOVAS
RELAÇÕES DE COMUNICAÇÃO/////151

6.1 A Novela Roque Santeiro/////167

6.2 O Globo Rural/////177

6.3 O Jornal Nacional/////189

CONCLUSÃO/////203

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS/////209

DOCUMENTAÇÃO FOTOGRÁFICA/////221

PRÓLOGO

Antes tarde do que nunca: sobre o pioneirismo culturalista de Oswaldo Trigueiro

Prof. Dr. Guilherme Moreira Fernandes (UFRB/Rede Folkcom)

Eu ainda era estudante de graduação quando soube do pioneirismo da dissertação de mestrado do professor Oswaldo Trigueiro. As informações que tinha estavam ligadas à inserção na “nova abrangência da folkcomunicação” e aos “estudos de recepção”. Era evidente que houve uma inovação na forma de se perceber a Comunicação na vertente da influência dos meios de comunicação de massa, sobretudo a televisão, em uma perspectiva teórica dissonante da majoritária da época em questão.

Vi essa dissertação referenciada em alguns livros, como *Folkcomunicação no contexto da massa*, de Roberto Benjamin (2000), e *Comunicação & Recepção*, de Ana Carolina Escosteguy e Nilda Jacks (2005). Logo, questionei-me sobre a ausência de acesso à pesquisa e recorri ao próprio autor para entender os motivos disso. Estávamos em 2008 e minha grande inquietação, enquanto iniciante na pesquisa, era a de realizar uma aproximação da Folkcomunicação com os Estudos de Recepção. Ao encontrar Osvaldo no congresso da Intercom em Natal, momento em que ele coordenava o NP Folkcomunicação com várias sessões e salas lotadas, fui timidamente tentando aproximações e inserindo na conversa o motivo do ineditismo de um material cuja importância eu já conhecia.

Havia tanto uma chateação pela não publicação, como um reconhecimento da inovação da pesquisa empírica. Soube que a banca teve que ser adiada, dado que um dos integrantes era contra a premissa principal: não há receptor passivo! Tive clareza desse argumento ao ler o livro *Folkcomunicação & Ativismo Midiático*, lançado naquele ano de 2008, que trouxe trechos fundamentais da tese de doutoramento defendida em 2004. Nessa obra, há uma recuperação das conclusões da dissertação (no entanto, estranhamente, ela não é mencionada, mas sim retomada a partir de outro estudo empírico na mesma localidade), com os dizeres:

Os constituintes da audiência que ora ficam fascinados com a televisão também são capazes de rejeitar, arquivar e desapossar a sua programação, mesmo que temporariamente. [...] Mesmo nos pequenos grupos sociais de baixo nível econômico e de alfabetização, a audiência da televisão não é um procedimento passivo, mas uma atividade multidimensional de significação e de sentido. Esses grupos possuem alternativas próprias de emissão e criação na elaboração dos seus produtos culturais, emitem opiniões, fazem críticas, tomam posição e emissão da mídia hegemônica [...]. (Trigueiro, 2008, p. 22).

A argumentação continua até a máxima: “Está mais do que evidente que toda audiência é ativa, mas é necessário perguntar-se: que tipo de audiência ativa é exercida, se cada membro de um grupo de audiência tem diferentes necessidades de apropriação e uso dos sentidos midiáticos?” (Trigueiro, 2008, p. 23-24). A partir dessa indagação, a conclusão é a diferenciação entre a audiência ativa e os ativistas midiáticos, que são os responsáveis por inserir os assuntos midiáticos no contexto da audiência local. Em 2004, ano da defesa na Unisinos, e em 2008, quando o livro foi publicado, tal assertiva não causou surpresa ou comoção devido à popularização da corrente culturalista nos estudos em Comunicação. A máxima dos efeitos ilimitados e da alienação provocada pela indústria cultural já havia caído desde os estudos iniciados nos anos 1980, que ecoaram sobretudo na década seguinte.

Nessa obra, Trigueiro dialoga com Martín-Barbero e o aproxima do pensamento de Luiz Beltrão. É fluida a leitura do diagnóstico da percepção da importância dos modos de comunicação advindos do popular, além do fato de as mensagens midiáticas serem percebidas nas instâncias das redes cotidianas, onde são ressignificadas. Martín-Barbero (1997) chama atenção para a passagem dos meios às mediações, dando mais atenção às significações proporcionadas pela mediação do que aos próprios meios em si. É importante perceber que, embora em espaços diferentes, Martín-Barbero e Trigueiro produziram na mesma época e, mesmo sem diálogos, chegaram a conclusões próximas sobre a recepção televisiva e o uso social dos meios. A obra do espanhol/colombiano só foi traduzida para o português dez anos após a publicação em espanhol e teve grande repercussão sobretudo com a proposta do mapa das mediações. A de Trigueiro permanecia inédita.

Enfim, o que havia em mim era um interesse teórico em entender o pensamento comunicacional brasileiro em sua gênese. A ideia da teoria da Folkcomunicação enquanto uma forma alternativa à comunicação de massa — ortodoxa —, portanto com natureza contra hegemônica, foi o tema expresso na primeira tese de doutoramento em Comunicação no

país (Beltrão, 2001). No âmbito do conhecimento histórico, é desejável saber da continuidade dos estudos dessa vertente teórica, sobretudo os desenvolvidos nos programas de pós-graduação que estavam se expandindo e descentralizando a partir dos anos 1980.

Roberto Benjamin, ao conceber a “nova abrangência da folkcomunicação”, parte, sobretudo, das conclusões das dissertações de mestrado que ele orientou na Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), no Mestrado em Administração Rural e Comunicação Rural nos anos de 1980 e 1990. Sobre esse aspecto, diz Benjamin:

A Folkcomunicação ensinada e pesquisada na Universidade brasileira tem dado como resultado a publicação de estudos provenientes de trabalhos de campo, de reflexões teóricas e das aplicações de metodologias próprias da pesquisa. Os seus continuadores procuraram expandir a conceituação e estabelecer relação entre as manifestações da cultura popular e a comunicação de massa, incluindo em seus estudos a mediação realizada pelas manifestações populares pelos *mass media* e a apropriação pela cultura popular de aspectos da cultura de massa. Assim, os meus estudos sobre maracatu, as teses de Joseph Luyten sobre a literatura de cordel, a de Edval Marinho de Araújo sobre o folgado cavalo-marinho, a de Rute Almeida sobre almanaques de cordel são exemplos de documentação e análise de canais populares e de suas mensagens; ‘Folhetos populares intermediários no processo da comunicação’, de minha autoria, é o primeiro artigo monográfico sobre a mediação dos canais populares no processo de comunicação de massa; ‘A influência do rádio na dinâmica cultural das cantorias no Estado da Paraíba’, de Luiz Custódio da Silva, é uma pesquisa sobre os efeitos da comunicação de massa

sobre canal popular; a dissertação de Osvaldo Meira Trigueiro ‘A TV Globo em duas comunidades rurais da Paraíba: um estudo sobre a audiência da televisão em determinados grupos sociais’, é um estudo sobre os efeitos da recepção da televisão em grupos de cultura folk interligados a este *mass media*; o estudo comparativo sobre a temática do Natal, promovido por José Marques de Melo, analisa o impacto da globalização e a permanência de traços das tradições populares nas mensagens veiculadas nos jornais brasileiros. (Benjamin, 2000, p. 15).

O difícil acesso a parte dessa bibliografia apresentada por Benjamin — que, nas referências desse livro, ainda cita as dissertações defendidas no programa da UFRPE: *O cordel na estratégia de comunicação da difusão de inovações tecnológicas para o setor rural*, de Alda Maria Rodrigues de Siqueira Campos; *Agremiações carnavalescas empresariais na comunicação organizacional*, de Severino Alves de Lucena Filho; e *Estudo comunicacional do ritual ‘o menino do rancho’, dos índios Pankararu*, de Betania Maciel — tardou para a compreensão da dimensão do que hoje denominamos de “folkmídia”, ainda que o próprio Luiz Beltrão (1980) tenha começado a tencionar os dois sistemas da comunicação cultural, sobretudo em *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*.

Neste sentido, é louvável a iniciativa da editora da Universidade Estadual da Paraíba em dar visibilidade a esses verdadeiros clássicos da Folkcomunicação que permanecem desconhecidos por toda uma geração. Faço votos de que outros títulos possam ganhar o catálogo da editora e penso que as próprias indicações de Benjamin (2000) sejam um parâmetro a ser considerado.

Ao realizar uma atenta leitura do copião desse livro, percebi que é inegável a contribuição teórica do texto. No entanto, o que mais me chamou a atenção foi o protocolo metodológico estabelecido para a pesquisa empírica. Trata-se de um verdadeiro manual de pesquisa em (folk)comunicação.

ção, no qual se podem listar algumas características: a) experiência e lugar de vivência; b) sentido do comum/familiar; c) combinação de métodos e técnicas.

Dentre os méritos no âmbito da escolha do objeto empírico, que se materializa a partir de duas cidades rurbanas localizadas no estado da Paraíba — São José de Espinharas e Conde (um município recém-emancipado [1963] no litoral da região metropolitana de João Pessoa) —, destaca-se o fato de Osvaldo ser natural de Patos (distante, por estrada, 26 km de São José) e conhecer o território desde sempre. Nada ali era exótico, tudo familiar. Essa característica é fundamental para valorizar a experiência do pesquisador e situar seu “lugar de fala”. A vantagem é percebida na diversidade das fontes informantes entrevistadas em campo.

O texto — inserido no campo teórico da Comunicação — parte da história de vida cultural dos habitantes das zonas urbanas e rurais desses municípios, com a angulação da influência dos meios de comunicação, em especial da televisão, na vida cotidiana dos habitantes. Tal relato é permeado por uma narrativa contextualizada e referenciada por dados oficiais e outros tantos que foram colhidos *in loco*. Desta forma, a dissertação também se torna um documento histórico que revela o cotidiano de toda uma geração que começou a ter acesso a outras formas de cultura e entretenimento no âmbito diário. Assim como as crianças do Conde e de São José, eu também brincava de ser personagem de um desenho animado. Figurino, trilha sonora, comportamento e demais características de personagens de telenovelas ainda fazem parte do meu dia a dia, que hoje se expandiram dado o acesso que tenho a outros equipamentos culturais — o que não era uma realidade da cidade rurbarana em que nasci, no interior de Minas Gerais, onde também notei resquícios de “televizinhos”.

Por fim, destaco a percepção de que métodos e técnicas de pesquisa precisam estar articulados com o problema e os objetivos da investigação. Ao compreender as singularidades da influência da TV, Trigueiro observou que apenas a aplicação de questionários não daria conta de responder

sua questão; por isso, recorreu à entrevista em profundidade e a grupos focais, que se constituíram como o material mais substancial da análise. Todavia, o questionário e os dados quantitativos decorrentes da sistematização e cruzamento se mostraram relevantes para as informações contextuais. Essa combinação de métodos quantitativos e qualitativos foi destacada anteriormente por Escosteguy e Jacks, ao traçarem um panorama das primeiras pesquisas em meios e audiências no Brasil. Na oportunidade, apontaram que a dissertação de Trigueiro “teve como objetivo conhecer o universo sociocultural dos receptores, abordado pela conjugação da observação participante e técnicas quantitativas” (Escosteguy; Jacks, 2005, p. 85-86).

Com uma pesquisa empírica realizada entre 1983 e 1985, portanto há pouco mais de 40 anos, Trigueiro realizou uma das primeiras investigações de cunho culturalista no Brasil: nem apocalíptico, nem integrado. Ressalta-se que essa literatura ainda estava sendo construída no cenário latino-americano, o que transforma o autor em um pioneiro nessa vertente de pesquisa que destaca em sua conclusão:

A recepção da televisão em determinados grupos sociais, no caso os pequenos produtores rurais do Conde e São José de Espinharas, não se realiza de modo passivo e acrítico. [...] As classes populares têm os seus mecanismos próprios de avaliação e que devem ser melhor compreendidos pelos pesquisadores da comunicação. São critérios de avaliação do saber popular que atendem aos interesses coletivos da comunidade [...] As divergências, as contradições e os conflitos estão presentes nas relações de produção cultural das classes populares. (Trigueiro, 1987, p. 175).

Assim, ao revisitarmos a dissertação de Osvaldo Trigueiro, compreendemos não apenas o alcance pioneiro de sua contribuição, mas também a

urgência de manter viva a memória de pesquisas que ajudaram a moldar os rumos da Comunicação no Brasil. O gesto de resgatar esse trabalho, agora disponibilizado ao público, é também um ato de reconhecimento à tradição crítica da Folkcomunicação e à sua capacidade de dialogar com os desafios contemporâneos. Cabe a nós, pesquisadores, garantir que tais clássicos não permaneçam apenas como registros do passado, mas que sigam inspirando novas gerações na construção de um pensamento comunicacional enraizado em nossas realidades culturais.

Referências bibliográficas:

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: EDI-PUCRS, 2001.

BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação no contexto de massa**. João Pessoa: Ed. UFPB, 2000.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina; JACKS, Nilda. **Comunicação & Recepção**. São Paulo: Hacker editores, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios à mediação**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

TRIGUEIRO, Osvaldo M. **A TV Globo em duas comunidades rurais da Paraíba**: um estudo sobre a audiência da televisão em determinados grupos sociais. 1987. 212f. Dissertação (Mestrado em Administração Rural) Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 1987.

TRIGUEIRO, Osvaldo M. **Folkcomunicação & Ativismo Midiático**. João Pessoa: Ed. UFPB, 2008.

PREFÁCIO

Entre as pioneiras!

Nilda Jacks/PPGCOM-UFRGS

A pesquisa de Osvaldo Meira Trigueiro, fruto de sua dissertação de mestrado defendida em 1987, tem a marca do pioneirismo em várias dimensões, por isso a importância de ser publicada passados tantos anos. Ela foi desenvolvida em uma década em que havia poucos Programas de Pós - Graduação em Comunicação no país, quase todos localizados no eixo Rio - São Paulo, e o impulso para esse tipo de pesquisa apenas começava a tomar corpo.

Sua pesquisa tratou da relação dos meios de comunicação com suas audiências, no caso a televisão, em uma época que os estudos de recepção e consumo midiático eram muito poucos e parte deles desenvolvidos em outras áreas - *A ideologia sexual dos gigantes* (1981), *O Pica-Pau: Herói ou Vilão? Representação social da criança e reprodução da ideologia dominante* (1981), *O mito na sala de jantar* (1982), *O rádio dos pobres* (1983), *Muito além do Jardim*

Botânico (1985), *Leitura social da novela das oito* (1986), *Rosa Púrpura de cada dia: trajetória de vida e cotidiano de receptores de telenovela* (1986), *Telenovela e doméstica: da catarse ao distanciamento* (1988) – e entre eles, apenas esse último contemplava, de modo indireto o meio rural, ao analisar o papel da telenovela no cotidiano de empregadas domésticas de origem rural.

Dessa forma, a pesquisa de Trigueiro pode ser considerada um avanço ao contemplar o universo sociocultural dos receptores do meio rural, com a condição extra de serem de uma região não hegemônica. Em termos metodológicos, pode-se acrescentar ainda outra qualidade ao seu trabalho, a qual foi pouco explorada pelo campo, que é o estudo de comunidade, embora ele não tenha sido assim nomeado. Até então, salvo engano, apenas o trabalho de Luiz Augusto Milanesi, *O Paraíso via Embratel* (1978), configura-se nessa esfera, embora realizada em um universo urbano, ainda que numa cidade pequeno do interior paulista. Salientar essa característica parece importante para situar o trabalho de Trigueiro, pois ele analisa muitas dimensões contextuais e situacionais, históricas e econômicas, entre outras, para compor a paisagem onde se insere a televisão e seus receptores.

Além do mais, ele chega ao *locus* de seu estudo a partir de várias inserções, as quais antecederam em anos sua entrada em campo para pesquisar. Ou seja, tem um longo tempo de observação, condição rara entre os estudos acadêmicos, e utiliza-se de muitos instrumentos de pesquisa quem compõem várias técnicas, além de apropriar-se de muitos dados secundários. Destacável, portanto, também a sua preocupação com os procedimentos metodológicos, com a reflexividade das técnicas e instrumentos e de sua própria presença em campo. Em tempo de rapidez e de redes sociais como fonte de coleta e observação de sujeitos, que nem sempre são identificados, pesquisas como a dele tem seu lugar no cenário referencial, pois além desses destaques apresenta muitos outros em termos teóricos e empíricos.

Conheci a pesquisa de Trigueiro posteriormente à defesa de minha tese, que também tratava de recepção, pois na época o acesso aos trabalhos apresentados em outros Programas era muito difícil. Nada estava *on line* e a circulação era precária. Era necessário usar um sistema interbibliotecas, chamado Comut, que enviava as cópias pelo correio e tinham um custo razoavelmente alto. Para obter o *corpus* analisado no primeiro volume de Meios e Audiências (2008), por exemplo, as teses e dissertações foram fotocopiadas e postadas. As que não estavam no acervo das bibliotecas, foram enviadas por seus autores e algumas pesquisas tiveram que ser fotocopiadas diretamente na biblioteca da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP), que continha grande parte delas.

Conto isso para explicar a não inclusão em minha tese que foi defendida em 1993, e acrescento mais um fator para o atraso em incorporar a pesquisa do autor em minhas análises da produção brasileira, cujo motivo foi outro. Comecei a fazer metapesquisa com o foco nos estudos de recepção brasileiros no final dos anos 1990, quando retomo os trabalhos das décadas anteriores, cujos primeiros resultados foram publicados em *A pesquisa de recepção no Brasil: em busca da influência Latino-americana. Vinte anos de Ciências da Comunicação no Brasil: avaliação e perspectivas* (1999), onde a pesquisa aqui em foco foi finalmente incluída no cenário de minhas reflexões.

Sinto-me, portanto, muito gratificada pelo convite recebido para prefaciar essa produção tão relevante para a emergência dos estudos de recepção no Brasil.

CAPÍTULO I

O INTERESSE NA PESQUISA COM RECEPTORES DE TELEVISÃO

Este trabalho é um estudo da recepção da televisão em pequenos grupos rurais. Através dele procura-se mostrar a recepção das mensagens veiculadas pela televisão e a sua re-elaboração pelos habitantes desses núcleos comunitários, que se conhecem, desenvolvem atividades semelhantes de trabalho e lazer, com as mesmas crenças, os mesmos valores sociais, culturais, com os mesmos problemas onde o mais importante processo de comunicação se faz através das relações interpessoais. Porém, não significa que em grupos como esses não

existam divergências, interesses contrários, as inimizades familiares, da vizinhança e políticas. (1)

Desenvolvemos o nosso estudo a partir do contexto sócio-cultural das duas comunidades, considerando-se os aspectos econômicos e políticos e o significado desses fatores no processo de transformação do meio rural e a compreensão da sua realidade.

Em dezembro de 1983, um grupo de alunos e professores do Curso de Mestrado em Administração Rural, da Universidade Federal Rural de Pernambuco, do qual participei como aluno da disciplina Comunicação Rural, realizou uma viagem de estudo com a finalidade de observar os resultados alcançados pelo Subprograma de conservação de Água e Sistemas de Irrigação-CASI.

O projeto CASI tinha como objetivo básico pesquisar a viabilidade técnica e sócio-econômica de implantação e funcionamento de pequenos módulos de irrigação a nível de fazendas, com vistas à melhoria de vida dos pequenos produtores rurais e de suas famílias, localizados na região do semi-árido nordestino. Objetivava também dar apoio técnico ao agricultor, na produção e comercialização, capacitando-o a resistir aos fenômenos da seca. No aspecto social, o Programa desenvolvia ações voltadas para a educação rural, saúde e saneamento com vistas à redução do fluxo migratório rural/urbano.

A viagem teve como principal objetivo avaliar as ações desenvolvidas no Programa. Entre essas ações deveriam ser observados os processos de difusão de inovações tecnológicas propostas, seus efeitos e os impactos. Foram visitadas várias propriedades localizadas nos municípios de Caicó, a sede do CASI na região, Jar-

dim de Piranhas, Serra Negra do Norte, todos no Estado do Rio Grande do Norte e no município de Santa Luzia, no Estado da Paraíba. (2)

No primeiro semestre de 1984 acompanhamos os extensionistas da EMATER, do escritório de João Pessoa, em várias visitas ao município do Conde, no litoral Sul do Estado. Tínhamos interesse na observação dos trabalhos por eles desenvolvidos, principalmente na difusão de novas tecnologias introduzidas na produção e comercialização do inhame. Foram visitadas as comunidades de Gurugi, Ipiranga, Prensa Velha, Mituassu, Pituassu e Capim de Cheiro, todas na zona rural do município do Conde.

Mas foi em agosto do mesmo ano que realmente passamos a formular este projeto de pesquisa. Nesse período, participamos de um grupo que elaborou e executou uma pesquisa para a Empresa de Telecomunicações da Paraíba-TELPA, que estava interessada em verificar a viabilidade sócio-econômica da instalação de telefonia para a zona rural do Vale das Espinharas. (3)

Com os dados coletados nas três pesquisas realizadas de 83 a 84 e a observação participativa realizada durante todo o ano de 85, em vários momentos e em diferentes regiões, já não restavam mais dúvidas de que seria importante a execução de um estudo sistemático para compreender-se melhor a receptividade, pelas populações rurais, dos novos valores urbanos introduzidos nos programas de assistência técnica e pelos meios de comunicação de massa, no caso, especificamente, a televisão.

Nos anos 60, o rádio teve uma grande penetração nas áreas rurais nordestinas, passando a ser um dos mais

importantes veículos de informação coletiva. O rádio portátil, alimentado a bateria, supera um dos maiores obstáculos técnicos para o seu funcionamento na zona rural. A sua comercialização facilitada pelos sistemas de crediário ou mesmo nas feiras das trocas, existentes nos mercados públicos das cidades interioranas e a concessão de novos canais de emissoras em ondas médias-AM, fizeram-no o mais popular veículo de comunicação, superando, inclusive, a questão do fator tempo e o analfabetismo.

Nesses últimos anos, a televisão vem ganhando espaços significativos. Sua penetração nos mais longínquos locais, onde as comunidades vivem das experiências dos seus antepassados, dos costumes e das tradições bem marcantes na sociedade nordestina, vem levando essas comunidades a conviver com os valores de uma outra sociedade, veiculada pelos meios de comunicação de massa.

Como o rádio, a televisão também está se tornando um importante veículo de informação coletiva ao alcance das populações rurais e das pequenas cidades interioranas que, basicamente, vivem da economia e da cultura de origem rural. As facilidades de comercialização do receptor de televisão, a boa qualidade de imagens retransmitidas por repetidoras locais, as instalações de receptores em praças públicas e centros sociais - pelas prefeituras e os modelos portáteis alimentados a bateria, têm contribuído, em muito, para a sua popularização. (fig. 1)

Essas facilidades, ao lado das motivações criadas nas camadas de poder econômico mais baixo, fazem com que a televisão deixe de ser privilégio das sociedades de centros urbanos avançados e a exemplo do rádio,

passa a ser adquirida em maior quantidade pelas populações das periferias urbanas, dos aglomerados urbanos/rurais e das propriedades rurais.

Quando a pesquisa foi iniciada no final de 83, o Nordeste passava por mais um período prolongado de seca que já atingia uma área calculada em 1.439.418km², correspondente a 85,69% do seu território. (4)

O nordestino convive com esse mal crônico há pelo menos três séculos. A frágil estrutura social e econômica do semi-árido torna-se ainda mais debilitada no período da estiagem. Vem a fome, o desemprego, o êxodo para outras regiões, ou mesmo para as cidades mais próximas na esperança de conseguir sobreviver.

No relatório do Projeto Nordeste, "o Brasil em Busca de Soluções", é feita a seguinte observação:

"O padrão de organização social do semi-árido reproduz, de maneira impiedosa, malha de relações sociais do Nordeste, onde uma pequena minoria domina as atividades econômicas, políticas, sociais e culturais, e uma grande maioria encontra-se destituída de qualquer poder e de qualquer bem." (5)

O governo, tentando minimizar tal situação, cria as frentes de trabalho, evitando maiores tensões sociais sem, no entanto, provocar mudanças nas estruturas de produção. As frentes de emergência estão localizadas nos bolsões da seca. Os agricultores, em troca de um salário, que em dezembro de 84 era de quinze mil cruzeiros, construíam açudes, estradas e outras obras

públicas e até mesmo em propriedades particulares. No período de 82/83, as frentes de emergência tinham 1.168.730 pessoas alistadas. (6)

O depoimento de um meeiro de 51 anos, que vive no município de São José de Espinharas, sertão da Paraíba, conta um pouco da história dos emergenciados:

“(…) daquelas campanhas de ajuda aos flagelados pela seca na televisão, as merendas, aquelas coisas que chegaram aqui, era só a gente pagando. Nada recebemos de graça. Os trabalhadores já recebiam descontado no ordenado. Só minha mulher trabalhou na emergência. As coisas dadas lá por aqueles Estados, vieram pra cá porque a gente via na televisão. Por isso que eu gosto da televisão que, quando erram, pode ser irmão do governador, eles falam. Os alimentos vieram para a Paraíba, para os emergenciados mas a gente pagava. (...) Veio a ajuda em alimento, para a Paraíba mas, quando chegou em João Pessoa, o Governo pegou e vendeu para os emergenciados. Isso aí, não pode dizer que é mentira porque televisão mostrou e saiu nos jornais que não sei quantas mil toneladas chegaram ao porto de João Pessoa. Ganhavam 15 mil cruzeiros por mês na emergência e pagavam 4 mil pela merenda. Aqui demorou um pouco a chegar a frente de emergência porque tinha uma politicazinha no meio. Os políticos sempre é que corriam para inscrever, os que es-

tavam por ali não conseguiam nada. Eu sempre trabalhei na roça, de meeiro.”

As elites políticas dominantes locais mantêm o controle das repartições estaduais e municipais que, na realidade, constituem instrumentos dos mais eficientes para manutenção do prestígio e do poder regional.

Para manter o poder, o chefe político é quem indica os coordenadores, chefes de repartições, técnicos, educadores e funcionários dos diversos setores públicos e com isso mantêm sob seu controle a política administrativa do Estado e dos municípios. Geralmente, não interessa à classe dominante local provocar grandes mudanças na ordem vigente. Gentil Martins Dias diz que:

“Num esforço de manter a sua posição dominante, essas elites tem procurado estabelecer e manter eficaz controle sobre as modernas e cada vez mais poderosas burocracias públicas.” (7)

A seleção para o trabalho nas frentes de emergência é feita através do alistamento de pessoas. Esse processo seletivo está nas mãos dos chefes políticos locais que utilizam os inscritos para a manipulação de votos.

Mesmo com toda a crise financeira existente na época da seca, havia uma preocupação dos emergenciados em receber o minguido salário em dia, para fazer as compras e pagar as prestações da televisão, do rádio, do relógio, do gravador ou da bicicleta.

As feiras livres, os mercados públicos e os armazéns estão cheios de objetos de consumo cuja propaganda é veiculada pelo rádio e pela televisão. Nas cidades, existem as tradicionais feiras de trocas, onde o agricultor traz seus produtos, trocando-os por discos, liquidificadores, ferros de passar roupa, televisão, rádios, relógios, além de outros objetos utilitários e decorativos. São os produtos de consumo pela indústria do lazer, como diz Maria Duarte (figs. 2, 3 e 5) :

“Estes objetos-mercadorias apresentam total diversidade de áreas de produção. Pode ser uma boneca, um “catchup”, um vinho, um relógio. Em todos os “merchandise” uma situação repete-se: o objeto insistentemente falado pelo personagem que o “admira”. Nunca sua marca registrada é verbalizada. É apenas visualizada em “close” de câmeras.” (8)

A geração de nova perspectiva de vida, transmitida pela televisão, cria um desejo ainda maior de consumir e de imitar os personagens das novelas, os cantores e os artistas da televisão, de sua admiração. Às vezes esse desejo é alcançado com a simples compra de uma roupa, de um relógio, de brincos semelhantes aos que aparecem na televisão. Os camelôs estão cheios de óculos tipo Roque Santeiro, roupa viúva Porcina, batom Boca-Loca etc.

Muitas vezes, esse desejo ultrapassa as condições locais e o nordestino sai em busca de melhores condições de vida nos centros urbanos.

“Eles vem em sua maioria (67%) da região Sudeste. Só do interior do Rio o

seu número (28,8%) é quase igual ao do Nordeste (21%) de onde a migração decai a cada ano. Constituem em geral, mão-de-obra desqualificada, têm entre 18 e 30 anos e cerca de 60% apresentam problemas de atraso ou distúrbio mental, alcoolismo e epilepsia. Os migrantes são “gente sofrida, iludida, doente e com fome”, diz a assistente social Neyodea Ignácio da Silva. (O Rio de Janeiro conta com um Posto de Atendimento ao Migrante na Rodoviária Novo Rio). (...) Ao lado da velha ilusão de melhorar de vida - e rápido - na grande cidade - o que mais tem impressionado as assistentes sociais, nestes seis meses de funcionamento do Posto, é a penetração da TV mesmo na roça. As pessoas já chegam falando em Final Feliz, Paraíso, A Festa é Nossa, e querem logo saber onde fica o Povo da TV para conseguir um emprego e uma casa para morar. (...) - onde mora o Didi? - pergunta Valdemar dos Santos, 19 anos, que acaba de chegar de Juazeiro do Norte, no Ceará. Didi é o conhecido personagem do grupo Trapalhões e Valdemar acredita que por ser seu conterrâneo vai ajudá-lo a arrumar um emprego de pintor. (9)

Os valores morais, as relações familiares, os encontros nas praças, feiras, igrejas passam por significativas transformações com a chegada da televisão. “É o

melhor passatempo da cidade”, disse um morador de São José de Espinharas.

Hoje já fazem parte das conversas, nas casas das fazendas, nas queijeiras, nos currais, nas bodegas, nas pracinhas das cidades interioranas nordestinas, as notícias do Bom Dia Brasil, do Jornal Nacional, do Globo Rural, as piadas dos programas de humor e os acontecimentos ocorridos nas novelas.

A instalação de repetidoras de televisão e de aparelhos de TV nas praças públicas e nos centros sociais passou a ser obra prioritária nos municípios de pequeno porte. Quanto mais sofisticada for a repetidora e maior a quantidade de aparelhos receptores instaladas, mais popularidade ganha o prefeito.

“Mataraca, município localizado na região litorânea Norte da Paraíba, sai do isolamento em que vivia para entrar na era da comunicação. A atual administração Ivan Lyra adquiriu uma estação repetidora de TV/Bandeirantes que transmitirá aos municípios imagens via satélite, direto. O aparelho, além de antena, possui captadoras parabólicas de imagens, que permitem uma imagem estável, sem auxílio de acessórios acoplados aos televisores. Pode-se dizer que a comunidade mata-raquense, de agora em diante, estará bem informada dos grandes acontecimentos.” (10)

“Após vários contatos em João Pessoa, o prefeito de Catolé do Rocha, município localizado na região semi-árida do Estado da Paraíba, José Otávio Maia, adquiriu para sua cidade uma antena parabólica para captar o sinal do satélite Brasil-Sat da TV Bandeirantes, que será mais uma opção para o povo do seu município em matéria de comunicação. A antena custou aos cofres da prefeitura 55 milhões de cruzeiros. (...) Visando oferecer o melhor para seus munícipes, o prefeito José Otávio não tem medido esforços em melhorar o nível de vida através da educação, e a TV é uma delas.» (11)

“ (...) A repetidora da TV Bandeirantes foi adquirida através da Associação dos Municípios do Anel do Brejo-AMAB, e beneficiou, além de Areia, os municípios de Esperança, Alagoa Grande, Remígio, São Sebastião de Lagoa de Roça, Serraria, Arara, Alagoa Nova, todos integrantes da entidade. Os recursos para aquisição da repetidora foram oriundos dos próprios municípios, sendo uma parte repassada pelo Governo do Estado, cujo valor total ficou na ordem de 160 milhões de cruzeiros.” (12)

Notícias (pagas) de instalação de repetidoras de TV nas cidades interioranas do Estado, divulgadas nos jornais de João Pessoa, tornaram-se comuns, compro-

vando assim a importância dessas obras nas administrações municipais.

O vereador de Patos e Secretário Executivo da Associação dos Municípios do Vale das Espinharas, Normando Leitão, em depoimento, diz:

“(...) A Associação é para dar assistência a todas as pequenas prefeituras, aquelas chamadas zero ponto seis do Fundo de Participação dos Municípios. Todas do Vale das Espinharas estão nessa faixa que corresponde, em média, agora em outubro (1985) a uma arrecadação de 129 milhões de cruzeiros para cada município. O orçamento dessas prefeituras, o Fundo de Participação contribui com, digamos assim, com 90% de toda a arrecadação. (...) O principal serviço prestado às prefeituras associadas é o do Departamento de Engenharia que nós colocamos à disposição para elaboração de projetos de interesse do município. Temos um médico à disposição para prestar assistência aos municípios. E um serviço que colocamos à disposição dos municípios, por exigência dos prefeitos associados, é um técnico em repetidora de televisão.”

A partir desses dados e das observações realizadas durante as viagens de estudos às regiões rurais polarizadas por Patos e João Pessoa, principalmente no município de São José de Espinharas e no Conde, com o

objetivo de avaliar os programas de modernização rural, verificou-se que era da maior importância desenvolver uma pesquisa sobre as condições de recepção da programação da TV nessas comunidades e como são incorporados e decodificados, a nível local, os valores veiculados pela televisão, no seu cotidiano. Quais as relações existentes entre as mensagens difundidas pelos mass media, no caso a TV Globo, e as difundidas nos meios próprios de comunicação das duas comunidades, suas mudanças no processo dinâmico cultural, da coexistência do urbano e o rural.

O trabalho não objetiva apenas o cumprimento de mais uma atividade acadêmica. É, sobretudo, uma tentativa de poder contribuir com os elementos estudados para uma melhor compreensão das transformações sociais, econômicas, políticas e culturais por que passam atualmente as comunidades rurais das duas regiões pesquisadas e a sua utilização, como mais um instrumento de apoio, na formulação de programas de desenvolvimento para o meio rural comprometidos realmente em mudanças voltadas para os interesses dos produtores rurais.

Como em quase toda a parte do mundo, no Brasil os estudos de comunicação sempre deram prioridade à análise de conteúdo e da ideologia dos meios de comunicação de massa.

Nos anos 70, surgem movimentos nos países latino-americanos com a preocupação de estudar a recepção e compreensão da incorporação das mensagens difundidas pela indústria cultural, nas transformações das estruturas sociais dos países do Terceiro Mundo. (13)

Sobre essa nova questão lembramos o trabalho de Cargom, quando adverte para esta outra linha de observação dos meios de comunicação de massa:

“O que os indivíduos fazem dos meios de comunicação, ou seja, como os indivíduos reelaboram a mensagem, além e apesar das intenções dos proprietários dos meios, ou seja ainda, como os receptores, aparentemente passivos, convertem a mensagem dos emissores e convertem-se em agentes de um processo de mudança?” (14)

Com o advento dos meios de comunicação de massa e o seu alcance em todo território nacional geograficamente composto por regiões heterogêneas e de dimensão continental, não se pode analisar a sociedade brasileira como se ela fosse um bloco monopolítico.

Na sociedade contemporânea as pessoas que habitam as mais longínquas regiões do país, tomam conhecimento das guerras no Oriente Médio, na África, na América Central, das conquistas espaciais, dos problemas políticos, assistem as novelas, os últimos lançamentos tecnológicos e da moda na Europa, nos Estados Unidos e no Brasil, no mesmo tempo e espaço que os habitantes dos grandes centros urbanos. (15)

Esses novos conhecimentos são incorporados no quadro de referência das comunidades tradicionais e consequentemente passam pelo processo de intermediação dos agentes filtradores dos seus próprios meios de comunicação.

Não deixa de ser preocupante a forma como a indústria cultural vem penetrando na sociedade rural, mas nos parece que o processo é irreversível. Então é inevitável a coexistência dos meios de comunicação de massa e os meios de comunicação comunitários no processo de desenvolvimento do meio rural.

O pessimismo da vertente teórica da comunicação, que propaga o desaparecimento da cultura popular e a perda da identidade nacional em virtude do avanço da indústria cultural nas classes subalternas, principalmente pela televisão, passa por uma reflexão crítica a partir do momento em que está sendo considerada a função social que os agentes culturais internos dessa comunidade exercem na intermediação das transformações nas estruturas do meio rural.

As duas comunidades estudadas, São José de Espinharas e Conde, estão expostas, há vários anos, às mensagens do rádio e há mais de 15 anos às da televisão. Passaram pelas novelas da Rede Tupi de Televisão, assistem diariamente as da Rede Globo, mas continuam utilizando seus canais de comunicação como importantes instrumentos de mobilização. É evidente que se apropriam de técnicas e conteúdos dos meios massivos, adaptando-as aos seus interesses.

Comunicação de massa, é aqui entendida, mesmo com as devidas restrições, como sendo a comunicação dirigida a um grande público por intermediários técnicos sustentados pela economia de mercado, e a partir de uma fonte organizada. São os meios de comunicação de massa, com suas organizações amplas e complexas, que envolvem um grande número de profissionais com várias

funções na produção e veiculação das mensagens da indústria cultural. (16)

Com a consolidação, no início do século XX, da revolução industrial aparece a expressão “indústria cultural”. Resultantes do desenvolvimento industrial surgem a comunicação de massa e a cultura de massa. (17)

A revolução industrial transforma as relações de trabalho, nas áreas urbanas e nas cidades, que até então eram centros administrativos e políticos, passando a ter importância na economia aumentando cada vez mais o seu domínio sobre o campo.

A indústria cultural é controlada, elaborada e distribuída do centro para a periferia, impondo valores urbanos ao meio rural, costumes e hábitos dos grandes centros para o restante do país.

Estas novas relações entre cidade e campo se tornam ainda mais complexas após o período do chamado “milagre brasileiro”, pela necessidade da modernização da produção agropecuária, visando diminuir o déficit do abastecimento das cidades e do mercado de exportação.

A modernização traz para o campo o sistema capitalista de produção, consequentemente alterando, em grande parte, as estruturas da sociedade agrária nordestina. São formados os grandes grupos empresariais para a exploração da terra, para o plantio da cana-de-açúcar e para a criação da bovinocultura, em detrimento da produção de subsistência. (18)

A penetração de capital no meio rural cria um novo mercado consumidor no país. Visando este mercado os meios de comunicação, principalmente a televisão,

passaram a produzir programas e anúncios dirigidos aos que vivem direta ou indiretamente das atividades do campo.

BIBLIOGRAFIA E NOTAS DO CAPÍTULO I

- 1 - DURHAM, Eunice Ribeiro. Comunicação e elaboração cultural nos pequenos grupos. In: NEOTTI, Cláudio. Comunicação e consciência crítica. São Paulo, Loyola, 1979. p. 25-34
 - 2 - Quanto a esse aspecto, foi realizada uma avaliação da política de inovação tecnológica para o meio rural, que realmente está direcionada no Brasil, para os interesses da minoria dominante. Faz-se necessário uma revisão crítica da atual política de difusão de novas idéias, em que os técnicos e agricultores participem nos vários níveis de sua implantação, ou seja, assumam posições paritárias nas decisões dos interesses da melhoria da produção e qualidade de vida do agricultor e sua família. É imprescindível uma infra-estrutura de sistemas de comunicação próprios para o desenvolvimento do meio rural.
- TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. Relatório de avaliação do projeto de conservação de água e sistema de irrigação. Recife, UFRPe, 1983. 6p.

- 3 - A pesquisa desenvolveu-se da seguinte forma: I) metodologia: onde foi feita uma descrição circunstanciada dos aspectos metodológicos adotados na execução do trabalho, abrangendo o desenho da pesquisa de campo, da pesquisa bibliográfica, da análise e processamento dos dados. ii) Caracterização do meio-ambiente: consiste na exposição sistêmica e esquemática dos dados secundários levantados através de publicações oficiais, de forma a oferecer uma visão descritiva do ambiente objeto do estudo. III) Apresentação de resultados: neste capítulo apresentaram-se os dados colhidos pela pesquisa direta, em forma de tabelas estatísticas. IV) Análise global e conclusões: este capítulo foi desenvolvido, tomando por base uma análise crítica e interpretativa da realidade coligida, de forma a subsidiar a tomada de decisão da TELPA, no que concerne à implantação de telefonia rural na região polarizada pelo município de Patos.

RELATÓRIO da pesquisa; telefonia rural para os municípios polarizados por Patos. João Pessoa, CIENAL/UFPb, mimeo., 1984. 42p.

- 4 - SUDENE. Secas no Nordeste, 1979-1983; o longo flagelo e as ações do governo. Recife, SUDENE, 1983. 48p.
- 5- A região nordestina tem 74,3% da sua área territorial localizada no semi-árido, correspondente a 13,3% do território nacional. "Ele é um dos maiores bolsões de miséria do mundo. É aí, no ser-

tão, que estão as taxas mais altas de mortalidade infantil: de cada 1.000 crianças que nascem vivas, 340 não chegam a fazer um ano. Motivo: desnutrição, fome.”

RELATÓRIO de viagem; nordestinos convivem com a seca. Rio de Janeiro, Rio Gráfica, 1984. 144p.

- 6- SUDENE. op. cit., p. 13.
- 7 - DIAS, Gentil Martins. Depois do latifúndio; continuidade e mudança na sociedade rural nordestina. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1978. 248p.
- 8 - DUARTE, Maria Lúcia Batezat. Imaginário; telenovela e “merchandise”. Comunicação e Artes. São Paulo, 11(14):9-18, 1985.
- 9- NORDESTINOS estão perdendo ilusão do viver bem no Rio. Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 9 jan. 1984.
- 10 - REPETIDORA de TV para Mataraca. O Norte, João Pessoa, 12 nov. 1985.
- 11 - MAIA adquire antena para Catolé do Rocha. Correio da Paraíba, João Pessoa, 1 maio, 1985.
- 12- BANDEIRANTES chegando normalmente no Brejo. O Norte, João Pessoa, 11 agos. 1985.
- 13 - CANANY, Emile G. A lógica da indústria cultural na América Latina; a indústria da televisão

no Brasil. Comunicação e Sociedade. São Paulo, (9): 35-60, jun. 1983.

- 14 - CAMARGO, Luiz Otávio de Lima. Novas tecnologias de comunicação; democracia cultural ou ideologia da modernização. In: FADUL, Anamaria. Novas tecnologias de comunicação. São Paulo, Summus, 1986. p. 67-72.
- 15 - Id., ibid.
- 16 - RABAÇA, Carlos Alberto. Dicionário de comunicação. Rio de Janeiro, Codecri, 1978. 512p.
- 17 - BOSI, Eclea. Cultura de massa, cultura popular, cultura operaria. In: Cultura de massa e cultura popular; leituras de operárias. Petrópolis, Vozes, 1977.p.53-83.
- 18 - SILVA, José Graziano. O que é questão agrária. São Paulo Brasiliense, 1981. 109p..

CAPÍTULO II

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

1.1 Justificativa

A realização desta pesquisa só foi possível graças aos trabalhos desenvolvidos em áreas rurais do semi-árido e litoral paraibano no período de 1983 a 1985, sendo que em 1985 foi o período de maior permanência nas duas comunidades estudadas.

Para o desenvolvimento desta pesquisa sobre a recepção da programação da televisão por pequenos grupos de trabalhadores rurais, buscamos alternativas metodológicas na tentativa de encontrarmos formas adequadas de estudar e compreender o processo das relações existentes entre os meios de comunicação de massa, em

particular a televisão e os próprios meios de comunicação desses grupos não isolados do contexto social, econômico, político e cultural.

As críticas ao emprego da metodologia da pesquisa empírica convencional no estudo da comunicação, que se utilizam das técnicas de enquete da opinião, ou da análise de conteúdo, são pertinentes por serem instrumentos da coleta de dados aplicada a universos determinados conforme os critérios estatísticos. Desta forma as pessoas são vistas na comunidade de maneira genérica sem serem consideradas as particularidades existentes em toda a sociedade humana.

Diagnosticar a recepção da televisão em um determinado grupo a partir da informação genérica obtida através de surveys, quando não são considerados os fatores de produção e culturais nos diversos momentos do grupo, pode levar-nos a cometer erros de investigação e formular conclusões precipitadas.

O nosso trabalho de coleta de dados foi direcionado com base em três vertentes: o processo como único fator de desenvolvimento do método, e por esse motivo procuramos descrever todas as etapas do trabalho de campo, para uma melhor compreensão do método; o trabalho interdisciplinar como alternativa de novas metodologias, envolvendo alguns componentes adisciplinares; uma dinâmica integrada de ação/reflexão, como fundamento dialético do método.

Na coleta de dados utilizamos instrumentos convencionais da pesquisa survey e os não convencionais da pesquisa participante.

A conjunção dos métodos permitiu um espaço mais amplo no campo da produção do conhecimento, possibilitando oportunidades de aprendizagem para melhores critérios de observação sem se cometerem erros, exageros, incertezas ou mesmo omissões que possam ter ocorrido neste trabalho.

Não se trata de pioneirismo, de aventuras ou modismo na elaboração de estudos acadêmicos, mas de um trabalho comprometido com os objetivos e os interesses do pesquisador e dos pesquisados. Foi uma busca de informações com a finalidade de se aproximar o máximo possível da realidade observada, que não seria alcançada com maior profundidade apenas com as informações mensuráveis obtidas nas respostas dos questionários.

Ao relatar sua experiência na realização de uma pesquisa no Nordeste, mais precisamente no Cariri cearense, Neuma Aguiar busca na conjugação dos métodos surveys e de observação participante alcançar os fatos sociais que não poderiam ser conhecidos apenas com as informações quantitativas:

“Descriverei, neste trabalho, os recursos que desenvolvi para atingir aquilo que considero um nível adequado de generalização. Existe uma posição bastante divulgada em Sociologia de que os dados de observação participante são profundos, na medida em que atingem níveis de compreensão dos fatos sociais não alcançados pelos surveys. Os dados obtidos pelos usuários da última técnica, aponta a literatura, são duros, isto é, atingem um nível

de mensuração que a observação participante não consegue atingir. Não obstante o grau de exatidão almejado, aponta-se também para o fato de que os dados obtidos através de survey, embora “duros”, com frequência deixam o intérprete em dificuldades quanto à interpretação das correlações alcançadas.” (1)

A necessidade de conhecer, conhecendo, entender com profundidade os fenômenos sociais, só poderia acontecer com uma participação nas várias atividades das comunidades estudadas, o que no nosso caso, não é uma tarefa fácil. O trabalho de campo é mais demorado e exige do pesquisador uma permanência bem maior na área da investigação para que se estabeleçam relações de confiabilidade entre o pesquisador e as pessoas envolvidas na pesquisa. A confiança e a identificação são fundamentais para que possa haver um envolvimento das pessoas nas etapas do trabalho, facilitando o processo de comunicação. Conseqüentemente, há um melhor entendimento dos códigos diferenciados existentes em qualquer processo de pesquisa onde estão envolvidas pessoas das mais variadas situações econômicas, sociais e culturais. É, principalmente, por esses motivos que o estudo de recepção deve estar vinculado ao contexto social e cultural como um todo, não podendo ser observado isoladamente.

No prefácio do livro de Carlos Eduardo Lins, um estudo sobre a recepção do Jornal Nacional, José Marques de Melo ressalta a importância da pesquisa-ação em comunicação:

“A ausência de tais estudos de realização muito mais difícil que aqueles dedicados a objetivos não perecíveis, como o conteúdo das reportagens ou a ideologia dos editoriais, tem estimulado a comunidade acadêmica e a corporação profissional a fazer conjecturas sobre o comportamento coletivo da população brasileira que consome informações jornalísticas. Tais conjecturas apontam para um cenário de passividade e de conformismo dos receptores de notícias, endossando a concepção de que os mass media determinam a consciência nacional, estruturando a maneira como o brasileiro vê e percebe os acontecimentos.” (2)

Nos estudos de recepção, o questionário apresenta falhas na captação das informações devido a sua elaboração. Limita o tempo e espaço para as respostas, não permitindo ao pesquisador compreender com maior amplitude o comportamento e atitudes dos grupos ou das pessoas observadas. Mas também não encontramos os resultados que deixam de aparecer nos questionários apenas nas entrevistas pré-estruturadas ou mesmo nas observações explorativas.

Para realmente identificar como funciona a malha organizacional de núcleos comunitários, o pesquisador tem que penetrar fundo no seu centro, entender como as pessoas percebem, incorporam e reelaboram os novos fatos sociais e culturais pela TV no seu cotidiano. Caso contrário, poderá fazer avaliações precipita-

das, achando que os pequenos grupos agem sem pensar em conjunto e tomam atitudes isoladamente.

Carlos Eduardo Lins, ao analisar no seu livro o emprego de métodos convencionais de pesquisas, demonstra que na coleta das informações quase sempre é fragmentada a realidade dos fatos:

“Oculta-se o caráter de classe da sociedade e ignora-se o relacionamento interpessoal e grupal dos indivíduos, como se eles fossem fragmentos: isolados que assistissem a TV sem comentar a programação com outras pessoas, como se eles tomassem suas decisões políticas sem consultar e discutir com companheiro, como se fossem - enfim - microcosmos independentes e autônomos.” (3)

Nos dois grupos estudados, pode-se observar a maneira como assistem a TV. Estão sempre comentando as notícias do Jornal Nacional, os acontecimentos das novelas, as discordâncias e concordâncias em relação a essa ou aquela medida do governo. Para uns o personagem de tal novela é uma boa pessoa; para outros não passa de mau sujeito. As discussões, os comentários, os protestos, os aplausos, tudo isso foi observado em nossa análise com os dois grupos.

Sem a observação participante, seria impossível acompanhar o comportamento, as atitudes e a percepção do grupo.

O pesquisador já não pode ser um mero receptor de informações, nem os pesquisados apenas fonte dessas

informações. São evidentes as mudanças na sociedade contemporânea, visto que o conhecimento também chega aos que não freqüentam a escola formal. A sabedoria popular e o conhecimento veiculado pelos meios de comunicação de massa estão presentes no cotidiano dos pequenos grupos de origem rural.

Hoje o homem do campo mistura a sua experiência meteorológica adquirida com os seus antepassados, com as informações do CTA- Centro de Tecnologia Aeroespacial, transmitidas diariamente no programa Bom-Dia-Brasil e nos noticiários das rádios, dando a previsão do tempo.

Os meios de comunicação, particularmente a televisão, têm sido uma grande porta aberta para o ensinamento de certos conhecimentos até então fora do alcance de regiões mais afastadas dos grandes centros. Mesmo que esses conhecimentos sejam resultado de uma produção, com conteúdos de interesse das classes dominantes, é necessário que se estude esse processo de recepção do conhecimento difundido pela televisão, que é decodificado, reinterpretado, selecionado e utilizado na prática social das classes subalternas.

A nossa sociedade é formada de classes diferenciadas pela exploração e dominação, possuindo conseqüentemente, realidades diversas. Assim, os métodos e técnicas para produção do conhecimento devem ser adequados a cada situação concreta.

A observação participante amplia o campo visual do pesquisador na produção do seu envolvimento com a comunidade. Os gestos, articulações, jogo de cintura, "artimanhas", que anteriormente passavam desperce-

bidos, por serem aparentemente de menor importância para quem está de fora, na realidade, são fundamentais para a sobrevivência dos grupos subalternos. É aí que se encontram a resistência, a dominação e a exploração, embora latente, mas jamais adormecidas. Quando mal observadas aparecem, a primeira vista, como estado de conformismo e passividade.

Talvez o fato de conhecermos razoavelmente os valores sociais e culturais das duas comunidades investigadas, não só pelas origens, mas também pelas atividades de pesquisa na área da cultura popular, sempre ligadas às áreas rurais do sertão, do litoral paraibano e subúrbios da Grande João Pessoa, possibilite-nos uma melhor compreensão da difusão das mensagens veiculadas pela televisão e a sua recepção pelas classes populares.

2.1 Delimitação do Campo de Observação

O procedimento para delimitar o universo de estudo nas duas comunidades, uma localizada no litoral, no município do Conde, e a outra no sertão, em São José de Espinharas, deve-se ao processo de urbanização por que passam os seus habitantes. A necessidade da realização de um estudo sistemático para conhecer melhor as mudanças sociais, econômicas e culturais decorrentes desse processo e da importância que tem a televisão como forma de entretenimento e de informação nas duas comunidades, levou-nos a realizar a pesquisa nas referidas áreas. O trabalho desenvolvido em regiões geográficas diferentes do Estado, cuja população assiste a TV de forma coletiva, em centros sociais, nas praças

e no sistema de vizinhança, permitiu-nos uma análise comparativa das condições de recepção, embora esta não tenha sido a intenção inicial da dissertação.

Outro motivo para a delimitação da amostragem foi por termos anteriormente participado de trabalhos de pesquisa nas duas comunidades, o que facilitaria o desenvolvimento de uma observação participativa.

De início, o objetivo do trabalho era analisar a recepção do programa Globo Rural em São José de Espinharas, município localizado na região polarizada por Patos, no sertão paraibano.

As últimas etapas da pesquisa estavam planejadas para serem desenvolvidas nos seis primeiros meses de 1985. Mas o inverno em toda a região das Espinharas foi muito rigoroso. A enchente do rio Espinharas destruiu pontes, açudes, estradas, plantações e redes elétricas. O município de São José de Espinharas ficou totalmente isolado de Patos e de outras regiões. A repetidora de televisão deixou de funcionar por um longo tempo, impossibilitando a continuidade da pesquisa.

Como a pesquisa visava à elaboração da dissertação de mestrado, cujo prazo de entrega estava chegando ao seu término, a única alternativa, para não deixar de cumprir o compromisso acadêmico, era retomar o trabalho de pesquisa no município do Conde, que fica na área metropolitana de João Pessoa. A pesquisa no Conde estava relacionada com a disciplina Comunicação Rural do Curso de Comunicação Social, da Universidade Federal da Paraíba e tratava do estudo da recepção e adoção de novos valores sociais e culturais difundidos pelos programas de extensão rural da EMATER, escritório de

João Pessoa, como também pela televisão e rádio. Esse trabalho era uma proposta de atividades de extensão com os alunos da UFPb.

A revisão bibliográfica estava concluída. Os assuntos estudados eram todos relacionados com a influência que os meios de comunicação de massa exercem nos meios próprios de comunicação das comunidades subalternas e as suas implicações no comportamento e nos hábitos dessas comunidades.

Em São José de Espinharas a repetidora voltou a funcionar normalmente. O acesso à região era precário mas, dava condições de passagem. O interesse de algumas pessoas da comunidade em dar continuidade ao trabalho interrompido em março, mesmo correndo-se o risco de perder o prazo de entrega da dissertação, serviram de incentivo para retomarmos a pesquisa de observação participante em agosto de 1985, naquele município.

Os imprevistos, as dificuldades, a preocupação com o prazo, a falta de apoio logístico e financeiro na realização da nossa pesquisa terminaram por beneficiar os resultados.

Não tínhamos a intenção de realizar um estudo comparativo de recepção em duas comunidades rurais localizadas em diferentes regiões da Paraíba. Todavia, as informações finais permitiram a análise comparativa de recepção da TV em duas comunidades rurais sendo uma no sertão e outra no litoral Sul do Estado.

A realização de pesquisa na nossa época, onde são rápidas as mudanças, exige mais tempo, mais envolvimento e maior apoio ao pesquisador para que possa ser

cobrada, com seriedade, a produção científica nas universidades.

2.2 Conhecer, conhecendo

Não encontramos dificuldades em realizar a pesquisa na comunidade de São José de Espinharas, principalmente no grupo que observamos mais intensamente. É que São José, até dezembro de 1961, era distrito do Município de Patos, cidade onde nascemos e passamos boa parte da vida. Era um reencontro com algumas pessoas e com a região que há muito não víamos, ou mesmo o encontro com algumas pessoas a quem não desconhecíamos. Porém, as ligações familiares e identificações locais facilitaram as nossas relações.

Quanto à comunidade do Conde, nestes últimos três anos vimos mantendo contatos através dos extensionistas rurais, de algumas lideranças locais, haja visto nosso interesse em conhecermos de perto a situação da estrutura agrária do município. Ao voltarmos para desenvolver este trabalho, pelos motivos expostos anteriormente, contamos de imediato com a colaboração do grupo de jovens Semente do Amor, pessoas ligadas ao movimento sindical rural, algumas professoras e de funcionários da prefeitura.

Nas primeiras reuniões, fizemos ver que a pesquisa em parte da elaboração de uma dissertação de mestrado em Comunicação Rural e discutimos o projeto e as nossas intenções. Depois de algumas visitas, de algumas reuniões, foram se juntando ao pequeno grupo outras pessoas, na sua maioria jovens que estudavam em Patos,

no caso de São José de Espinharas, ou em João Pessoa, no caso do Conde.

2.3 Trajetória da Pesquisa

A primeira etapa da pesquisa consistiu no levantamento de dados na FIBGE, na FIPLAN-Fundação Instituto de Planejamento da Paraíba, na FUNDAP-Fundação Instituto de Colonização e Desenvolvimento Agrário da Paraíba, na Cooperativa de Eletrificação Rural do Vale do Espinharas Ltda-CERVE, na EMATER e nas prefeituras dos dois municípios. Entrevistamos técnicos da EMATER, lotados no escritório regional de João Pessoa, que prestam assistência no Conde e os da CERVE, com atuação na área rural de São José de Espinharas.

Levantados os dados nas instituições e com os depoimentos dos seus técnicos, foi possível obter um diagnóstico preliminar das características sociais e econômicas das comunidades estudadas.

Utilizamos como instrumento de coleta de informações o questionário, com perguntas fechadas, bem como a entrevista coletiva e a individual. Realizamos várias reuniões, participamos de festas religiosas e profanas, aniversários, dia de campo, reuniões comunitárias, casamentos e de atividades de trabalho e lazer nas duas comunidades. Como apoio para o registro de todas as etapas do trabalho usamos o gravador cassete, uma máquina fotográfica e o diário de campo.

Em nenhum momento foi detectada a inibição com a gravação dos depoimentos, nas conversas, ou de regis-

tro fotográfico. Apenas algumas pessoas manifestaram o desejo de ficar no anonimato quando teriam que contar fatos comprometedores.

O trabalho de campo resultou na aplicação de 70 questionários, nos dois municípios, 17 horas de gravações, 187 fotografias em preto e branco e anotações no diário de campo.

2.4 Instrumentos

Elaborado com o objetivo de coletar informações quantitativas, conforme os critérios da pesquisa survey, o questionário foi aplicado nas duas comunidades com o nosso acompanhamento e com o apoio de pessoas das comunidades, que participaram de seminários preparatórios, com a finalidade de melhor planejar o desenvolvimento da pesquisa.

Foram preenchidos 37 formulários no Conde e 33 em São José de Espinharas conforme o plano de amostragem. Os 70 questionários foram processados no Núcleo de Processamento de Dados, da Universidade Federal da Paraíba.

Na sua maioria as entrevistas individuais realizaram-se nas casas dos pequenos produtores rurais, nos locais de trabalho, nos roçados e nas casas de farinha.

As entrevistas coletivas foram feitas nos locais de encontros dos fins de semana ou do final de mais um dia de trabalho. São poucas as opções de lazer nas duas comunidades. Os encontros das pessoas geralmente ocorrem na mercearia, no bar, no terreiro da casa, na casa de farinha e nos bancos da praça. À noite o principal

ponto de encontro dos habitantes do Conde e de São José de Espinharas não é muito diferente do que ocorre com a grande maioria dos brasileiros: em frente ao televisor (fig. 6).

As entrevistas tinham como objetivo levantar informações referentes às mudanças do comportamento e hábitos, como também a diversidade de interpretações da recepção das mensagens televisivas.

A escolha das pessoas entrevistadas individualmente estava relacionada com as atividades de envolvimento na comunidade. Primeiro entrevistamos lideranças patronais e trabalhadoras, professoras, padres, líderes populares, moradores mais antigos e os jovens atuantes nos movimentos culturais. Num segundo momento, passamos a entrevistar pessoas ao acaso e a conversa era em grupos. Nos dois procedimentos não se estabeleceu tempo ou quantidade dos entrevistados, tudo transcorrendo de acordo com a disponibilidade das pessoas.

Não havia um roteiro determinado para a realização das entrevistas. Geralmente, eram iniciadas com uma conversa mais ampla. Aos poucos, o entrosamento dos assuntos permitia um direcionamento com relação à TV e sua influência na comunidade, na sua casa e nas próprias pessoas. Quando chegava o momento de direcionar a entrevista cujo tema era a televisão, havia uma descontração e um clima de informalidade no encontro. Sempre que possível, procuramos proceder desta forma durante todo o trabalho de campo.

A Nova República, a morte de Tancredo Neves, a violência nas grandes cidades, no caso a violência urbana porque também se comentava a violência rural, a

inflação, o custo de vida, as dificuldades de produção e comercialização no campo, o futebol, as festas populares, eram também assuntos da nossa conversa.

Realizamos algumas reuniões em local, data e horário previamente combinados com as pessoas da comunidade. Essas reuniões tinham como objetivo discutir mais sistematicamente a influência da TV na formação dos jovens, os seus aspectos positivos e negativos. A escolha dessa discussão ocorreu em virtude do interesse dos jovens, membros do grupo Semente do Amor, da cidade do Conde e de algumas professoras na cidade de São José de Espinharas.

As discussões começavam sobre a televisão no contexto cultural da comunidade, uma abordagem ampla da sua influência na educação, nos valores sociais e morais. Em seguida, se discutia o conteúdo das novelas e as suas influências na comunidade (no período da pesquisa a Rede Globo apresentava as novelas A Gata Comeu, Tititi e Roque Santeiro). Na parte final, discutia-se a recepção e credibilidade das notícias do Jornal Nacional, como também as informações do programa Globo Rural.

Parece ser muita pretensão do pesquisador em querer abarcar tudo que a televisão veicula, em um só trabalho. Mas ficou difícil trabalhar com um referencial menor. No entanto, buscamos metodologicamente concentrar a observação em determinados programas, na tentativa de melhor compreender a diversidade de interesse e conseqüentemente das interpretações da recepção da televisão nas duas comunidades.

Inicialmente, a pesquisa estava planejada para a realização de um estudo de recepção do programa Globo Rural, sem, no entanto, deixar de observar a influência da televisão como um todo, nas duas comunidades. A pesquisa estava em desenvolvimento quando adoece e morre Tancredo Neves e o Jornal Nacional passa a ser a mais importante fonte de informação dos fatos, fazendo com que aumentasse a sua audiência. Como a grande maioria dos brasileiros, os habitantes do Conde e de São José de Espinharas depositavam em Tancredo Neves todas as esperanças da Nova República. Em seguida entra no ar a novela Roque Santeiro, com um novo estilo, despertando ainda mais o interesse da população. Verificamos que o Globo Rural não atinge, como esperávamos, o pequeno produtor rural, estando mais ao alcance dos médios e grandes produtores rurais. Desta forma a alternativa foi realizarmos o estudo, tomando como referencia a audiência, nos dois grupos, da novela Roque Santeiro, Jornal Nacional e Globo Rural.

As transcrições dos depoimentos gravados em fitas cassete, as anotações no diário de campo, as discussões, as conversas e comentários nas casas e ruas com várias pessoas, sobre os programas de televisão - a Rede Globo era a única emissora de TV que tinha repetidora em São José de Espinharas e no Conde é a de maior audiência - e os dados levantados nos questionários permitiram uma melhor compreensão da penetração da TV, que significa a sua recepção nos dois grupos de trabalhadores rurais.

O estudo de recepção não deve limitar-se apenas a análise de conteúdo, nem aos depoimentos dos receptores. Faz se necessário uma observação mais ampla. É

preciso conhecer, participar e até mesmo intervir nos espaços sociais que constroem a sua realidade.

Na obtenção dos dados sócio-econômicos e culturais, utilizamos o método empregado nas pesquisas convencionais, ou seja, o questionário com perguntas fechadas. A técnica usada para dimensionamento e seleção das áreas de investigação foi a da amostragem aleatória estratificada simples.

A observação participante no município do Conde foi desenvolvida com maior intensidade na comunidade do Gurugi. Em São José de Espinharas, ocorreu no grupo que assiste a TV no televisor instalado na praça da cidade. Para a seleção dos dois grupos estudados, utilizamos os critérios de intencionalidade, por serem representativos nas duas comunidades. Michel Thiollent define como mostragem intencional:

“Trata-se de um pequeno numero de pessoas que são escolhidas intencionalmente em função da relevância que elas a apresentam em relação a um determinado assunto. Este princípio é sistematicamente aplicado no caso da pesquisa-ação. Pessoas ou grupos são escolhidos em função de sua representatividade social dentro da situação considerada.”

Como já foi comentado anteriormente, a pesquisa desenvolveu-se conforme os critérios da amostragem com controle estatístico (a aplicação de questionários) e a amostragem por intencionalidade, em função da repre-

sentatividade do grupo no contexto social, cultural e político da comunidade. (5)

Gurugi é uma comunidade de pequenos produtores rurais localizada no município do Conde. Basicamente, vive da produção de inhame. Em São José de Espinharas, o grupo que assiste a TV na praça pública é, na maioria, formado por meeiros e pequenos proprietários rurais. As características de ambas as comunidades serão melhor detalhadas mais adiante.

Roberto Damata, ao analisar o comportamento das pessoas conforme o momento em que elas ocupam determinado espaço, diz:

“Sustento, então, que, embora existam muitos brasileiros que falem uma mesma coisa em todos os espaços sociais, o normal – o esperado e o legitimado – é que casa, rua e outro mundo demarquem fortemente mudanças de atitudes, gestos, roupas, assuntos, papéis sociais e quadro de avaliação da existência em todos os membros de nossa sociedade. O comportamento esperado não é uma conduta única nos três espaços, mas um comportamento diferenciado de acordo com o ponto de vista de cada uma dessas esferas de significação.” (6)

A televisão tem grande importância na ocupação dos espaços sociais dos brasileiros, principalmente aos dedicados as atividades de lazer. É necessário se conhecerem as condições bem como o local onde as pessoas assistem a TV, para poder-se analisar o seu comportamento, as atitudes e as interpretações das mensagens.

A recepção das mensagens dos meios de comunicação de massa deve ser estudada não isoladamente, uma vez que a sua produção, difusão e consumo está associada a vários fatores de intermediações. Da mesma forma os meios de comunicação alternativa da própria comunidade passam por diferentes estágios que são interligados por agentes intermediários que codificam e transmitem ao nível popular as informações dos meios de comunicação de massa.

Nos dois grupos estudados, identificamos líderes de opinião que têm importantes funções no seu grupo social. (7)

Os depoimentos destes agentes comunicadores foram de grande validade para as análises dos dados levantados nas transcrições das gravações que fundamentaram o estudo descritivo-crítico da recepção da televisão nas duas localidades. A transcrição dos depoimentos foi um dos principais instrumentos de coleta de informações dos dados deste trabalho.

Elegemos alguns trechos dos depoimentos que achamos significativos para alcançar os objetivos da pesquisa, partindo do princípio de que a observação participativa, as informações coletadas na aplicação dos questionários e o conhecimento anterior que tínhamos das duas comunidades nos possibilitaram construir um conhecimento mais aproximado da realidade interpretativa da recepção televisiva, mais precisamente dos programas que selecionamos como referencial da observação. (8)

A contextualização do trabalho está fundamentada nas informações obtidas nas comunidades investigadas,

com os técnicos que prestaram assistência aos produtores rurais no Conde e em São José de Espinharas, nas leituras de livros, revistas, jornais e outras publicações referentes aos estudos das diferentes vertentes teóricas da indústria cultural e da cultura popular, nos ensinamentos dos professores do Curso de Mestrado, nas nossas experiências como professor e pesquisador e nas argumentações do orientador.

BIBLIOGRAFIA E NOTAS DO CAPÍTULO II

- 1 - AGUIAR, Neuma. Observação participante e survey; uma experiência de conjugação. In: NUNES, Edson de Oliveira. A ventura sociológica. Rio de Janeiro, Zahar, 1977. p. 125- 6.
- 2 - MELO, José Marques de. In: SILVA, Carlos Eduardo Lins da. Muito além do Jardim Botânico. São Paulo, Summus, 1985. p. 9-12.
- 3 - Observamos ainda neste trabalho a afirmação de Carlos Eduardo Lins da Silva que: "E o pior é que a hegemonia dos defensores desse tipo de mensuração que depois pode ser tabulada e transformada em estatística é tão grande que, muitas vezes, pretende-se que os descarte o estudo de um problema que precisa ser investigado pelo fato de sua complexidade não permitir a aplicação dos

questionários. Assim, os objetos de estudo deixaram de ser definidos por sua relevância e passam a ser escolhidos em função da aplicabilidade ou não de determinados instrumentos.”

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. Muito além... op. cit.,p.67.

4 - THIOLLENT, Michel. Concepção e organização da pesquisa. In: Metodologia da pesquisa-ação. São Paulo, Cortez, 1985. p. 47-72.

5 - Ainda sobre esta questão metodológica da investigação científica e sociológica, Michel Thiollent diz que: “Embora sejam ignoradas ou desprezadas pelos técnicos da investigação social, muitas críticas já foram formuladas a respeito do uso de questionários e de entrevistas individuais no contexto da análise sociológica. Não se trata de negar a necessidade de tais instrumentos sem os quais a pesquisa sociológica perderia sua especificidade, mas sim de pôr em questão a concepção da técnica, sua estrutura interna e as condições de aplicação, variáveis segundo os tipos de população e de assuntos.”

-----A procura de alternativas metodológicas.
In: Crítica metodológica, investigação social e enquete operária. São Paulo, 1982. p. 15-30.

6 - DAMATA, Roberto. Casa, rua e outro mundo. o caso do Brasil. In: A casa e a rua; espaço, cidadania,

mulher e morte no Brasil. São Paulo, Brasilien-
se, 1985.p. 25- 54.

- 7 - Aqui entendido líder de opinião “como agente-
-comunicador do sistema de folkcomunicação”, o
agente-comunicador da própria comunidade tem
importante função no sistema de comunicação so-
cial pelo seu prestígio, carisma, por seus conse-
lhos e elementos de intermediação entre os meios
de comunicação de massa e os que estão inseridos
no seu contexto social.

BELTRÃO, Luiz. O sistema da folkcomunicação. In:
Folkcomunicação; a comunicação dos margi-
nalizados. São Paulo, Cortez, 1980. p. 27-40.

- 8 - WANDERLEY, Maria Angela Sitonio. Terra do ama-
nhecer, terra do anoitecer. Recife, UFPe, 1985.
(Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado
em Sociologia da Universidade Federal de Per-
nambuco).

CAPÍTULO III

LOCALIZAÇÃO E CARACTERÍSTICAS DAS DUAS COMUNIDADES

A Paraíba está localizada na porção oriental do Nordeste brasileiro, tem 171 municípios e 294 distritos. Sua área territorial de 56.372km², correspondendo a 0,66% do território nacional e 3,6% da região Nordeste (1). A maior parte de sua superfície está localizada na zona do Polígono das Secas.

Até 1970, como todos os estados nordestinos, tinha uma população de predominância rural. Na década de 80 a Paraíba, acompanhando o fenômeno da urbanização brasileira, embora em menor proporção, passa a apresentar significativas transformações quantitativas em relação ao índice da população urbana rural.

TABELA 01 - Estado da Paraíba - População
Recenseada a partir de 1960

POPULAÇÃO	Anos		
	1960	1970	1980
TOTAL	2.000.851	2.382.617	2.777.176
URBANA	697.336	1.002.156	1.449.004
RURAL	1.303.515	1.380.461	1.321.177

Fonte: FIBGE - Anuário Estatístico do Brasil, 1980.
Censo Demográfico, 1980.

A maior densidade, que chega a 300. hab/km² está na região da Grande João Pessoa, no litoral que compreende as cidades de João Pessoa, Cabedelo, Bayeux, Conde e Santa Rita, por ser a área no Estado que, atualmente, oferece melhores condições de urbanização.

A menor densidade demográfica está localizada na região do Cariri, chegando a 10 hab/km². No sertão da Paraíba, na região do Baixo Piranhas, a densidade rural situa-se entre 10 e 25 hab/km².

O Estado da Paraíba não apresenta nenhuma metrópole, conforme a classificação do FIBGE. Tem cidades classificadas em cinco níveis assim distribuídos:

1. - Centro submetropolitano: João Pessoa e Campina Grande;
2. - Centro Regional: Patos;
3. - Centro subregional: Cajazeiras e Souza;

4. - Centro de zonas: Catolé do Rocha, Conceição, Itaporanga, Piancó, Pombal, Santa Luzia, Monteiro, Picuí, Esperança, Areia, Alagoa Grande, Guarabira, Solânea, Bananeiras e Itabaiana;
5. - Municípios subordinados: são os demais municípios não citados que perfazem um total de 150. (3)

Atualmente, a maioria das cidades do Nordeste está passando por transformações, na medida em que são responsáveis pela circulação, distribuição e consumo dos principais serviços básicos. Desta forma, a rede de urbanização nordestina está sob controle da classe dominante que, através do empreguismo ofertado pelas instituições governamentais prestadoras de serviços, assume o poder burocrático das cidades. Por outro lado, a falta de uma política voltada para o meio rural estimula o esvaziamento do campo, provocando uma desestruturação na produção agrária e o surgimento de favelas nas periferias das cidades.

A área urbana da Grande João Pessoa tem hoje mais de meio milhão de habitantes.

3.1 São José de Espinharas

Localiza-se na Mesorregião do Sertão Paraibano e na Microrregião da Depressão do Alto Piranhas, com uma área de 763km², limitando-se ao Norte com o município de Paulista e o Estado do Rio Grande do Norte e o município de Patos; ao Leste com o Rio Grande do Norte e o município de São Mamede; ao Oeste com o município de Malta e de Desterro de Malta. A sede do município está

a 210 metros de altitude, tem uma posição geográfica determinada pelo paralelo de 6°50'35" de altitude Sul em sua interseção com o meridiano de 37°19'35" de longitude Oeste.

No que tange à demografia verifica-se que pelo censo de 1980, era de 8.446 habitantes, sendo 584 na área urbana, correspondente a 6,03% da população e 7.917 na área rural, equivalente a 93,70% da população e com uma densidade demográfica de 11,07 hab/km². (4)

Por estar situado na região do semi-árido nordestino, é de clima quente e seco, com uma temperatura oscilante entre 28 e 33°C. As chuvas que caem sobre a região, em média de um mínimo de 500mm e no máximo de 750 mm, mal distribuídas ao longo do ano, surgem com maior intensidade entre os meses de fevereiro e abril, com inverno irregular de um ano para outro e sujeito às estiagens.

Na época da IX Recenseamento Geral do Brasil, o município apresentava um total de 415 estabelecimentos rurais, com uma área de 63.731 hectares, distribuídos da seguinte forma:

GRUPOS DE ÁREA TOTAL (ha)	ESTABELECIMENTOS AGROPECUÁRIOS			
	Número		Área	
	Absoluto	Relativo (%)	Absoluta (ha)	Relativa (%)
Menos de 10	75	18,1	382	0,6
De 10 a menos de 100	211	50,8	8 174	12,8

A TV GLOBO EM DUAS COMUNIDADES RURAIS DA PARAÍBA: um estudo sobre a audiência da televisão em determinados grupos sociais

De 100 a menos de 1000	117	28,2	34 228	53,7
De 1000 a menos de 10 000	12	2,9	20 947	32,9
Total	415	100,0	63.731	100,

Fonte: FIGBE 1980.

Com lavouras permanentes eram 406 estabelecimentos correspondentes a 15.554 hectares e com lavouras temporárias, 183 correspondente a 1.796 hectares.

Os principais produtos agrícolas são: algodão arbóreo, batata-doce, cana para forragem, tomate, banana, milho e feijão. Quanto à produção agrícola, o predomínio absoluto é a do algodão que corresponde a 90,7% do valor gerado pela produção no município em 1980.

Na pecuária os principais rebanhos são os bovinos, equinos e ovinos. Deve ser ressaltado que a bovinocultura ocupa uma posição hegemônica, por excelência, haja visto que esta responde por 97,2% do valor bruto gerado por toda a pecuária do município. (5)

O intercâmbio comercial tem no algodão, no feijão e no milho, os seus principais produtos de exportação; nos eletrodomésticos, medicamentos e tecidos, os produtos importados. Na sede do município há um hotel, construído pela Prefeitura, 18 bares, mercearias e similares, um salão de barbeiro, entre os estabelecimentos de prestação de serviços.

No aspecto de transportes o município tem acesso pela rodovia Federal BR-230; pela Estadual PB-275 e por ro-

dovias municipais. Dista 28 quilômetros de Patos e 325 de João Pessoa, servido por uma linha de transporte coletivo São José-Patos. A Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos-ECT mantém uma agência na sede do município; a Empresa de Telecomunicações da Paraíba - TELPA, mantém um Posto de Serviço que atua com sistema DDD, com um aparelho em funcionamento. A assistência médico-sanitária funciona apenas para atendimentos sem maiores gravidades, existindo um posto de atendimento sem internação.

O município tem uma rede escolar exclusivamente para o ensino do 1º grau, com 1.407 alunos matriculados e um corpo docente de 61 professores, conforme dados da prefeitura em 1981. A população alfabetizada, segundo o censo de 1980, era de 41%, 2.642 na área rural e 260 na área urbana. (6)

Quanto aos aspectos culturais e de lazer, destaca-se pelas vaquejadas em diversos locais do município, entre os meses de junho e setembro, quando o ano de inverno bom; as cantorias de viola, as emboladas, as festas do calendário religioso, principalmente as do ciclo junino, com destaque a de São José, o Padroeiro da cidade. A população no censo de 1980 era composta de 99,8% de católicos. A cidade não dispõe de cinema, nem de grupos de teatro. Raramente passa um circo. As festas dos fins de semana são realizadas no salão do mercado público, com conjuntos regionais que tocam músicas de forró. Aos domingos sempre há jogo de futebol em que o time da cidade enfrenta os times das cidades circunvizinhas ou das fazendas.

Em São José de Espinharas captam-se, regularmente, as transmissões da TV Globo, canal 10 do Recife. É, na

verdade, uma das melhores alternativas de entretenimento da população local.

O Município é membro da Associação dos Municípios do Vale das Espinharas, região polarizada por Patos.

A exemplo do que ocorre com os outros municípios da região das Espinharas, são precários os setores de atendimento médico-hospitalar, de ensino, transportes, bancário, comercial, assistências técnicas e de outros serviços básicos. A maioria desses atendimentos é realizada na cidade de Patos. Por essa razão é que os médios e grandes proprietários rurais dos municípios têm residências na cidade de Patos. Em São José de Espinharas moram os pequenos proprietários, meeiros e funcionários públicos do município, na maioria, pessoas de baixa renda.

No censo de 1970 o município tinha 8.909 habitantes. Já no levantamento estatístico do censo de 1980, a população era de 8.446, havendo, portanto, uma queda de população rural provocada pelo processo migratório rural/urbano, em direção à cidade de Patos e outras regiões.

3.2 Conde

Está situado na macrorregião do Litoral Paraibano, com uma área de 144km², o que corresponde a 0,26% do território paraibano, sendo seus limites os municípios de João Pessoa, Alhandra, Santa Rita e o Oceano Atlântico. Tem uma posição geográfica de 6°58' de latitude e 34°54' de longitude. Fica a uma distância de 24km do centro

de João Pessoa, fazendo parte do aglomerado urbano da Grande João Pessoa.

O acesso ao Conde é feito pela BR 101-Sul e com o entroncamento da PB 018 e a rodovia municipal.

O município dispõe de quatro postos de atendimento médico-odontológico, de um hospital com capacidade para seis internamentos de atendimento gineco-obstétrico. São quinze os estabelecimentos de ensino do 1º grau; um da rede Estadual, 13 pertencentes ao município e um particular. Cinco funcionam na zona urbana e 11 na zona rural. O quadro de professores é constituído de 33 docentes, dos quais 17 trabalham nas escolas urbanas e 16 nas escolas rurais. O número de alunos matriculados no início do ano letivo de 1980 era de 869, sendo 138 na escola Estadual, 646 nas escolas municipais e 83 na única escola particular. Do total de alunos, 301 frequentam as escolas urbanas e 566 as escolas da zona rural. (7)

A Empresa de Telecomunicações da Paraíba-TELPA mantém um posto de serviço com um tronco telefônico do sistema DDD; a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos-ECT, um posto de serviço. Existe um posto do Unibanco.

Como os demais municípios do seu porte, são precárias as condições de serviços básicos. No segundo semestre de 1984, as professoras do município e os funcionários das escolas realizaram uma greve por melhores condições de trabalho e salário. Na época da greve uma professora ganhava 18 mil cruzeiros por mês, as que tinham cursos do primeiro e segundo graus. As principais reivindicações eram o salário mínimo, regularização

do salário-família, elaboração de um estatuto para o magistério municipal e carteira profissional assinada. (8)

No Conde são produzidas diversas culturas tais como: cana-de-açúcar, milho, mamão, graviola, laranja, limão, batata-doce, abacaxi, tomate, maracujá, abacate e algaroba. As principais culturas consorciadas, intercaladas e interplantadas são: manga x coco; coco x feijão; feijão x inhame; coco x banana; mandioca x coco; manga x jaca; coco x jaca; coco x caju e mandioca x abacaxi. (9)

Deve-se destacar que a produção da cana-de-açúcar vem aumentando em ritmo acelerado. Os grandes proprietários estão investindo maciçamente na produção da monocultura canavieira. Conforme dados do censo de 1980, o município do Conde tinha 46 hectares plantados com cana-de-açúcar. O projeto Fundiário Litoral Paraibano, executado pela Fundação de Colonização e Desenvolvimento Agrário do Estado da Paraíba-FUNDAP, constatou em 1984 que já era de 1.664,50 hectares a área plantada com cana-de-açúcar.

O Conde, como os demais municípios da microrregião do Litoral paraibano, está passando por mudanças significativas nas relações sociais, consequência do crescimento e modernização agrícola da lavoura canavieira. A expansão do plantio da cana em terras até então destinadas ao cultivo de culturas de subsistência, vem gerando graves conflitos sociais na zona rural do município ocupada por pequenos produtores.(10)

A modernização da produção da cana-de-açúcar para atender à demanda do PROALCÓOL, diminuiu em muito a

mão-de-obra no campo, estimulando o êxodo rural em direção a João Pessoa.

Em 1983, pesquisa realizada pela Fundação Instituto de Planejamento da Paraíba-FIPLAN, constatou que do total dos deslocamentos relativos às mudanças para João Pessoa, 39,3% eram no sentido rural/urbano, o que caracteriza a saída da população da zona rural para a urbana e ocupando os espaços periféricos da Grande João Pessoa. (11)

O Projeto Fundiário Litoral Paraibano, executado pela Fundação de Colonização e Desenvolvimento Agrário do Estado da Paraíba-FUNDAP, abrange um total de 22 municípios com uma área aproximada de 532.000 hectares. O projeto tem como objetivo resolver as tensões sociais rurais na microrregião do Litoral paraibano. (12)

A Gleba do Conde, que abrange todo o município, foi criada pela Portaria de nº 112, de 23/03/84, teve o início do levantamento dos dados para se obter as informações da situação fundiária em 17/04/84 e com o seu encerramento em 18/07/84, foram constituídos 173 processos individuais que apresentam as seguintes situações:

- a) Domínio: 110 processos
área 3.206, 50ha;
- b) Domínio condicionado: 05 processos
área 41, 40ha;
- c) Domínio em litígio: 07 processos

- área 3.105, 70ha;
- d) Domínio não habilitado: 18 imóveis
área 2.988, 00ha;
- e) Usucapião especial: 52 processos
área 156, 00ha;
- f) Alienação onerosa: 53 processos
área 217, 00ha;
- g) Regularização condicionada: 17 processos
área 172, 00ha;
- h) Posse em litígio: 12 processos
área 66, 10ha;
- i) Posse não habilitado: 18 imóveis
área 661, 60ha

A FUNDAP vem encontrando dificuldades na regularização das apropriações por causa das tensões sociais que continuam na área. As grandes empresas rurais estão adquirindo as pequenas propriedades e forçando a saída dos posseiros, grande número de loteamento urbano, a vasta área de capoeiras e mangues.

Entre outras instituições que atuam na área rural do Conde, destacamos ainda o trabalho da EMATER, escritório Regional de João Pessoa, que presta assistência técnica principalmente no plantio do inhame e da mandioca e apoia atividades no campo social e educacional. O trabalho da EMATER tem sido criticado em alguns aspectos. O Projeto Rondon também vem nesses últimos

anos desenvolvendo uma série de atividades. A Igreja Católica tem uma atuação bastante marcante, destacando-se pela organização comunitária para enfrentar os latifundiários.

Os pequenos produtores rurais, que são a maioria, produzem o inhame, a farinha de mandioca, para o abastecimento do mercado consumidor da Grande João Pessoa e das safras periódicas dos pomares.

É considerável o número de granjas que são utilizadas pelos seus proprietários apenas para as atividades de lazer nos fins de semana. É também uma zona que, por suas características naturais, favorece o surgimento de clubes campestres.

Conforme dados da Prefeitura, no município, em 1984, havia mais de 15 mil lotes urbanos distribuídos em loteamentos sem nenhuma infraestrutura, apenas com um mapa, licença de venda da prefeitura e um serviço de vendas. Na realidade é mais uma forma de especulação imobiliária, uma vez que o Conde vem crescendo devido ao seu potencial turístico.

As principais diversões dos habitantes do Conde são os encontros nos bares, nas bodegas e nas festas dançantes, dos fins de semana, com o som de conjuntos regionais ou serviços de som contratados em João Pessoa. São tradicionais as festas do calendário religioso, ressaltando-se as do ciclo natalino, com os Pastoris, Boi-de-Reis, Cirandas e Coco de Roda; as festas do ciclo junino com as danças e comidas típicas da época. A festa de Nossa Senhora da Conceição, padroeira da cidade, no dia 8 de dezembro; a de São Sebastião, padroeiro da comunidade rural de Gurugi, no dia 20 de janeiro, feste-

jadas com procissões, novenários e quermesses. Recentemente, vem crescendo o carnaval da praia de Jacumã organizado pela prefeitura com o apoio da Empresa de Turismo da Paraíba para atrair veranistas durante a temporada de praia. Mesmo assim não deixa de ter influência nas atividades culturais da comunidade do Conde. A televisão é, na realidade, o entretenimento que ocupa o maior tempo de lazer dos seus habitantes durante todo o ano.

3.3 As Condições de Vida no Conde e em São José de Espinharas

As duas comunidades, mesmo localizadas em diferentes regiões do Estado, têm características culturais semelhantes. São duas comunidades cuja economia depende da produção agrícola; os valores morais estão ligados às tradições religiosas do catolicismo popular. Além disso, estão marginalizadas do processo decisório brasileiro. (figs. 6, 7, 8, 9, 10, 11 e 12)

Em 1970 o então prefeito de São José de Espinharas instalou, pouco antes da Copa do Mundo do México, uma televisão na praça da cidade e construiu uma arquibancada com capacidade para mais de 150 pessoas (fig.5). É no televisor da praça que grande parte dos habitantes de São José assiste aos seus programas de preferência. Mesmo aquelas que têm TV em suas casas, às vezes, preferem a televisão pública.

A imagem da TV a cores da praça é bem melhor do que a dos televisores residenciais, uma vez que a antena está instalada em um ponto estratégico e de melhores

condições técnicas de recepção. Outro motivo é o das conversas, os comentários com as outras pessoas que estão nas arquibancadas assistindo a TV. Um morador de São José uma vez disse-nos que: "Eu tenho televisão em casa, mas gosto mesmo é de assistir aqui." A cidade é de clima quente e durante a noite, na praça, o clima é mais agradável do que no interior das casas.

No Conde já teve televisor instalado na praça e nas comunidades rurais, conforme pudemos apurar nos depoimentos das pessoas e confirmamos com o filho do atual prefeito do município, Antônio de Sousa Júnior, que foi vice-prefeito e assumiu a prefeitura no período de agosto de 1979 a fevereiro de 1980, resolvendo instalar os aparelhos de TV em locais públicos, por recomendação de uma equipe de pesquisadores de serviço social, na tentativa de diminuir o índice de nascimentos nas famílias de baixa renda.

O Conde está para João Pessoa, assim como São José de Espinharas está para Patos. A maioria dos seus habitantes é constituída de pequenos produtores rurais, funcionários públicos de baixo salário e comerciantes para o atendimento das necessidades locais.

Foram entrevistadas 70 pessoas na aplicação do questionário, das quais 45,7% são do sexo masculino e 54,3% do sexo feminino, assim distribuídas:

- sexo feminino: 38
- sexo masculino: 32

Tabela 03 – Distribuição dos entrevistados, por sexo, nos municípios do Conde e São José de Espinharas.

Sexo	Municípios				Total	
	Conde		São José			
	nº	%	nº	%	nº	%
Masc.	17	45,9	15	45,5	32	45,7
Femi.	20	51,1	18	54,5	38	54,3
Total	37	100	33	100	70	100

Fonte: Pesquisa de campo, 1985.

A faixa etária dos entrevistados se constitui de 18,6% com menos de 20 anos; 25,7% entre 20 e 30 anos; 21,4% entre 30 e 40 anos; 17,1% entre 40 e 50 anos e 17,1% com mais de 50 anos.

Quanto ao grau de instrução 21,4% são analfabetos; 58,6% cursaram apenas o 1º grau; 15,7% o 2º grau e 4,3% o curso superior. Por cada município a situação em relação ao grau de instrução é a seguinte:

Tabela 04 – Distribuição dos entrevistados pelo grau de escolaridade nos municípios do Conde e São José de Espinharas.

Grau de Instrução	Municípios				Total	
	Conde		São José			
	nº	%	nº	%	nº	%
Analfabeto	9	24,3	6	18,2	15	21,4
1º Grau	23	62,2	18	54,5	41	58,6
2º Grau	5	13,5	6	18,5	11	15,7
Superior	–	–	3	9,5	3	4,3
Total	37	52,9	33	47,1	70	100

Fonte: Pesquisa de campo, 1985.

Das três pessoas entrevistadas de nível universitário, duas são professoras e a outra, funcionária pública Estadual, na cidade de São José de Espinharas.

As casas, na sua maioria, são de tijolos e telhas que correspondem a 67,1%; 31,4% são de taipa e telha e 1,4% de taipa e palha. Em São José de Espinharas não foram identificadas casas cobertas de palha.

Tabela 05 - Distribuição dos domicílios existentes nos dois municípios.

Discrimi- nação	Municípios				Total	
	Conde		São José			
	nº	%	nº	%	nº	%
Tijolo e telha	14	37,8	33	100	47	67,1
Taipa e te- lha	22	59,5	--	--	22	31,4
Taipa e pa- lha	1	2,7	--	--	1	1,4
Total	37	52,9	33	47,1	70	100

Fonte: Pesquisa de campo, 1985.

As casas são de pequena dimensão, com um ou dois quartos e quase sempre sem reboco. 64,3% são próprias e construídas sem financiamento, por falta de uma política habitacional para o meio rural; 21,4% são alugadas e 14,3% cedidas pelo patrão ou por um parente próximo. (figs. 15, 16 e 17)

A Cooperativa de Eletrificação Rural do Vale do Espinharas-CERVE recebeu a autorização do INCRA para o seu funcionamento, em 1973, com uma área que abrange 25 municípios do sertão e com 480 associados. Até 31 de junho de 1983 apenas 286 propriedades estavam eletrificadas. Em 1984 o consumo foi em média de 205kws, o que é considerado baixo. A eletrificação rural na região é mais utilizada para o conforto e o lazer domésticos, uma vez que faltam incentivos à expansão de sistemas de irrigação e outras aplicações produtivas. A zona rural

de São José de Espinharas, até 1984 tinha 19 propriedades com eletrificação rural fornecida pela cooperativa, o que facilitou a instalação de eletrodomésticos, até há pouco tempo utilizados apenas nos domicílios urbanos. Isto não significa que seja esse o número total de propriedades eletrificadas na região.

A Cooperativa de Eletrificação do Litoral recebeu autorização do INCRA para funcionar em 1973. Tem um quadro de 601 associados, com uma área de ação que abrange 8 municípios com 222 propriedades rurais eletrificadas. (13)

A zona rural do Conde está localizada na área de ação da CERLI.

As duas comunidades, nos últimos anos, têm aderido ao consumo de produtos urbanos, sendo a televisão a que mais exerce essa influência. No Conde 70,3% dos habitantes têm televisor em preto-branco. Já em São José de Espinharas essa percentagem chega a 66,7%, conforme tabela a seguir:

Tabela 06- Distribuição das principais comodidades urbanas existentes nos domicílios dos entrevistados, por município.

DISCRIMINAÇÃO	Municípios				Total	
	Conde		São José			
	nº	%	nº	%	nº	%
Refrigerador	20	54,1	20	60,6	40	57,1
Água encanada	25	67,6	--	--	25	35,1
Tv preto/branco	26	70,3	22	66,7	48	68,6
Fogão a gás	27	73,0	28	84,8	55	78,6
Tv a cores	10	27,0	3	9,1	13	18,6
Rádio a pilha	20	54,1	25	75,8	45	64,3
Rádio elétrico	16	43,2	11	33,3	27	38,6
Banheiro in- terno	14	37,8	16	48,5	30	42,9
Automóvel	7	18,9	9	27,3	16	22,9
Empregada do- méstica	2	2,9	2	2,9	4	5,7

Fonte: Pesquisa de campo, 1985.

Com a energia elétrica a população rural muda os seus costumes, passando a comprar eletrodomésticos e alguns alimentos que só poderiam ter em casa conservados em refrigeradores. “Com a luz a coisa ficou mais fácil para a gente aqui no sítio. Em não ter que ir buscar água lá em baixo já é uma grande coisa”, afirma um pequeno proprietário rural de São José de Espinharas. “Ora se foi bom! Agora não tenho que ficar sopran-

do brasa para engomar roupa, é ligar o ferro e pronto”; afirmou sua mulher.

Com a energia elétrica cresce o número de motor bomba para irrigação e de máquina forrageira, na zona rural. Na região do Vale das Espinharas 88,9% das propriedades que têm energia elétrica fornecida pela CERVE têm motor bomba e 86,1% máquina forrageira (14). Não foi possível levantar esses dados com relação à zona rural litorânea. Contudo, podemos afirmar, com base em nossas observações, que é grande o percentual nesses dois aspectos na área rural do Conde.

A pesquisa foi realizada com agricultores que têm uma estimativa de renda mensal conforme tabela abaixo:

Tabela 07 – Distribuição das faixas de salários dos entrevistados por município.

Salários (Em Cr\$ 1.000,00)	Municípios				Total	
	Conde		São José			
	nº	%	nº	%	nº	%
Até 300	2	5,4	13	39,4	15	21,4
Entre 300 e 500	8	21,6	5	15,2	13	18,6
Entre 500 e 1000	22	59,5	4	12,1	26	37,1
Entre 1000 e 1500	3	8,1	9	27,3	22	17,1
Mais de 1500	2	5,4	2	6,1	4	5,7
Total	37	100	33	100	70	100

Fonte: Pesquisa de campo, 1985.

Na realidade, é uma renda baixa em relação a outras regiões do país. Mesmo assim, as mudanças nos seus hábitos de consumo dos bens duráveis e não duráveis, que anteriormente eram privilégios das sociedades urbanas, são crescentes.

Esse fenômeno não se limita apenas ao interior do Nordeste. Em agosto de 1985, o presidente da República, José Sarney, inaugurou em Londrina, Estado do Paraná, um sistema de eletrificação rural que, de imediato, provocou uma corrida às lojas de eletrodomésticos do interior daquele Estado.

Em depoimento para a revista *Veja*, o gerente da loja da Cooperativa Agrícola de Toledo, cidade paranaense, diz:

“Somente com eletrodomésticos estamos vendendo mais de 600 milhões de cruzeiros por mês. Os compradores são pessoas simples, que calçam sandálias de dedo, mas que pagam à vista.” (15)

A CERVE e a CERLI não têm lojas de departamentos. São prestadoras de assistência técnica e manutenção das redes elétricas e das instalações domiciliares dos seus associados.

3.4 A Feira Regional

Em São José não existe feira semanal. Por esse motivo é que 63,6% da população fazem a sua feira na cidade de Patos, enquanto 36,4% efetuam suas compras nas mercearias da própria cidade.

A prefeitura do Conde reativou, há três anos, a feira local. Mesmo assim, 27% da população continuam fazendo a feira no bairro de Oitizeiro, em João Pessoa.

A feira de Oitizeiro, freqüentada, basicamente, pela população rural da Grande João Pessoa, se realiza aos domingos. A de Patos ocorre nas segundas-feiras e é freqüentada pela população rural da região das Espinharas. Em suas características, as duas feiras não diferem das demais do Nordeste, evidentemente, cada uma com as suas peculiaridades.

As feiras livres, além da compra e venda, são motivo para os encontros com os amigos, parentes, divertimentos e trocas de informações.

No seu trabalho de pesquisa sobre as feiras nordestinas, Francisco Pereira Júnior identifica a feira como um museu vivo da cultura popular:

“Pode-se afirmar que existem duas feiras paralelamente: a Feira de consumo propriamente dita e a outra que é complementar por se faz de caráter da presença dos próprios indivíduos, cada um portador de experiências muitas vezes transmitidas de geração a geração. A feira é, conseqüentemente, um grande centro de comunicação, onde o arquivo da informação da cultura regional é a memória coletiva.” (16)

O próprio sistema de comercialização representa toda uma rede de informações dos fatos ocorridos na região e até mesmo seu universo. Na feira se toma conhecimento das chuvas, como vai ser a safra e o preço

dos produtos agrícolas, dos acontecimentos políticos, dos assassinatos, e se comentam os fatos de seu interesse veiculados pelos meios massivos de comunicação.

O mesmo autor, mais adiante afirma que:

“Mesmo com o advento da televisão, hoje penetrando nos lugares mais distantes, não cessou, em nenhum momento, o poder desse diálogo, que se processa desde a formação histórica da cidade, que sempre foi em torno da Feira.” (17)

As conversas nos restaurantes-barracas, na feira do fumo ou nas butiques populares, na feira do barro ou de troca onde se misturam sandálias de plástico, bujões de gás, aparelhos de televisão, ferros elétricos e relógios com rapaduras, feijão e animais, se processam numa comunicação horizontal em que são interpretados e incorporados, na dinâmica cultural da população interiorana, marcantemente de origem rural, os bens culturais veiculados pelos meios de comunicação de massa. (figs. 3, 4 e 5)

BIBLIOGRAFIA E NOTAS DO CAPÍTULO III

1. - FIBGE. Anuário Estatístico do Brasil. Rio Janeiro de 1980. (Censo Demográfico),

2. - ATLAS Geográfico do Estado da Paraíba. Carapina Grande, Grafset, 1985.
3. - ATLAS, op. cit.
4. - FIBGE, op. cit.
5. - PARAÍBA. FIPLAN-Fundação Instituto de Planejamento da Paraíba. Recife, Star, 1981.
6. - FIBGE. Coleção de monografias municipais, 1984. (Nova série, 206).
7. - FIBGE. op. cit.
8. - PROFESSORES era greve no Conde. A União, João Pessoa, 26 jul. 1984.
9. - PARAÍBA. FUNDAP-Fundação de Colonização e Desenvolvimento Agrário do Estado da Paraíba. João Pessoa, 1985.
10. POPULAÇÕES de baixa renda; origem e aspirações. FIPLAN, João Pessoa, 1983. p. 64-85.
11. Id., ibid.
12. FUNDAP, op. cit.
13. RELATÓRIO anual da CERLI. João Pessoa, 1985.
14. RELATÓRIO de pesquisa, telefonia rural... op. cit.
15. ROÇA eletrônica; o século XX alcança o interior do Paraná. Veja, são Paulo, 21 ago. 1985.

16. JUNIOR, Francisco Pereira. A feira de Campina Grande; um museu vivo da cultura popular e do folclore nordestino. João Pessoa, UFPb, 1977. 48p.
17. Id., *ibid.*, p. 32.

CAPÍTULO IV

A TELEVISÃO NO CONDE E SÃO JOSÉ DE ESPINHARAS

Na verdade a TV não é a única forma de entretenimento nas duas comunidades. Não obstante, após a recepção de sua imagem, ocorreram mudanças significativas nas várias atividades de lazer, principalmente as que são realizadas no período noturno. (1)

A televisão ocupa uma boa parte do tempo dedicado ao lazer da maioria das pessoas do Conde e de São José no horário das 13 às 22 horas, quando 98,6% dos seus habitantes estão assistindo a TV.

Uma das características das sociedades rurais é a associação que se faz entre o trabalho e o lazer. Os cantos de trabalho, as estórias da boca da noite, de pescadores e caçadores, já foram meios importantes de ligação entre as atividades de trabalho e lazer nas comunidades rurais. Hoje estão sendo substituídos por outras for-

mas de ligações, mas podemos encontrar em atividades como a farinhada, a tirada de queijo, numa fornalha de olaria, na coberta de uma casa, na colheita de algodão e do milho, na despesca de açudes e currais, nas festas do gado, nas exposições agropecuárias, nos mutirões, uma combinação de trabalho e lazer, bem característica nas sociedades rurais.(figs. 18, 19, 20 e 21)

Outras formas de divertimentos são as festas religiosas, onde o profano se confunde com o sagrado. Evidentemente, todas essas manifestações culturais em que não se delimita com precisão o que é trabalho e o que é lazer, não acontecem da mesma forma como no tempo dos seus antepassados. (2)

É o que confirma “seu” Zé Pequeno, 83 anos, agricultor no Conde:

“(...) Antigamente as festas era na luz de candieiro e se dançava em chão batido de barro. Hoje não, a luz é elétrica e esse som que vem de João Pessoa. (...) Na minha infância dancei Cana Verde, uma brincadeira que o pessoal usava, eu era muito criança, quando usava essa brincadeira de Cana-Verde. O pessoal daqui nunca andava pra canto nenhum, não saía aqui desse lugar, não fazia a feira em canto nenhum. Era algum que quando saía daqui ia pra Goiana (PE) trabalhar em eito de cana quando chegava a safra, atrás de um ganho que aqui não ganhava nada. Aí o pessoal trazia pra cá essas brincadeiras.

(...) Hoje, acabou-se tudo. Hoje o pessoal se diverte em negócio de bailes, essas coisas, essas danças. Eu não me criei nessa vida assim, era proibido pelos nossos pais de assistir essas brincadeiras. Hoje é que está em público. Mas, até aquela época os bailes que existia era na casa dos pais de família, era uma coisa com sinceridade e então eu não compreendo essas danças que existem hoje, porque hoje não tem mais dança, eu mesmo ignoro, chego assim na porta espio assim, tô vendo aquele pessoal dançando com aquela luz negra, eu fico assim espiando, não acho jeito naquela brincadeira e me retiro pra casa. (...) A minha diversão é o meu trabalho na roça e ir pro mato caçar.”

“Seu” Heleno, 56 anos, meeiro em São José, completa:

“(...) A violência está menos do que antigamente aqui nas festas. A gente nunca ia a um forró pra não ter um mundo de briga, era faca, murro, queda, o diabo. Hoje, se há alguma coisa, não é em festa. Eu acho que a televisão até ajuda, porque cada qual bota a sua cabeça em si e imagina que briga não presta.”

Para Marcos, 38 anos, agricultor e líder comunitário em Gurugi, no Conde:

“(...) A diversão que a gente tem mais agora é a televisão. Aqui era um lugar muito folclórico antigamente. O pessoal brincava muito de ciranda, coco-de-roda, baile, lapinha, isso era brincadeira que tinha todo o ano. Mas, agora vai chegando essa época do pessoal mais novo, não vai ligando pra essas coisas. A televisão influenciou muito o jovem a achar que tudo isso era caretice.”

O depoimento do líder comunitário tem um certo fundamento. Porém, podemos observar uma revalorização, ou melhor, uma tentativa de reativar essas manifestações entre os jovens pela ação da Igreja e dos agentes comunitários que atuam na região. O grupo de jovens Semente do Amor e o Grupo Comunitário de Gurugi, formados por jovens entre 15 e 25 anos, têm realizado vários trabalhos nesse sentido.

Uma professora primária e líder comunitária no Conde, 23 anos, dá o seguinte depoimento:

“(...) Quando eu posso assisto televisão. Quando não posso, vou à igreja, vou às reuniões da comunidade, eu adoro ciranda, coco-de-roda, de tudo eu faço um pouco. Aqui em Gurugi agora, que a gente vê os jovens valorizando a música internacional. Antes não, era mais a música regional mesmo, era a ciranda,

forró, coco-de-roda e outras danças. Agora com essa chegada do rock essas coisas mudaram.”

A presidente do grupo de jovens Semente do Amor, do Conde, Diana, 17 anos, também reconhece:

“(...) Uma coisa interessante que aconteceu nesses últimos anos aqui, acho que o Conde estava muito ligado em discoteque, mas de um tempo pra cá criou assim na gente, um interesse pelo forró, tenho impressão que as festas religiosas despertaram pra isso. Na festa da padroeira, Nossa Senhora da Conceição, toca muito a música regional.

Aí criou-se na gente esse interesse pelo que é nosso. Hoje já é bem maior o interesse dos jovens da cidade pelo que é nosso, o que é da região. A igreja foi muito importante no nosso despertar. (...) A televisão ameniza a nossa sede de lazer, a gente jovem gosta de ver televisão, as novelas, os programas de humor mas, não preenche totalmente as nossas necessidades. A gente acha que falta alguma coisa e por isso é que discutimos esses problemas aqui.”

Em janeiro de 1986, na festa de São Sebastião, padroeiro da comunidade rural de Gurugi, no município do Conde, presenciamos a apresentação de um pastoril organizado pelas pessoas da comunidade. Além do pastoril tinha quermesse e baile no pavilhão da festa, animado

por um sistema de som contratado em João Pessoa.(figs. 10, 11 e 12)

No dia anterior, recebemos a informação de que o pastoril se apresentaria às 20 horas e depois havia o baile com o sistema de som. Quando passava das 21 horas, perguntamos a uma pastora o motivo pelo qual não tinha sido iniciada a apresentação do grupo e porque havia poucas pessoas no local da festa. De imediato ela respondeu: "só vai animar mesmo a festa depois que terminar a novela Roque Santeiro, aí a gente dança o pastoril."

As casas que ficavam próximas ao local da festa estavam cheias de pessoas assistindo à novela. Umas na sala, outras nas portas e janelas, vendo pelo lado de fora. Quando terminou o capítulo da novela Roque Santeiro, uns 10 minutos depois, havia bem mais gente no pavilhão e o locutor chamava pelo microfone as pastoras, para o início da brincadeira.

Deve-se ressaltar que grande parte dos televisores continuaram ligados. Só que depois das 21:30 horas o número de telespectadores era bastante reduzido.

A festa de São Sebastião só veio terminar quando o dia estava amanhecendo. Houve apresentação de pastoril, ciranda, coco-de-roda, forró, rock etc.(figs. 22 a 27)

Na festa de Santo Antônio, padroeiro da comunidade rural de Serra Redonda, no município de São José de Espinharas, também pudemos observar a dinâmica cultural nas manifestações populares. A influência da televisão nas festas populares.

O animador da festa identificava as pessoas, não pelos seus nomes mas, com os nomes dos personagens das novelas Tititi e Roque Santeiro. As duas de maior audiência da Rede Globo na época.

Nas casas de farinha onde trabalham juntos pai, mãe, filhos, sobrinhos, irmãos, outros parentes e amigos na produção de farinha de mandioca, o trabalho e o lazer estão juntos. No final, cada um recebe a sua parte do pagamento, geralmente com a própria farinha, e ainda festeja quando a farinhada dá bom resultado.

O “seu” Castelo, 47 anos, responsável pela produção de uma casa de farinha no município do Conde, encontrou uma forma de continuar o trabalho durante a noite instalando um televisor na casa de farinha:

“(...) A casa de farinha tem uns dez anos e desde o início tem energia elétrica. Há uns oito meses eu coloquei aqui a televisão, no sentido de ver se chamava uma freguesia pra ver se melhora alguma coisa pra mim. Com a televisão o pessoal se anima mais, raspando a mandioca e assistindo TV. Agora a televisão quebrou, queimou uma válvula e não tenho condições de mandar consertar, por enquanto. O pessoal gosta mais de assistir novela. Mesmo nos fins de semana eu ligava a televisão e o povo vinha assistir aqui, principalmente os Trapalhões.

Com o aparelho de televisão sem funcionar, o “seu” Castelo resolveu substituí-lo, até que possa consertar, com outra forma de entretenimento:

(...) A televisão está fazendo falta. (...) tenho também aqui na casa de farinha uma radiola e à noite a gente bota uma musiquinha para o pessoal não adormecer cedo e se animar mais. Tenho um bocado de disco: Gonzagão, Reginaldo Rossi, Ednaldo, Pinduca, Zé Nilton, Maurício Reis, Teixeirainha, Cachira-binho, Moacir Lorentino e outros. Então a televisão e a música não empata o trabalho, faz é animar mais. O trabalho aqui é quase como um divertimento.”

T A B E L A 08 - Distribuição dos principais divertimentos, de segunda a sexta-feira, das duas comunidades pesquisadas.

Discriminação	Municípios				Total	
	Conde		São José			
	nº	%	nº	%	nº	%
Cinema	--	--	--	--	--	--
Televisão	36	97,3	33	100	68	98,6
Rádio	27	73,0	25	75,8	52	74,3
Encontro/ Bares	17	45,9	17	51,5	34	48,6
Festas Locais	6	16,2	17	51,5	23	32,9
Outros	5	13,5	8	24,2	13	18,6

Fonte: Pesquisa de campo, 1985.

A TV GLOBO EM DUAS COMUNIDADES RURAIS DA PARAÍBA: um estudo sobre a audiência da televisão em determinados grupos sociais

Na variável - outras - foram considerados os jogos de baralho, dominó, futebol etc.

No sábado e no domingo a televisão continua sendo a melhor forma de divertimento nas duas comunidades principalmente no horário noturno, com mostra a tabela seguinte:

TABEL A 09 - Distribuição das principais formas de divertimento nos fins de semana, por município.

Discriminação	Municípios				Total	
	Conde		São José			
	nº	%	nº	%	nº	%
Vai à Igreja	18	48,6	19	57,6	37	52,9
Pratica esportes	6	16,2	7	21,2	13	18,6
Festas locais	9	24,3	5	15,2	14	20,0
Ouve rádio	18	48,6	24	72,7	42	60,0
Assiste a TV	36	97,3	32	97,0	68	97,1
Outras	11	29,7	9	27,3	20	

Fonte: Pesquisa de campo, 1985.

Há outras diversões além das já citadas, entre elas a ida a praia aos domingos, no caso dos moradores do Conde. Ou os banhos de açude, rios e a caça, no caso dos moradores de São José de Espinharas. Com relação à frequência à igreja, deve-se ressaltar que em São José de Espinharas só há missa no primeiro e no último domingo do mês. Já no Conde a ação da igreja católica é bem marcante, por ter um trabalho também voltado para o social, o que não ocorre em São José.

De acordo com nossas observações participativas, constatamos que nas duas comunidades existem poucos adeptos de outras religiões (Assembléia de Deus, Pentecostal, Protestante etc).

Como o Conde está localizado na área da Grande João Pessoa e o sistema de transporte coletivo é feito de hora em hora, há uma maior facilidade de deslocamento das pessoas para João Pessoa e, conseqüentemente, estão mais expostas aos valores urbanos. Isso não ocorre com a população de São José que não dispõe de um serviço de transporte coletivo regular e as condições das estradas não são boas, dificultando a mobilidade no sentido de ir a Patos nos fins de semana, em busca de alternativas de lazer.

4.1 A Apropriação da Programação Televisiva pelas Emissoras de Rádio na Região das Espinharas

Realmente o rádio ainda é o meio de comunicação de maior penetração, mesmo nas mais longínquas regiões deste imenso país. Mas, é a televisão que tem um poder maior de influência nas pessoas e até mesmo nas programações das emissoras de rádio AM interioranas. A televisão é hoje o mais importante instrumento de diversão e de informação da população brasileira.

Em São José de Espinharas e no Conde 94,3% dos agricultores afirmaram que ficam mais informados e melhor se divertem com a televisão e 5,7% com o rádio.

A pesquisa realizada pela TELPA-Telecomunicações da Paraíba, em 1984, nas propriedades rurais, com ele-

trificação fornecida pela CERVE, constatou que 41,7% dos proprietários rurais da região ficam informados pela televisão para realizar uma melhor comercialização da sua produção; 33,3% pelos agentes de extensão rural; 11,1% pelo rádio; 8,3% pelos jornais; 36,1% pelas cooperativas e 16,7% pelos sindicatos. Deve-se ressaltar que a pesquisa foi realizada com médios e grandes proprietários da região das Espinharas dos quais 72,2% tem um ou mais aparelhos de televisão na fazenda e 83,3% tem um ou mais aparelhos de rádio. (3)

Apesar do número de receptores de rádio ser maior do que o de televisão nas comunidades urbanas e rurais, fica claro que é a televisão o meio de comunicação de maior aceitação da informação na região. Carlos Eduardo Lins, nesse mesmo sentido, diz que:

“Desta forma, o Brasil, é uma sociedade cuja indústria cultural gira em torno da televisão. Embora o rádio ainda seja o meio de comunicação de maior penetração (presente em 76% dos domicílios em 1980, enquanto a TV só aparece em 55%), a televisão é o mais influente. Primeiro, porque nas áreas urbanas, onde se concentra 80 dos 120 milhões de brasileiros, a presença da TV e rádio é quase igual: 79% dos domicílios têm aparelho receptor de rádio e 73% de TV. Segundo, porque o próprio rádio segue o mote da televisão. Com raras exceções, em especial nas regiões amazônicas, quem faz sucesso e tem prestígio é quem aparece na televisão.” (4)

O maestro Saraiva, que é também professor de Educação Artística e Geografia no Colégio Estadual na cidade de Patos, apresentador de um programa noturno na Rádio Panaty e líder de um conjunto musical que toca em bailes nas cidades próximas a Patos, dá o seguinte depoimento:

“(...) Nós que fazemos programas de rádio abertos ao público, por telefone ou vindo pessoalmente fazer seu pedido, que não limita o ouvinte apenas a uma relação musical produzida pela discoteca, sentimos que há grande influência da televisão nas preferências do público. Eu acredito que a televisão nos favorece até na programação que desenvolvemos no dia-a-dia no rádio. Neste programa que faço, o ouvinte fica bem a vontade. Ele pede uma música, que de tão vivenciado com o sucesso da trilha sonora de uma novela, não costuma pedir pelo título nem pelo intérprete ou pelo compositor da música e sim pelo personagem de que a música é tema. Por exemplo, o ouvinte pede a música de Lenita, da novela A Gata Comeu, de Fábio, de Jô. No caso da novela Tititi, que é o grande sucesso atualmente, o ouvinte nem se preocupa, nem nós, com o nome da música, embora a gente nunca deixe de mencionar o título e o intérprete e o compositor. Apenas estimulamos o ouvinte no sentido

de que ele fique bem à vontade. E isso acontece com todas as novelas. Sai muito também, o tema da viúva Porcina, de Sinhozinho Malta e de tantos outros da novela Roque Santeiro. Isso nós captamos do povo ouvinte que assiduamente está em contato com o rádio e a TV. Então, os meios de comunicação, principalmente o rádio e a televisão, contribuem muito para a formação cultural do nosso povo. No meio rural, uma fazenda próximo de Patos, por exemplo, o pessoal liga para o meu programa e pede a música que é a abertura do programa Som Brasil, a da novela Roque Santeiro. O ouvinte sempre grava a música que tem relação com o personagem, chegando até a cantar um pouquinho da música. Por isso percebemos que também no meio rural a televisão tem contribuído para os programas do rádio, ajudando assim o nosso trabalho a ter mais penetração. Quando estava projetada a chegada da imagem da TV Globo aqui em Patos, em conversa com outros colegas de rádio, chegou-se a comentar que o rádio iria sofrer uma grande perda de ouvinte, principalmente à noite.

(...) Mas, quando a Globo entrou no ar aqui, ao invés de ela tomar 20 ou 30% de nossa audiência, como tínhamos planejado, ela tomou cerca de 70%. Eu sinto que o pique de audiência hoje, é atin-

gido exatamente no horário da noite e vai até à novela das oito e trinta. Geralmente, o ouvinte termina de ver a sua “novelinha” e pega o rádio, vai prá calçadinha, numa área, naquela de bate-papo.”

Edleuson Franco, chefe de redação da Rádio Espinharas de Patos, emissora localizada na região sertaneja da Paraíba, com mais de 25 anos de profissão em rádio e que também exerce a profissão de médico veterinário, enfatiza no seu depoimento que nos concedeu em setembro de 1985:

“(...) Comecei no rádio em 1960 quando praticamente não se falava, na região do Sertão, em televisão. Foi quando Assis Chateaubrian era vivo, que foi candidato a Senador pela Paraíba e trouxe uma televisão de circuito fechado para um comício aqui em Patos. É isso, eu bem recordo, ele quando foi candidato a Senador tava implantando a TV Tupi, então trouxe o circuito fechado com uns aparelhos de televisão muito grandes e colocou lá na Praça João Pessoa. Esse foi o nosso primeiro contato com a televisão. Nós iniciamos no rádio em 60 e o rádio praticamente dominava toda essa faixa sertaneja, principalmente a Rádio Espinharas de Patos, que foi uma das primeiras emissoras da região. Lançada ao ar em 1950, só nos idos de 60 é que surgiram outras emissoras. A Rádio Espinharas

dominava toda essa faixa, era dona total de audiência, porque só tinha ela aqui. Tinha uma em Campina Grande, depois surgiu a Rádio Rural de Caicó e assim, hoje em todo o canto tem uma, duas três rádios. Rádio hoje está praticamente trabalhando para o ambiente local, numa faixa de 100 a 150 quilômetros porque, logicamente, o ouvinte procura ficar ciente do que ocorre na sua região. Então, esse negócio de dizer que um ouvinte de Caicó vai ouvir a Rádio Espinharas, só se ele tiver interesse em alguma notícia. Mas, ele vai procurar ouvir a estação local onde realmente ele tem que ficar ligado cora o que ocorre no seu município. Mas, com o advento da televisão nessa região, com a boa qualidade de imagem que se terá hoje, dadas as vantagens do avanço técnico, inclusive via satélite, quase não se nota diferença de imagem entre Recife, que é a geradora, e aqui era Patos ou na região. Então, a televisão está tendo uma influência enorme. Nós que fazemos o rádio, sentimos dificuldades era trabalhar para os ouvintes, para fugir da concorrência com a televisão. Eu tinha uma resenha, de meio dia e trinta à uma hora, fui obrigado a mudar de horário porque estava perdendo para o programa de esportes da TV Globo (Globo Esporte). Mudei para fugir da concorrência porque lá o ouvinte tá vendo os joga-

dores Sócrates e Zico ao vivo e nós, vamos apenas dar a notícia, notícias que tiramos, muitas vezes, da televisão porque é o veículo hoje que tem maior velocidade de chegar à notícia. Praticamente o que está acontecendo no momento a televisão está transmitindo. No recente episódio da doença e posteriormente da morte de Tancredo Neves, nós fizemos um plantão permanente com a TV Globo acompanhando e retransmitíamos para os nossos ouvintes, que esta informação serviria para o homem da zona rural. Mas mesmo assim, a maioria da zona rural já tem um aparelho de televisão. (...) Só temos a Globo aqui, a imagem é muito boa em toda a Região do Vale das Espinharas e temos uma promessa para a Rede Bandeirantes de Televisão."

As pessoas acham a TV o melhor meio de informação, vindo, em seguida o rádio. São poucas aquelas que se interessam por leituras de jornais e revistas. Não há em São José nem no Conde bancas distribuidoras de jornais e revistas. Só uma ou outra pessoa, quando vai a Patos ou a João Pessoa e tem interesse, é que traz o jornal. Na maioria das vezes são essas pessoas que atuam na comunidade como agente de mudanças, ou que têm preocupação em saber melhor dos acontecimentos anteriormente divulgados pela TV e pelo rádio. Geralmente são as que demonstram um maior senso crítico.

“Seu” Miguel, 73 anos, agricultor e comerciante em
São José de Espinharas afirma:

“(...) Acho importante também ler os
jornais, porque só assim posso saber
melhor, com mais profundidade, as no-
tícias do Jornal Nacional. Gosto mui-
to das reuniões da Igreja e de trocar
idéias com os amigos.”

A professora Glauce, 30 anos, de São José de Espinha-
ras, é da mesma opinião:

“(...) Aqui não chega jornal todos os
dias, mas é importante ler os jornais,
principalmente os de João Pessoa, por-
que traz notícias daqui da região.”

Das 70 pessoas entrevistadas 44,3% afirmaram que
sentem a necessidade de recorrer aos jornais para fi-
carem melhor informadas dos acontecimentos; 31,4%
lêem livros e revistas; 42,9% participam das reuniões
na igreja; 10% recorrem aos sindicatos; 8,6% aos parti-
dos políticos e 45,7% acham que, depois da TV, a conver-
sa com os amigos e com as pessoas mais preparadas, com
mais experiência de vida, é importante.

Tabela 10 - Distribuição de outros meios de comunicação utilizados pelas duas comunidades, além da TV.

Discriminação	Municípios				Total	
	Conde		São José			
	nº	%	nº	%	nº	%
Jornais	14	37,8	17	51,5	31	44,3
Revistas/Li- vros	9	24,3	13	39,4	22	31,4
Reuniões na Igreja	18	48,6	12	36,4	30	42,9
Reuniões no Sindicato	7	10,0	--	--	7	10,0
Reuniões no Partido Polí- tico	2	5,4	4	12,1	6	8,6
Conversando	17	45,9	15	45,5	32	45,7

Fonte: Pesquisa de campo, 1985.

4.2 A Apropriação dos Bens Culturais Difundidos pela TV

A política da modernização dos sistemas de comunicação e da tecnologia no governo militar objetivava cobrir toda a extensão do território brasileiro para um melhor controle da Segurança Nacional. Tinha como prioridade a integração das diferentes regiões nacionais, através dos aspectos culturais. Essa política consolidou os grandes grupos que detêm o controle dos meios de comunicação de massa. Renato Ortiz lembra:

“A noção de integração, trabalhada pelo pensamento autoritário, serve assim de premissa a toda a política que procura coordenar as diferenças submetendo-as aos chamados Objetivos Nacionais.” (5)

Durante esse período, ocorreu uma rápida expansão dos meios de comunicação de massa, que passaram a produzir e distribuir, para um número maior de pessoas, os seus bens culturais. Os jornais aumentam as suas tiragens, surgem os “best sellers” de gosto popular, dá-se o crescimento da indústria fonográfica e as redes de retransmissão avançaram de Norte a Sul do Brasil.

Neste processo de expansão dos modernos meios de comunicação, significativas mudanças ocorreram na cultura do povo brasileiro, com a penetração dos elementos produzidos pela indústria cultural, que são veiculados em seus canais de comunicação, montada principalmente em esquemas de produção e distribuição dos seus bens culturais para o consumo da maioria subalterna.

O rádio e a televisão transformaram-se em dois poderosos instrumentos de difusão da indústria cultural e com forte influência na formação cultural de um povo. A pesquisa realizada pela ABEPEC, em 1978, relata que:

“Um país de dimensões como o Brasil, marcado por bases produtivas diversas igualmente se divide em áreas culturais com características próprias. Pode-se inclusive falar numa área cultural formada pelo Nordeste, diferente das manifestações culturais

predominantes no Sul, no Centro Oeste, no Norte ou nos pólos de concentrações industrial no Rio de Janeiro e de São Paulo, que concentram igualmente a produção televisiva nacional. Aparentemente o conteúdo desta produção reflete os valores desta sociedade moderna, urbanizada e industrial.” (6)

A televisão encurta as distâncias existentes entre as diferentes regiões brasileiras, “Via Embratel” (7). Receptores como os que vivem em São José de Espinharas, no alto sertão e no Conde, no litoral da Paraíba, acompanham diariamente a moda e consomem os objetos-mercadorias, principalmente os mostrados nas tramas e situações das telenovelas que se utilizam da “merchandise” para divulgarem os produtos da sociedade urbana industrial. (8)

A região polarizada por Patos, era grande parte, já recebe as transmissões da programação da TV via “Brasil Sate II”. No dia 26 de maio de 1986, na semana da abertura da Copa do Mundo de Futebol, foi inaugurada em São José de Espinharas, com muita festa, a antena parabólica de retransmissão de sinal da TV Globo com um raio de ação de 50km.

O líder de um conjunto musical de Patos, diz que:

(...) no caso da música, triste daquele conjunto que não tocar música das trilhas sonoras das novelas(...). A maneira de vestir e o corte de cabelo também andam de acordo com os principais personagens das novelas. A juventude está curtindo, era cima da moda, no

estilo dos atores e das atrizes. Por aqui, uma cidade muito quente - Patos - e comum a gente ver o garoto ou o rapaz usando blusão por cima de uma camiseta ou camisa, acompanhando a moda da novela. É bonito isso, lá para eles, dançando discotek ou rock, ele está vivendo o ambiente lá do Sul. Isso também aconteceu nas cidades menores, nas do interior onde eu vou tocar com o meu conjunto. Numa festa que fizemos em uma cidadezinha próxima daqui, os familiares dos formandos estavam vestindo modelos parecidos com alguns apresentados na novela Tititi."

"Seu" Heleno é um meeiro que observa muito as mudanças na sua comunidade. Tem participação como agricultor e como líder de opinião popular dos principais acontecimentos de São José de Espinharas. Diz ele:

(...) Com a televisão o povo está vaidoso. As mulheres vêem as mulheres lá fora, com aqueles vestidos bonitos e aí os pobres querem fazer também igual e vão lascar as pobres que vendem confecção como camelô. Compram fiado e terminam não pagando tudo. Eu vejo o povo na feira de Patos comprar aquelas camisas e sapatos que aparecem na televisão, mas não sei como pagam, porque não têm nem a entrada. Ficam pagando a prestação, depois não podem pagar. Então, os donos daqueles negó-

cios só podem vender caro que, quando cinco compra, três enganam eles.”

Para atender este mercado consumidor de baixa renda, são fabricados produtos similares aos veiculados na televisão, mas que não têm assinaturas e etiquetas famosas. São de qualidade inferior, imitando as grandes marcas, mas seus preços estão ao alcance do poder de compra das classes populares.

Um pequeno proprietário rural de São José de Espinharas, ao fazer uma comparação entre os que moram na zona rural e na cidade, fez o seguinte relato:

“(...) a diferença do povo que mora no mato para o que mora na rua, era muito grande antes da televisão. Lá no mato a gente fala do jeito que quer e lá na rua tem um negocio meio diferente de falar. Agora muita coisa da rua já está pelo mato, o modo de vestir os negócios desmantelados já estão todos no mato já. Eu vejo agora anda tudo nu. As roupas das capitais agora vem tudo para os matos, é a televisão que desmantelou tudo. Quando dá 5 horas tão logo tomando banho para ir para a televisão, aí às vezes nos matos ainda tem trabalho. Lá em casa eu paro as 6 horas. (...) Eu moro num sitiozinho, Poço Dantas, bem pertinho daqui - da cidade de São José de Espinharas - tenho 3 filhos e um e que gosta mesmo de televisão. A televisão mudou muito as pessoas que moram no mato, elas saem a pé ou de bi-

cicleta só para ver televisão e só chegam não sei que horas.

Uma moradora de São José de Espinharas, 34 anos, com o curso pedagógico, reconhece:

“(...) Com a televisão as pessoas estão se arrumando melhor, outras estão imitando artistas das novelas. Enfim, as pessoas passaram a quererem crescer no dia-a-dia. Com a televisão conhecemos personagens e outras coisas que não tínhamos condições de ver.”

As populações rurais, antes da chegada dos meios de comunicação de massa, principalmente do rádio e da televisão, se relacionavam e manifestavam os seus valores culturais através da feira, dos contatos, da literatura de cordel, das festas populares, das romarias, do teatro de bonecos, do artesanato e de outros produtos simbólicos cuja temática era sempre voltada para a realidade local.

Quando passaram a ser também receptoras das mensagens dos meios de comunicação de massa, necessariamente estabeleceu-se uma nova ordem de comunicação, já que os veículos de comunicação de massa influenciaram seu comportamento e atitudes. Nesta reordenação dos sistemas próprios de comunicação da comunidade, como os sistemas produzidos e difundido pela indústria cultural, os agentes de comunicação ao exercerem fundamental papel, como muito bem lembra Luiz Beltrão:

“Excluído do sistema de comunicação social, e não podendo pela - própria

condição humana - dispensar o intercâmbio de mensagens culturais, integrariam sem dúvida um outro complexo de procedimentos, modalidades, meios e agentes elaboradores e emissores de mensagens, ao nível de sua vivência, experiência e necessidades, e expressivas de sua ideologia, aspirações e opiniões. Seria através desse outro sistema que as camadas sociais identificadas como carentes intercambiaram elementos de informação, educação, incentivo à melhoria material e espiritual de sua vida, e, afinal, de entretenimento e sonho adequado às condições sócio-econômicas do seu dia-a-dia." (9)

A preocupação gerada no meio intelectual com a penetração dos produtos veiculados pelos meios de comunicação, nas sociedades menos desenvolvidas, motivou uma série de debates, simpósios e pesquisas sobre a cultura de massa e as suas influências na cultura popular. ... Foram muitos os resultados que previam o massacre e até mesmo a extinção da cultura popular pela "indústria cultural". Esses resultados não levaram em consideração a capacidade de reação das classes subalternas aos conteúdos ideológicos da elas se dominante embutidos na cultura de massa.

A preocupação gerada no meio intelectual com a penetração dos produtos veiculados pelos meios de comunicação, nas sociedades menos desenvolvidas, motivou uma série de debates, simpósios e pesquisas sobre

a cultura de massa e as suas influências na cultura popular.

As sociedades subalternas se caracterizam pelas suas formas de organizações sociais. O modelo do sistema de comunicação das classes populares não é feito por especialistas. Aqueles que participam do processo, o fazem pela sua posição social, cultural e política na comunidade ou mesmo devido às suas relações pessoais.

A comunicação popular é aqui entendida, também com as suas restrições conceituais, como processo de comunicação cujo produto simbólico é produzido, difundido e consumido pelas classes populares. A sua mensagem é dirigida a uma audiência limitada, em ritmo e velocidade variando de acordo com o maior ou menor interesse do seu conteúdo para com a comunidade.

Enquanto isso, as mensagens dos meios de comunicação de massa são difundidas de maneira uniforme e dirigida a uma grande audiência, composta de vários grupos sociais.

O avanço tecnológico vem permitindo aos meios de comunicação um poder de atuação maior no comportamento, nos costumes e conseqüentemente nas manifestações da cultura popular. Agora, esta penetração deve ser estudada de forma mais ampla e com princípios transparentes, para não se anunciar precipitadamente o desaparecimento da cultura do povo. Neste aspecto, convém lembrar o que diz Ecléa Bosi, no seu estudo desenvolvido com operários paulistas:

“Na cultura popular, novo e arcaico se entrelaçam: os elementos mais abstratos do folclore podem persistir atra-

vés dos tempos e muito além da situação em que se formaram. Assim, na metrópole, suas formas de pensar e sentir continuam organizando sistemas de referência e quadros de percepção do mundo urbano.(...) Tanto do ponto de vista histórico quanto do funcional, a cultura popular pode atravessar a cultura de massa tomando seus elementos e transfigurando esse cotidiano em arte. Ela pode assimilar novos significados em um fluxo contínuo e dialético.” (10)

São dinâmicos os fenômenos culturais da sociedade humana. Uma das características que diferencia os diversos grupos existentes no país é a manifestação cultural regional que se expressa nas suas crenças, nas atividades de trabalho e de lazer. Ao estudar os contos populares italianos, Gramsci lembra que:

“O próprio povo não é uma coletividade homogênea de cultura, mas apresenta numerosas estratificações culturais, variadamente combinadas, estratificações que, em sua pureza, nem sempre podem ser identificadas em determinadas coletividades populares históricas; é certo, porém que o grau maior ou menor de “isolamento” histórico de tais coletividades fornece a possibilidade de uma certa identificação.” (11)

Gramsci ressalta ainda a criatividade da cultura popular, ao incorporar os problemas da sociedade industrial urbana nas diferentes formas de manifestações depois que estes são o interpretados conforme a sua concepção (12). Neste sentido, podem-se observar as mudanças que estão ocorrendo no processo de difusão da cultura popular, que utilizam canais de comunicação a nível industrial para atingir o seu público tradicional como também conquistar novos públicos, que nestes últimos anos têm demonstrado interesse na sua cultura.

Visando esse novo público localizado nos centros urbanos, os produtores da cultura popular passam a co-existir com os valores culturais urbanos, que são reelaborados e sistematicamente trabalhados pelos meios de comunicação de massa, com destaque para o rádio, discos e televisão.

A pesquisa desenvolvida por Luiz Custódio da Silva, sobre as cantorias nas emissoras de rádio na Paraíba, demonstra como está se processando a dinâmica cultural nos vários segmentos da sociedade nordestina:

“(...) é inegável o papel e a influência que ocupa hoje o rádio no processo de transformação das cantorias nordestinas. Se sob determinados aspectos, ele é considerado como um dos elementos decisivos no processo de descaracterização de alguns aspectos da cantoria, conforme foi admitido por alguns pesquisadores e violeiros. Em contrapartida, este veículo de comunicação de massa tem possibilitado novos horizontes e novos espaços para a divul-

gação e dinamização das cantorias não apenas na área rural, mas principalmente em vários segmentos da denominada sociedade situada na área urbana.” (13)

Os estudos desenvolvidos por Roberto Benjamim na área da folkcomunicação, particularmente da literatura de cordel, cuja produção é elaborada pelos agentes comunicadores populares a partir de informações dos meios de comunicação de massa, demonstram o reordenamento dos sistemas de comunicação popular em busca de uma adequação contemporânea e de coexistência com a cultura de massa:

“Todas as sociedades tradicionais têm veículos de comunicação que preenchem as funções que as sociedades desenvolvidas atribuem aos meios de comunicação social. Quando os meios de comunicação social se afirmam nas sociedades em desenvolvimento, os canais populares atuam como intermediários entre as elites e as massas retransmitindo as mensagens, depois de reelaboradas.” (14)

Os estudos pioneiros dos meios comunitários de comunicação desenvolvidos por Luiz Beltrão - Folkcomunicação - e que vêm tendo contribuições importantes com as pesquisas de Benjamim, merecem uma maior atenção dos estudiosos da comunicação, principalmente dos que atuam com trabalhadores rurais. A folkcomunicação

nos permite uma ampla visão dos sistemas participativos de comunicação dos pequenos grupos comunitários populares e uma compreensão maior das mudanças cultural, social e política.

É importante identificar este processo como um todo e não de forma simplista para não considerar a televisão como a causa maior da destruição da cultura popular, como se, isoladamente, um meio de comunicação fosse de grande poder de mudanças culturais de uma sociedade, como lembra Anamaria Fadul:

“Se interpretarmos esses fatos segundo essa visão simplificada, podemos estar atribuindo aos meios de comunicação um papel realmente revolucionário, capaz de qualquer modificação. Seria o caso, então, do Estado passar a utilizar somente esses meios, na medida em que poderiam ser considerados como verdadeiros agentes de mudança social, principalmente cultural.” (15)

Por maior que seja o poder de penetração da televisão, é incapaz de extinguir as manifestações culturais do povo. Os sistemas de expressões e das relações sociais das classes populares devem ser melhor compreendidos pelos pesquisadores da comunicação, não devendo eles ficarem apenas na análise de conteúdo ou dos primeiros discursos dos informantes. Torna-se necessário ficar atento aos fatores históricos, ecológicos e culturais que estão permanentemente em mutação. Para Darcy Ribeiro, só em casos de grandes acontecimentos é que são alteradas as estruturas de um povo e poderá ocorrer re-

dução no processo de transmissão dos seus bens culturais:

“Em certas condições catastróficas -como as derrotas em guerras, as hecatombes ou as conquistas - as formas de expressão da cultura podem ser reduzidas a limites mínimos. Essas vicissitudes às vezes traumatizam tão profundamente uma cultura que a condenam a desaparecer. Todavia, como cada homem é sempre e essencialmente um ser cultural, detentor da tradição que o humanizou, sua cultura só desaparecerá com ele se ele for impossibilitado de transmiti-la socialmente a seus descendentes.” (16)

Aqui a concepção de cultura é entendida como “uma ordem particular de fenômenos que têm de característico sua natureza de réplica conceitual da realidade, transmissível simbolicamente de geração a geração, na forma de uma tradição que provê modos de existência, formas de organização e meios de expressão a uma comunidade humana.”(17)

As mudanças que ocorrem na cultura da comunidade humana fazem parte do processo de criatividade que se dá através das invenções e das descobertas do seu povo e que são transmitidas ao longo dos anos.

Os conflitos também estão presentes na elaboração dos conteúdos difundidos pelos meios de comunicação de massa. Devido à grandeza do seu sistema, envolvem inúmeras pessoas, que coletivamente pensam diferente, a nível de patrões e operários, refletindo-se na vida cultural do povo.

BIBLIOGRAFIA E NOTAS DO CAPÍTULO IV

- 1 - MILANESI, Luis Augusto. O Paraíso via Embratel; o processo de integração de uma cidade do interior paulista na sociedade de consumo. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978. 224p.
 - 2 - CANDIDO, Antonio. Os Parceiros do Rio Bonito. São Paulo, Duas cidades, 1971.
 - 3 - RELATÓRIO de Pesquisa: telefonia rural...op.cit.
 - 4 - SILVA, Carlos Eduardo Lins da. Muito além do... op. cit., p. 27-28.
 - 5 - ORTIZ, Renato. Estado autoritário e cultura. In: Cultura brasileira e identidade nacional. São Paulo, Brasiliense, 1985. p. 79-126.
 - 6 - PESQUISA sobre televisão brasileira. Revista da ABEPEC. Porto Alegre, (4): 7-11, jun. 1978.
 - 7 - A esse respeito recomendamos a leitura do trabalho desenvolvido em Ibitinga, sobre a integração do município sociedade de consumo.
- MILANESI, Luis Augusto. O Paraíso... op. cit.
- 8 - DUARTE, Maria Lúcia Batezat. Imaginário, televisão e "merchandise". Comunicação e Artes. São Paulo, .11.(14): 9-11, 1985.102

- 9 - BELTRÃO, Luis. Civilização e comunicação. In: Folkcomunicação; a comunicação dos marginalizados. São Paulo, Cortez, 1978. p. 1-26.
- 10- BOSI, Ecléa. Cultura de massa, cultura popular, cultura operária. In: Cultura de massa e cultura popular; leituras de operárias. Petrópolis, Vozes, 1977. p. 55-83.
- 11- GRAMSCI, Antonio. Observações sobre o folclore. In: Literatura e vida nacional. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1978. p. 183-190.
- 12- Id., ibid.
- 13- SILVA, Luiz Custódio da. Conclusões. In: A Influência do rádio na dinâmica cultural das cantorias no Estado da Paraíba. Recife, UFRPe, 1983. (Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Administração Rural da Universidade Federal Rural de Pernambuco).
- 14- BENJAMIN, Roberto Emerson câmara. Folkcomunicação os veículos de manifestação da cultura popular. In: MELO, José Marques de. "Incomunicação" no Brasil. São Paulo, Loyola, 1976. p. 75-82.
- 15- FADUL, Anamaria. Decadência da cultura regional; a influência do rádio e da TV. In: _MELO, José Marques de. Comunicação/incomunicação no Brasil. São Paulo, Loyola, 1976. p. 49-54.

- 16- RIBEIRO,. Darcy. Cultura e alienação. In: Os brasileiros; l. Teoria do Brasil. Petrbpolis, Vozes, 1983. p. 127-132.103
- 17- Id., ibid., p. 127
- 18- STAM, Robert. Telejornal e seu espectador. Novos estudos. São Paulo, (13): 74-87. out. 1985

CAPÍTULO V

O PAPEL DA TELEVISÃO NO DESENVOLVIMENTO DAS DUAS COMUNIDADES

No que se refere à importância da televisão na formação e desenvolvimento da comunidade, 84,3% dos entrevistados em São José e no Conde acham que é negativo o que a TV mostra. Mas, quando perguntamos se também vêem aspectos positivos na programação televisiva 94,3% confirmam que a TV é importante no esclarecimento de muitas coisas, a que antes eles não tinham acesso. Veja as tabelas abaixo.

TABELA 11 - Distribuição sobre as opiniões dos entrevistados por município referente aos aspectos negativos da TV.

Discriminação	Municípios				Total	
	Conde		São José			
	nº	%	nº	%	nº	%
Sim	30	81,1	29	87,9	59	84,3
Não	7	18,9	4	12,1	11	15,7
Total	37	100	33	100,0	70	100,0

Fonte: Pesquisa de campo, 1985.

TABELA 12 - Distribuição sobre as opiniões dos entrevistados por município referente aos aspectos positivos da TV.

Discriminação	Municípios				Total	
	Conde		São José			
	nº	%	nº	%	nº	%
Sim	35	94,6	31	93,9	66	94,3
Não	2	5,4	2	6,1	4	5,7
Total	37	100,0	33	100,0	70	100,0

Fonte: Pesquisa de campo, 1985.

Os meios de comunicação alcançam um grande número de pessoas ao mesmo tempo, em diferentes regiões e de várias classes sociais. Os seus efeitos provocam mudanças sociais no comportamento, nas atitudes, nas relações e nas estruturas grupais. São vários os estudos que afirmam que os meios de comunicação de massa in-

fluenciam de tal forma o público, que direcionam a maneira de pensar e de agir. Ultimamente têm surgido outras linhas de estudos que consideram a comunicação, no contexto social, político, econômico e cultural, do público receptor e não mais como um fenômeno isolado.

Ao publicar o documento para uma nova ordem mundial, mais justa e eficaz, da informação e da comunicação, a Comissão Internacional sobre Problemas de Comunicação emite a seguinte opinião:

“É verdade -que os meios de comunicação de massa - imprensa, rádio e televisão -podem não só refletir as opiniões, mas também provocá-las e contribuir para a formação de atitudes. Na opinião de muitos, os meios de informação oferecem uma percepção ilusória da realidade, em vez de oferecer uma variedade de conhecimentos e uma diversidade de pontos de vista. (...) Também é verdade que os meios de comunicação social e, principalmente, a televisão conseguem oferecer às vezes - embora nem sempre por vontade própria - uma imagem viva de certos estilos de vida e de aspirações que podem parecer uma alternativa. Isso pode facilitar a legitimação de opiniões dissidentes, de valores de contra-cultura e de diferentes formas de impregnação.” (1)

Os valores veiculados pelos mass media, no caso a televisão, estão carregados de padrões conformistas e

reacionários, contribuindo para o imobilismo. Por outro lado, estão também recheados de valores inovadores e até mesmo reformistas. Muniz Sodré explica bem essa difusão de valores pelos media:

“Do ponto de vista da produção econômica, os media vinculam-se estreitamente a organização monopolista do mercado - oligopólios e multinacionais controlam os diferentes níveis - convertendo-se em poderosos instrumentos de captação de receitas publicitárias e em ativos centros geradores de formação ideológica dependentes do capitalismo ou do status quo. A este último aspecto costumam ater-se as análises de conteúdo dos produtos da indústria cultural, sempre chamando a atenção para a veiculação constante de padrões reacionários ou conformistas. Tais críticas têm procedência na maioria dos casos, embora sejam também numerosos os produtos da indústria cultural que veiculam conteúdos inovadores, alguns tão ousados que se tornam frequentemente objeto de censura.” (2)

Transferir somente para os efeitos da televisão as instabilidades familiares, o desaparecimento de algumas tradições populares, o imobilismo e a passividade, é desconhecer outros fatores, tais como: desemprego ou emprego com baixo salário, as condições de habitação, saúde e educação de uma grande parte dos brasileiros, principalmente os que vivem nas zonas rurais, cida-

des interioranas e nas periferias das grandes cidades. É desconhecer o controle político e burocrático por parte da elite, principalmente existente nas regiões menos desenvolvidas, que fazem de tudo para não perder o seu poder.

A televisão não deve ser responsabilizada por tudo que é negativo na nossa sociedade. Também não se deve chegar ao exagero de dizer que a TV é um importante meio de transformação de valores progressistas, pelo menos na atual situação. Ao contrário, deve ser analisada como parte de um processo mais amplo.

Afinal, é mais cômodo transferir a culpa para os programa de televisão, como causa de deterioração da qualidade de vida, do modismo alienígena e da perda "moral" da família, do que refletir criticamente a real situação em que vivemos nestes últimos 20 anos. É necessária uma mudança na postura dos estudos de recepção, para se conhecer, com mais profundidade, o modo de pensar e agir das classes populares e não acusá-las de meros telespectadores consumistas e passivos da indústria cultural.

Com essa preocupação, chegamos a algumas observações, através de perguntas e conversas com agricultores, professores, comerciantes, políticos e demais setores da comunidade, sobre a televisão e os seus aspectos positivos e negativos, percebidos pela comunidade de São José de Espinharas e do Conde.

Uma líder comunitária, 23 anos, do Conde, afirma:

"(...) a televisão aqui, a gente vê que na maioria dos casos está tornando uma forma de alienação, porque eles ficam

ali diante daquilo e, tem lugares que a gente chega e fala com o pessoal eles estão ligados naquilo, que nem notam a presença da gente. Nesse caso a TV atrapalha.

(....) o lado positivo é justamente aqueles jovens que procuram colocar as informações da televisão na nossa vida, procurar ver o jornal, os informativos, até mesmo as novelas e procurar discutir dentro do grupo. Nesses casos a televisão ajuda muito na formação do jovem. Isso nós temos discutido aqui no grupo de jovens. O grupo se reúne aos domingos e tem a participação de 40, 20, 18, 10, varia muito.

(...) A partir do momento dos conflitos - em Gurugi - a gente começou a ver, a discutir o problema. A gente ligava a televisão e dava sempre: "o presidente vai assinar a Reforma Agrária", e a gente não via nada daquilo acontecer. Só promessa, um bocado de coisa dita na televisão. Então a gente começou a discutir como era a influência da televisão, muita gente pensando que a Reforma Agrária vinha automaticamente. Se a gente não fosse à luta, procurasse aderir à luta dos agricultores, nós também somos agricultores, filhos e netos de agricultores, a gente não ia resolver nada. A Reforma Agrária vem justamente com a luta dos trabalhadores. A gente aqui pensa assim,

ela não vem automaticamente, a gente sentado esperando a Reforma Agrária chegue! A gente acha que ela só vai chegar justamente naquelas áreas onde existe conflitos de terra, trabalhador brigando por aquilo que é seu. Então a partir dessas discussões e o que a gente via, daí a gente começou a ver a televisão num ângulo diferente.”

Um agricultor, 47 anos, analfabeto, do município do Conde, também dá seu depoimento:

“(...) ela mostra muita coisa ruim, beijos, mulheres nuas, safadezas. (...) Mais a televisão também mostra coisas boas, a TV e um rádio é um professor pra quem tem boa memória. Eu gosto do Jornal Nacional a gente fica sabendo de muita coisa. O programa a Voz do Brasil, no rádio, tem muita gente que não gosta, mas eu gosto, mesmo não tendo leitura gosto de ouvir e assistir as notícias no rádio e na televisão.”

Um agricultor aposentado, 65 anos, atualmente comerciante na cidade do Conde, com curso primário, afirma:

“(...) Os aspectos negativos da televisão são as novelas e os filmes de violências. (...) Com a televisão os agricultores passaram a conhecer mais as causas da seca, tomam conhecimento dos escândalos nacionais; despertou a curiosidade das crianças e adolescentes”.

Para uma professora do 1º grau, 19 anos, do Conde:

“(...) Em umas pessoas desperta um comportamento crítico diante do mundo real. Em outras faz sair de si para viver um outro mundo, um mundo de fantasia.”

Já uma professora do 1º grau, 30 anos, de São José de Espinharas, admite que:

“(...) As pessoas querem imitar os artistas e mudam o padrão de vida mas, por outro lado, estão mais esclarecidas no que ocorre no dia a dia, até mesmo os mais jovens”.

Uma comerciante, do mercado público do Conde, esclarece:

“(...) O povo do mato está compreendendo mais as coisas com a televisão. Estão deixando de ser besta como antigamente. A TV fala antecipadamente do aumento de preços, isso para os comerciantes é muito bom e fala também de muitos assuntos de outros países. Agora também ensina muita coisa sobre assaltos, as pessoas adultas já sabem o que é um assalto mas, as crianças ainda são inocentes pra ver aquilo.”

Uma professora do 1º grau, do Conde, diz que:

“(...) Oferece condições de vermos os problemas que passam por todos os pontos do Brasil e do mundo, também educa e diverte. Por outro lado, através da televisão recebemos a influência das multinacionais, de certos filmes policiais que chama a atenção das crianças e dos jovens para os assaltos e crimes. Acontece casos em que as pessoas trocam suas tarefas pela TV e influencia uma parte da educação e do convívio social”.

Um líder sindicalista, 38 anos, da comunidade rural de Gurugi, no Conde, também afirma:

“(...) A televisão é um aparelho que contribui pra muita coisa. Dá pra gente pegar várias experiências, em vários pontos. Tem pontos que a gente pode pegar, pontos bons mas, tem pontos negativos, principalmente essas novelas de hoje, são novelas que elas ensinam tudo quanto não presta. Os filmes é pra ensinar a matar, a gente vê é assalto.”

Mais adiante, no seu depoimento, o líder sindicalista ressalta a novela Roque Santeiro como sendo diferente das telenovelas anteriores, por veicular acontecimentos semelhantes aos que ocorrem na sua comunidade, principalmente, as cenas que mostram os conflitos rurais e a luta pelo poder político em Asa Branca.

“(...) na novela Roque Santeiro eu vejo, assim muita coisa que acontece aqui na realidade. Essa novela tem mostra-

do mais coisa, é diferente das outras que já passou. Eu não sou muito ligado em problemas de novela, assisto muito pouco mas, essa eu procuro sempre ver quando posso.”

Os membros das comunidades que têm um maior grau de escolaridade, que atuam nos sindicatos, nos movimentos da igreja, nos partidos políticos e que têm acesso a outras fontes de informação, demonstram mais capacidade crítica de recepção das mensagens veiculadas pelos mass media. No caso estudado pudemos observar que em determinadas situações tira-se proveito de alguns elementos da TV para discussão com outros membros das comunidades, certos problemas na localidade ou na região.

Ao analisar os mass media, na difusão dos conteúdos em vários níveis culturais, Umberto Eco, diz que:

“É verdade que os mass media propõem, maciça e indiscriminadamente, vários elementos de informação, nos quais não se distingue o dado válido do de pura curiosidade ou entretenimento; mas negar que esse acúmulo de informação possa resolver-se em formação significa professar uma concepção um tanto pessimista da natureza humana e não acreditar que um acúmulo de dados quantitativos, bombardeando de estímulos as inteligências de uma grande quantidade de pessoas, não possa resolver-se, para algumas, em mutação qualitativa.” (3)

São ainda poucos os membros comunitários que interpretam criticamente esses elementos informativos dos mass media, mas gradativamente aumentam o senso crítico das pessoas com o trabalho das organizações interessadas nas transformações sociais e econômicas do campo na atual transição política do país. Os membros da comunidade nessas organizações encontram na Igreja um apoio significativo. No Conde dois grupos intensificam a organização dos jovens com o objetivo de refletir os seus problemas, a qualidade de vida e a busca de alternativas de soluções para os conflitos rurais existentes na região.

O grupo "Semente do Amor" reúne-se nos fins de semana, no salão da igreja, na sede do município do Conde e o grupo "Comunitário de Gurugi", na capela da própria comunidade. Os membros dos dois grupos têm uma percepção crítica mais sistematizada dos seus problemas. Não são meros receptores passivos das informações dos meios de comunicação e estão sempre questionando e propondo soluções para as dificuldades existentes na sua comunidade.

Em São José de Espinharas não encontramos grupos organizados. Também não identificamos interesses da Igreja ou de outras instituições nas organizações desses grupos. Mesmo assim, pudemos verificar a existência de vários segmentos sociais desejosos em transformações da atual estrutura. Esses segmentos demonstram claramente a insatisfação e conscientização dos problemas na comunidade.

Não são meros receptores das informações difundidas pelos meios de comunicação de massa. Estão criticando, questionando as situações sociais e econômicas em

que vivem, evidentemente, dentro das suas limitações. O poder dominante local, para evitar maiores tensões sociais, em determinados momentos, abre espaços permitindo um avanço das classes populares. Neste aspecto, Umberto Eco afirma:

“Mas, se a uma comunidade agrícola de analfabetos ensino a ler para que estejam aptos a ler só os “meus” pronunciamentos políticos, nada poderá impedir que amanhã esses homens leiam também os pronunciamentos “alheios”. (4)

Um jovem iniciante na política com atuação na região das Espinharas, que não detém poder econômico e nem controle eleitoral – currais eleitorais – que depende das suas ações diárias na comunidade, diz:

“(...) a televisão já saiu do meio urbano e está na zona trazendo uma influência positiva que esclarece o povo, o eleitor já é mais esclarecido. Já não tem mais aquele sem número de eleitores que no dia da eleição iam à casa do patrão, do fazendeiro, do industrial, para perguntarem em quem votar. Hoje a pergunta pode até ser feita mas, os eleitores já sabem, desde que saem de casa, em quem vão votar. O patrão mandando ou não, eles já sabem em quem votar. Então, a televisão está mudando também os costumes da zona rural, tanto no aspecto político, como no social e no econômico. O eleitor é mais esclarecido hoje. Não se pode mais dar

simplesmente aquela assistência de remédios, de passagens, tapinhas nas costas. Tem que se mostrar serviço. Lógico que não é 100% do eleitor mas, já é uma boa parte. (...) A televisão e o rádio têm contribuído em muito para diminuir o voto de cabresto nesta região do sertão. (...) Esse pessoal do mato é normalmente desconfiado, ouve muito e fala pouco, mas quando fala se segure! Não tem pra onde correr, ele vê a televisão e ouve o rádio, tá sabendo de tudo.”

Os professores se queixam da falta de recursos didáticos para a elaboração das suas aulas. A falta de uma biblioteca, de material audiovisual, cartazes que contribuíssem para a dinamização das aulas. Para suprirem essas deficiências recorrem aos programas e às informações da televisão, principalmente nas aulas de história, geografia, educação artística. O professor e radialista Saraiva, do Colégio Estadual de Patos, afirma:

“(...) Até os meus alunos são influenciados pela televisão e muitos pelas novelas. A gente muitas vezes precisa sair do assunto planejado para a aula e partir para um diálogo, um debate várias vezes se discute algum assunto relacionado com alguma novela, em determinada situação. Chegamos, inclusive, a imaginar o que poderia acontecer com esse ou aquele fato dos capítulos. Eu chego até a pedir aos

alunos para que confrontemos o nosso ponto de vista. O que poderá surgir no capítulo de hoje, com o de amanhã e o posterior e assim sucessivamente. Isso também acaba indo para o rádio e muitas vezes os alunos perguntam no ar se eu assisti determinada novela e o que achei da cena tal. Outras vezes peço trabalhos aos alunos para que assistam a novela "X" e façam o trabalho. O aluno faz e tenho tido muito êxito com isso. Então, no rádio a gente faz a jogada com o telespectador que está atualizado como acontecimentos das novelas e assim, uma coisa completa a outra. Esse tipo de trabalho também tenho feito com o Globo Rural, o Bom-Dia Brasil, o Fantástico etc. Na época do terremoto no México, eu cheguei a fazer um debate na turma de geografia, enfocando o problema de urbanização, habitação. As novelas são discutidas normalmente com a turma de Educação Artística. Há pouco tempo, nas aulas de Educação Artística, justamente para despertar o desenvolvimento motor do aluno de quinta e sexta séries. fiz um trabalho sobre "He-Man". Então, surgiram desenhos muito bonitos, eu vi vários talentos."

Glauber Sousa da Nóbrega, 30 anos, com curso pedagógico, professor no município de São José de Espinharas, diz:

“(...) A televisão para as crianças de uma parte ajuda, de outra prejudica. Na hora do Balão Mágico, elas preferem assistir o programa do que as aulas. A gente tem que controlar e mostrar os pontos positivos da escola e os da TV. Se a gente liberar para assistir o Balão, a classe fica vazia. (...)A gente deve mostra a importância da televisão, mas também a importância da educação, principalmente aqui no nosso meio que são crianças carentes, a gente tem que dar aula na base do incentivo. Por exemplo, na sexta-feira, que é um dia mais cansativo, eu invento brincadeiras na classe, sugerindo jogos, cantos e nessas atividades aproveitamos muitas coisas da televisão.”

Severina Maria da Silva Alves, 36 anos, segundo grau completo, é professora no município do Conde, afirma:

“(...) com aqueles desenhos animados elas as crianças – querem até, digamos assim: Professora a gente quer assistir o Balão Mágico, eu não venho hoje para a aula, vai passar o Zorro, o Cavaleiro Solitário, He-Man. Eu às vezes fico pedindo para começar a aula e eles ficam comentando que vai passar uma coisa nova na TV naquele dia e querem assistir. (...) Para tentar que fiquem na sala de aula, eu converso com as crianças, passo atividades, canto e elas se

esquecem um pouco, até que chegue a hora de sair. Eu peço que elas cantem o que sabem. Quando eu sei, canto com elas também. Mas isso geralmente só acontece quando tem novidade no Balão Mágico.”

Isac, um garoto de oito anos, filho de agricultor e morador em São José de Espinharas, concorda:

“(...) no domingo a gente gosta de assistir tudinho. Águia de Fogo, Moto Laser, Os Trapalhões. Na semana assisto todas as novelas e os desenhos animados. A gente brinca de He-Man, a espada é a gente que faz de pau. O helicóptero de Águia de Fogo a gente também que faz com lata, pau, pneu o que tiver. A Moto Laser, a gente bota um pau de baixo das pernas e sai correndo pelas ruas.”

Para Wellington Araújo de Sousa, 14 anos, estudante, morador em São José de Espinharas:

“(...) a televisão mostra coisas boas e ruins para a gente. A televisão orienta a gente da escola. Por exemplo o Jornal Nacional, o Telecurso 1º e 2º graus e a gente assistindo facilita muito o nosso estudo. Das notícias do Jornal Nacional, a gente vê mais as notícias da Reforma Agrária, da política, a inflação, furacão, terremoto e muitas coisas. Gosto das novelas, dos desenhos animados. Primeiro faço os deveres da escola em casa e depois é

que tenho tempo para o divertimento, aí a gente brinca de muita coisa. Sem ser brincadeiras da televisão a gente gosta do “trinta e um”, toca, relógio, barra bandeira, bila, pinhão, brinca de tudo.”

No período da pesquisa observamos as crianças de São José e do Conde, nas ruas, nos quintais das casas e nos matos, brincando como fosse os heróis dos desenhos animados e dos filmes da TV. Também pudemos observar essas mesmas crianças jogando pião, bola de gude, futebol nos campos de peladas, caçando de baleadeiras, brincando com carrinhos de latas, toca, barra bandeira e muitas outras brincadeiras tradicionais que se repetem em certas épocas do ano. O mesmo pau que em determinado momento é a Moto Laser, também passa a ser o cavalo de pau das brincadeiras de vaquejadas ou dos artistas dos filmes de faroeste. As brincadeiras e os brinquedos populares têm seus calendários próprios em cada região. Portanto, uma brincadeira praticada com maior intensidade em um período do ano, o que não ocorre com as brincadeiras dos heróis da TV, elas deixam de existir quando não são mais apresentadas na televisão.

Quando brinca, a criança desenvolve várias atividades importantes na sua evolução e na sua formação. Ao analisar as diversas maneiras de brincadeiras em Ser-gipe, Aglaé Fontes de Alencar diz:

“Ao brincar, a criança manipula-toca-
-pega arruma-pensa e ao desenvolver
uma brincadeira, cria, fala e começa a
notar as semelhanças e diferenças en-
tre os objetos que a rodeiam, ganhan-

do consciência de sua propriedade, ao tempo em que procura comunicar-se com as demais crianças. Brincar, é realmente um fator importante senão essencial na vida humana. Não é uma forma de manter a criança afastada para sossego dos adultos, mas é uma atividade que desenvolve habilidades, e oferece aquisição de conhecimentos.”
(5)

Achamos que nesse aspecto não estão incluídas apenas as brincadeiras populares. Brincando de He-Man, Moto Laser, Popaye, Super-Homem, elas estão sempre recriando e descobrindo novos conhecimentos. O que é preciso é diferenciar como brincam as crianças que vivem nas cidades interioranas, nas vilas rurais, ou mesmo no campo, comparando-as com as que vivem em apartamentos, conjuntos habitacionais das grandes cidades, cujos espaços físicos e de lazer são limitados.

BIBLIOGRAFIA E NOTAS DO CAPÍTULO V

- 1 - Pode-se ainda dizer que, “quando não é deliberada, podem facilitar até certo ponto a alienação cultural e a uniformização social. Lugar nenhum do mundo está isento de tal perigo. Esta pressão no sentido da uniformidade torna-se especialmente

intensa a partir do momento em que os meios de comunicação social adquirem um caráter industrial.”

MACBRIDE, Sean. Dimensões contemporâneas. In: Um mundo e muitas vozes; comunicação e informação na nossa época. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 1983. p. 21-54.

- 2 - Neste aspecto pode-se ainda adiantar que do “ponto de vista de uma estratégica política global, os meios de informação funcionam como dispositivos de mobilização e integração das populações – portanto, como um tipo de administração ou gesto da vida social – e não como mediação explicitamente políticas (geradores de civitas) ou pedagógicas (formadoras, aptas a suscitar a compreensão e a descoberta) dentro do modelo democrático tradicional. Entretanto, os mass-media são dissimuladamente político-pedagógicos. Neles, política e pedagogia com uma roupagem estética

SODRÉ, Muniz. A consciência e o olhar. In: A máquina de narciso; televisão, indivíduo e poder no Brasil. Rio de Janeiro, Achiamé, 1984, p. 9-76.

- 3 - ECO, Umberto. Cultura de massa e “níveis” de cultura. In: Apocalípticos e integrados. São Paulo, Perspectiva, 1979. p. 33-67.

- 4 - Nesse sentido Umberto Eco ainda diz que ao “nível dos valores culturais não se verifica cristalização reformista mas tão somente a existência de processos de conhecimento progressivo, os quais, uma vez abertos, não são mais controláveis por quem os desencadeou.»
Id., *ibid.* p. 52.
- 5 - ALENCAR, Aglaé d'Ávila Fontes de. Brinquedos e brincadeiras do folclore sergipano. Aracaju, UFS, 1981.

CAPÍTULO VI

A TELEVISÃO E AS NOVAS RELAÇÕES DE COMUNICAÇÃO

Dos entrevistados 77,1% recebem os vizinhos em casa pra assistirem a TV. Como no Conde, atualmente, não há televisão pública é maior o número de pessoas que vão às casas dos amigos e dos parentes. Nesse município das pessoas que têm TV em casa 86,5% recebem os vizinhos. Em são José 66,7% também recebem os amigos para ver TV.

O “seu” Zé Pequeno, 83 anos, agricultor no município do Conde, em seu depoimento, afirma que:

“(...) A televisão, você sabe, à boca da noite quando eu chego do trabalho do campo, em léguas de distância, enfadado, aperriado, tomo um banho, um café, o pessoal liga a televisão para ver a novela das 6 e aí se entope de menino. Aí, eu posso ficar logo ali!? Tem meni-

no de mais, tanto dos vizinhos como os da família.”

Na maioria das casas a televisão fica ligada o dia inteiro. Esse dado foi confirmado por 52,9% dos entrevistados.

TABELA 13 – Distribuição dos horários de maior audiência da TV por município.

Discriminação	Municípios				Total	
	Conde		São José			
	nº	%	nº	%	nº	%
À Tarde	–	–	1	3	1	1,4
À Noite	7	18,9	9	27,3	16	22,9
O Dia Inteiro	24	64,9	13	39,4	37	52,9
Não tem TV	6	16,2	10	30,3	26	22,9
Total	37	100	33	100	70	100

Fonte: Pesquisa de campo, 1985.

Um comerciante de 64 anos, residente no Conde, afirma que na sua casa a TV passa o dia ligada: “logo cedo ligo para assistir o Bom-Dia-Brasil. Os meninos e a mulher, que é doente, ficam o resto do dia, quando é à noite, vejo o resto da programação”. Uma cortadora de cana de açúcar, que trabalha na condição de clandestina na área rural do Conde, de 55 anos: “lá em casa os meninos ligam a televisão na hora do Balão Mágico, aí fica o dia inteiro ligada”. Uma professora de 17 anos:

“Aqui em casa só liga mais à noite, que é a hora em que há alguém em casa”. Uma proprietária de um bar, de 42 anos: “em casa ficam os meninos assistindo o Balão Mágico pela manhã, quando tenho tempo eu gosto de TV Mulher e à noite, todos assistem”. Uma estudante de pedagogia, 34 anos, que mora em São José: «depende do sinal que chega aqui nas casas. Às vezes o funcionário da antena – repetidora – não manda a imagem, mas quando é ligada cedo a TV passa o dia inteiro ligada”. Um professor de Educação Física, 23 anos: “por a gente, passava o dia inteiro mas, depende da chegada do sinal da Globo que é ligada – a repetidora – na serra que divide São José de Patos”. Um garoto de 12 anos: “em casa não tem TV, eu assisto no da praça e o vigia só liga depois das cinco e meia, se pudesse eu passava o dia assistindo.”

Em São José a repetidora é mantida pela edilidade. As condições de conservação da antena são precárias e constantemente ela apresenta defeitos.

A Associação dos Municípios do Vale das Espinharas mantém um setor de prestação de serviços na manutenção de repetidoras de TV para atendimento aos municípios associados.

O secretário da Associação declara em determinado momento do seu depoimento:

“(...) um serviço que colocamos à disposição dos municípios, por exigência dos prefeitos associados, é um técnico em repetidora de televisão. Esse técnico vem sendo solicitado constantemente porque na hora que a repetidora dá um problema numa cidade dessas, é

um Deus nos acuda, e uma grita geral e o prefeito tem que tomar providência o mais rápido possível. Todos os municípios associados têm sua televisão pública. A repetidora de televisão é quase a prioridade número um das prefeituras.”

A opinião é confirmada por um meeiro de 56 anos, São José:

“(...) na noite que não tem energia ou a repetidora quebra - e mesmo que uma folhinha seca, por qualquer coisa tá se quebrando - faz uma falta enorme, todo mundo fica sem assunto na rua, vamos logo culpar o prefeito, o governo, não sei quem mais. As mulheres esquentam a cabeça quando não têm divertimento na televisão, os meninos também ficam aperrado. Ora muitos perdem até a hora do almoço para assistir os desenhos.

Quando retomamos a pesquisa em São José a repetidora tinha passado por uma revisão geral, havia pouco tempo. Durante a nossa permanência na região, funcionou normalmente. Era época de verão. A falta de energia e os defeitos na são mais frequentes no período chuvoso.

A prefeitura tem um funcionário responsável pelo funcionamento do televisor instalado na praça. São muitas as reclamações. Às vezes, algumas pessoas querem assistir a um determinado programa e o funcionário desliga o televisor após as 22 horas. Só em casos excepcionais ultrapassa esse horário. Geralmente é ligado

pouco antes do início da novela das 18 horas. O funcionário afirma que está obedecendo a ordem do prefeito:

“(...) Eu ligo a televisão às 6 horas e desligo às 10 que é o horário que o povo já sai para dormir. Às 6 horas muita gente assiste, é criança, mulher e homens. Dá mais de 70 pessoas. Na hora do Jornal(JN) tem mais homens e na hora de Roque Santeiro é um formigueiro. Quando tem jogo de futebol então, só desligo no final. Faz uns quatro meses que tomo conta da televisão. No domingo é ligada no mesmo horário. As pessoas gostam dos Trapalhões, Águia de Fogo, Moto Laser e o Fantástico. Aí, desligo depois dos Gols do Fantástico.

Os habitantes das duas localidades, a partir do momento em que passaram a ter acesso às imagens de TV, modificaram os seus hábitos incorporando ao seu cotidiano novos costumes. Antes da recepção da televisão iam dormir mais cedo para poderem levantar cedo e se deslocarem aos seus trabalhos no campo. Atualmente estão dormindo mais tarde, porém continuam acordando cedo. Um agricultor, 52 anos, de São José, afirma:

“(...) Depois da televisão modificou o horário de dormida, até 10 horas tem pessoas ainda na rua.”

Isso significa que até essa hora ainda há algumas pessoas na praça da cidade assistindo a TV. Em São José, como foi anteriormente dito, uma boa parte da população prefere ver televisão na praça, fazendo com que

diariamente cerca de 100 pessoas se encontrem na rua, fato que só ocorria antes em dias de festas, comícios e missões religiosas. (Figs. 28 e 29)

Uma professora, 36 anos, do primeiro grau da rede escolar do Conde, confirma essa constatação:

“(...) A televisão tem influído muito no comportamento das pessoas. Principalmente à noite as pessoas se prende mais em casa através das novelas, filmes e noticiários. (...) não tem tempo para as conversas na rua, as outras pessoas não fazem programas porque a televisão toma o seu tempo.”

O Conde atualmente não dispõe de televisor instalado em locais públicos, como em São José. Portanto, as pessoas assistem à programação em suas casas. Aquelas que não têm receptores de TV se deslocam às casas dos vizinhos, dos parentes e amigos.

No entanto, nos dias em que há festas, bailes ou outras formas de diversão, principalmente nos fins de semana, depois das 22 horas a preferência deixa de ser a programação da televisão. Nos dias de semana, são poucas as alternativas de entretenimento.

Com a televisão estabeleceram-se novas relações nos grupos familiares. No horário da novela das 6, que coincide geralmente com a hora do jantar, a refeição é feita em frente da TV: “um olho na comida e o outro na televisão.” Luiz Augusto Milanesi no seu estudo da televisão, em uma cidade interiorana de São Paulo, constatou que 43,7% admitem fazer refeições vendo televisão.

Em muitas residências, o aparelho receptor está instalado no local onde a família almoça e janta. Então nesse caso, é quase certo que, enquanto se desenrola mais um capítulo da novela, as pessoas, em silêncio, jantam.” (1)

No Conde, ocorre o mesmo comportamento. Já em São José, no horário das refeições, a necessidade do deslocamento até à praça com a finalidade de ver o seu programa de TV predileto, causa desencontros das pessoas da mesma família nas suas casas, pelo menos no período das 18 às 22 horas. “Seu” Heleno, 56 anos, alfabetizado, morador em São José desde o nascimento, tem cinco filhos e vive da agricultura na condição de meeiro. Diz ele:

“(...) Com a televisão diminuiu muito a briga de marido e mulher. As mulheres ficaram mais civilizadas, porque ficam conversando em novela, que aquilo é bom, ajuda muito. Então, chega em casa, está todo mundo quieto, vão dormir e no outro dia olham tudo de novo e comentam antes, imaginando o que irá acontecer. Aquele negócio de aperreio de casa, a televisão acabou com isso. A briga de casal acabou-se com a vinda da televisão. () Antigamente, na hora do jantar estava todo mundo em casa mais ou menos na mesma hora. Hoje tem a novela das 6, a mulher corre pra televisão. No intervalo de 6 e meia para as 7 ela corre, bota a janta, volta prá novela. Só vem chegar na hora do Jornal

Nacional. Depois os homens vão assistir o Jornal, elas jantam e depois vão assistir a outra novela. Os homens que trabalham, depois do Jornal vão dormir, não ficam batendo papo por aí.

As telenovelas são as grandes atrações da televisão nas duas comunidades. 75,7% dos entrevistados assistem três novelas da Globo. Na época da pesquisa estavam sendo apresentadas: A Gata Comeu, Tititi e Roque Santeiro.

O professor e pesquisador da comunicação, José Marques de Melo, ao se referir às novelas na TV brasileira, diz:

“Já se incorporou a telenovela à própria cultura brasileira. Criou hábitos, provocou a mudança de costumes. E adquiriu a característica de uma das mais significativas formas de lazer do povo brasileiro, na faixa urbana. Do ponto de vista da comunicação de massa, vê-se apresentando como um tipo de mensagem inexpugnável. Bate todos os índices de audiência. Conquista, cada dia, maior contingente de receptores.” (2)

Hoje a audiência das telenovelas já não é mais “privilégio” dos brasileiros que moram em áreas urbanas. Na zona rural e nas cidades interioranas do Nordeste brasileiro são os programas de maiores índices de audiência.

A TV GLOBO EM DUAS COMUNIDADES RURAIS DA PARAÍBA: um estudo sobre a audiência da televisão em determinados grupos sociais

Com relação às novelas os entrevistados nos dois municípios assim opinaram:

TABELA 14 - Distribuição das opiniões dos entrevistados por município sobre as novelas da TV

Discrimi- nação	Municípios				Total	
	Conde		São José			
	nº	%	nº	%	nº	%
Divertem	25	67,6	23	69,7	48	68,6
Educam	10	27,0	6	18,7	16	22,9
Prejudica na educação	27	73,0	18	54,5	45	64,3
Indiferente	--	--	2	2,9	2	2,9

Fonte: Pesquisa de campo, 1985.

Em São José de Espinharas 78,8% das pessoas acompanham diariamente as novelas. No Conde 73% também assistem a elas regularmente. Com a TV houve mudanças nos costumes das duas comunidades, mais intensamente nos horários das novelas, como demonstra a tabela a seguir:

TABELA 15 - Distribuição das opiniões dos entrevistados por município sobre os novos costumes.

Discriminação	Municípios				Total	
	Conde		São José			
	nº	%	nº	%	nº	%
Sai menos de casa	30	63,8	17	36,2	47	67,1
Recebe vizi- nhos	32	86,5	22	66,7	54	77,1
Só faz visita/ compromisso depois da no- vela	21	59,8	24	72,7	45	64,3

Fonte: Pesquisa de campo, 1985.

As novelas modificaram significativamente os horários das visitas, das refeições ou, pelo menos na maneira como são feitas atualmente, das reuniões e dos encontros. A frequência das pessoas nas festas, bailes, reuniões sociais, aumenta após a apresentação da novela das 20:30 horas, na Globo.

O Vereador Normando Leitão, 30 anos, da cidade de Patos, no seu depoimento, faz a seguinte observação:

“(...) Na festa de setembro deste ano - 1985 - a mais tradicional de Patos, a festa só enchia, só animava, depois da novela Roque Santeiro. É um negócio impressionante. Na faculdade também se nota isso, a turma assistindo aula,

na hora da novela Roque Santeiro eles correm pro bar da esquina. Isso é mulher, homens, é a mesma coisa. Na câmara Municipal geralmente dá mais gente no final do expediente - a sessão se realiza das 8 às 11 da noite -. A gente pode até imaginar que muitas dessas pessoas assistiram primeiro à novela e depois vão assistir à sessão. A Associação Comercial de Patos realizou uma palestra sobre Constituinte, com o deputado Tarcísio Buriti e a frequência só começou a melhorar após a novela Roque Santeiro. Estava programada para iniciar às 8 horas, começou às 9 e 9 e 40, é que lotou a sede da Associação Comercial. A televisão mudou o comportamento das pessoas não só nas cidades pequenas, no campo, mas também nas cidades maiores como Patos, por exemplo. A televisão hoje influencia o homem em quase todas as suas atividades, atividades sociais, atividades culturais etc."

O fato é confirmado por um jogador de futebol, do município do Conde, de 21 anos:

"(...) O nosso time vai jogar amanhã em Baía da Traição e a viagem será depois de Roque Santeiro, porque a gente não quer perder o capítulo dessa noite."

Uma doméstica, 32 anos, de São José de Espinharas, comenta:

“(...) Não deixo de assistir por dinheiro nenhum a novela Tititi e Roque Santeiro.”

No Conde, 100% dos entrevistados do sexo masculino responderam que não acompanham as novelas. Em São José 85,7% confirmaram que não gostam das novelas. O que existe, na verdade, é ainda um certo preconceito dos homens em afirmar que vêem as novelas na TV. Claramente, ficou comprovado com as nossas observações que alguns homens que tinham respondido negativamente o questionário, acompanham ou assistem capítulos das novelas. Com a novela Roque Santeiro, era evidente a audiência masculina. Mesmo nas comunidades tradicionais do campo e das cidades interioranas o público das novelas não é apenas formado pelas donas de casa. As novelas são assistidas em família e com uma parcela significativa de receptores masculinos. (3)

O depoimento do vereador Normando Leitão, que tem um conhecimento mais amplo da região das Espinharas por ser um político militante na área e por ser Secretário da Associação dos Municípios do Vale do Espinharas, nos dá uma idéia como os hábitos e os costumes das pessoas em suas casas ou nas ruas estão condicionados em determinados momentos aos horários dos programas de TV:

“(...) se você chegar na casa de um amigo e estiver em horário de comercial, tudo bem mas, quando começa a novela ele diz logo: espera aí dois minutos, no comercial a gente continua o papo. Ora com um amigo dentro de casa a pessoa faz isso, imagine com a esposa e

com os filhos! A mesma coisa é a esposa com o marido e os filhos com os pais. Hoje mesmo -05 de outubro de 1985 - eu estava em casa, na hora do almoço perguntei por minha filha, ela estava na televisão assistindo He-Man, cheguei junto dela e chamei pra almoçar e ela pediu que deixasse terminar o desenho pra então almoçar. Todos os horários estão modificados em função da televisão.”

Uma dona de casa, 29 anos, analfabeta que mora em São José:

“(...) me preocupo demais com o meu lar e também com minha família, zelo pela saúde do meu pai, faço tudo que uma doméstica pode fazer em sua casa. Mas, na hora da novela que eu gosto, é neste momento que só me interessa é assistir a novela. (...) Porque é um dos poucos divertimentos que temos aqui.”

A programação da Globo não influencia apenas o comportamento dos brasileiros. Está modificando os hábitos e costumes das pessoas em vários países da Europa e da América Latina. Em 1980 a empresa criou a sua Divisão Internacional, com o objetivo de exportar os programas, com maior intensidade para as novelas, que estão fazendo sucesso em Portugal, Itália, França, Polônia, China. Na América Latina, atualmente, vem conquistando espaços no mercado que até pouco tempo era dominado pela Televisão Mexicana. (4)

A novela *Escrava Isaura* que já foi apresentada em mais de 30 países, chegou a atingir 86% de audiência na Polônia; foi campeã de audiência na China e faz sucesso em Cuba. Carlos Novaes, em artigo publicado no Boletim da INTERCOM, faz o seguinte comentário:

“A *Escrava Isaura* que, produzida e exportada pela Rede Globo, encanta o público cubano a ponto de obrigar a TV local a alterar os horários de transmissão para atender a demanda da massa trabalhadora do País de Fidel.” (5)

Em 1970 a novela *Gabriela* tornou-se o maior sucesso da Rádio Televisão Portuguesa, chegando ao ponto de provocar várias reuniões de produtores, autores, artistas de shows, donos de cinemas e teatros, para protestar contra a invasão cultural do Brasil em Portugal. A novela brasileira produzida pela Globo estava ocupando os espaços de trabalho dos portugueses na televisão e até mesmo nos espetáculos, uma vez que passaram a ser mais frequentes as apresentações dos artistas brasileiros, principalmente os que fazem sucesso nas novelas. (6)

A ensaísta e professora universitária portuguesa, Idalina Resina Rodrigues, fez o seguinte comentário sobre as novelas brasileiras em Portugal:

“(...) Quando apareceu nas nossas televisões a telenovela brasileira que, se não me engano, foi a *Gabriela*, imediatamente se notou que o entusiasmo era enorme e que as pessoas não queriam ser incomodadas tanto por telefone

quanto pessoalmente naquele horário em que passa a Gabriela. Bom, conforme a telenovela, o entusiasmo tem variado um pouco. Em todo caso, tem sido mantida uma certa dose de entusiasmo com a telenovela brasileira em Portugal.”
(7)

São as novelas que garantem a liderança e o sucesso dos programas da Globo no exterior, responsáveis por 85% da venda para exportação. As novelas lideram os índices de audiência no Brasil, ocupando cada vez mais os espaços de lazer dos brasileiros. Idêntico fenômeno ocorre em outros países de regime capitalista e até nos países do bloco socialista.

As primeiras novelas surgiram na televisão brasileira na década de 50, quando praticamente eram utilizadas as técnicas de rádio-novela para a TV. Mas foi realmente com O Direito de Nascer que a televisão brasileira iniciou a telenovela em linguagem própria para o vídeo. A televisão procura conquistar um maior número de telespectadores e busca, no gênero novela, agradar o gosto das massas, possibilitando a venda destes programas aos anunciantes garantindo sua rentabilidade. Pela forma como foi planejada sua produção e veiculação na televisão, com os patrocínios de empresas multinacionais como a Gessy-Leve, Colgate-Palmolive, Coca-Cola e outras empresas também importantes no mercado nacional, a telenovela passou a ser considerada de conteúdo ainda mais alienante, reforçador da ideologia dominante que impera nas televisões do Brasil. Com relação a esses aspectos Sérgio Caparelli diz:

“Não temos, aqui, nenhuma intenção de afirmar ou negar que a telenovela seja um gênero ideologicamente comprometido com o sistema, apesar de termos a certeza de que muitas telenovelas o são. Em outras palavras, não acreditamos que o gênero seja, em si, bom ou ruim, mas depende de cada telenovela a ser analisada. Muitas pessoas não se dão conta de que, em sua crítica, usam argumentos idênticos aos daqueles que motivaram a crítica. Só afastando-se os preconceitos e lugares comuns, o pesquisador terá a certeza de que não está analisando com uma falsa perspectiva. Pretender que o gênero tenha sido criado para alienar, que tenha surgido na televisão apenas no intuito de uma manipulação ideológica, é pretender a existência de um cérebro monstro e calculista. É, igualmente, acreditar na indústria cultural como um bloco monolítico, onde não existem interesses conflitantes, numa harmonia ideológica de empresários, Governo, mão-de-obra intelectual, mão-de-obra industrial.” (8)

A produção de uma novela implica na participação de inúmeras pessoas nas equipes técnicas, nas representações dos seus personagens, na construção do roteiro. Envolve diversos patrocinadores. São várias partes que trabalham na formulação de um conjunto que age de acordo com a receptividade do seu público telespec-

tador. Umberto Eco faz a seguinte afirmação sobre as telenovelas:

“Será, pois, igualmente de todo incorreto dizer que a escolha do gênero “romance-folhetim” conduza necessariamente a uma ideologia conservadora e mansamente reformista, ou que uma ideologia conservadora e reformista deva, por força, produzir romance-folhetim. Pode-se somente dizer que, em Sue, os diversos elementos desse mosaico congregaram-se dessa maneira.”
(9)

A telenovela, criada antes de tudo com o objetivo de aumentar a audiência da televisão, é na realidade, o mais popular programa da TV brasileira. A novela, planejada com maior apelo popular, ganha logo os índices de audiência. É o que vem ocorrendo com as novelas da Rede Globo, escritas por Dias Gomes: O Bem-Amado, Sara-mandaia, e mais recentemente, Roque Santeiro.

6.1 A Novela Roque Santeiro

Quando estávamos desenvolvendo as últimas etapas da pesquisa de campo, a TV Globo passou a apresentar a novela Roque Santeiro. Logo nos primeiros dias, verificamos que o estudo ficaria incompleto se não incluísse no seu referencial, essa novela.

Na verdade, Roque Santeiro estreou batendo os recordes de audiência. O interesse pela novela ia desde

os habitantes das grandes cidades aos que vivem em cidades interioranas do país, com maior evidência na região nordestina, como São José e Conde. Das novelas da Rede Globo, de maior índice de audiência, Roque Santeiro teve uma média de 74%, Dancing Days 64%, Pai Herói 65%, Coração Alado 63% e Baila Comigo 63%.⁽¹⁰⁾

Na primeira semana Roque Santeiro teve uma audiência de 67% aumentando para 72% no primeiro mês. Com 60 dias, já ultrapassava o índice de 75%, significando que 60 milhões de pessoas nas várias partes do Brasil, estavam vendo a novela.

A cidade de Asa Branca estava localizada em diversas regiões deste país. A identificação dos seus personagens fictícios era projetada para a realidade das cidades interioranas, em que o jogo do poder político e econômico controla as terras, os votos, a falsa moral e os mais variados interesses locais.

O humor crítico inventado por Dias Gomes foi perfeitamente percebido pelas pessoas em São José e no Conde, passando logo a ser assunto de conversas, de debates nos bares, nas reuniões da igreja, nos encontros de jovens, nas escolas, nas feiras e nas praças. As comparações e identificações das tramas vividas pelos personagens da novela eram feitas com os políticos, "coronéis", e com outras pessoas das duas localidades. A novela, por permitir essas comparações do modo de vida dos personagens com a vida real dos seus telespectadores, desperta um interesse maior. Quando suas tramas envolvem temas populares as classes operárias urbanas e rurais passam a acompanhá-la com maior interesse. Sem dúvida, esse foi um dos motivos do grande sucesso de Roque Santeiro. Na análise das novelas e identificação com

os seus telespectadores, Carlos Eduardo Lins da Silva diz que:

“Por tratarem de problemas universais do ser humano, as telenovelas são a parte da programação do horário nobre da Globo que mais permite aos telespectadores comparações entre o que assistem na tela e o que têm na vida real. Exatamente por isso, são gênero o que mais se deixa afetar pelo senso crítico decorrente do conhecimento pessoal dos assuntos por parte do espectador. Quase todas as pessoas que assistem novelas viveram situações parecidas, pelo menos estruturalmente, com as dos personagens do enredo: paixão, infidelidade, amor, ódio, morte, nascimento, casamento, aborto, doença, migração, desemprego e assim por diante.” (11)

Numa entrevista à revista Isto É, o então ministro da Desburocratização, Paulo Lustosa, 40 anos, declara:

“Essa novela é um bendito deboche, que nos conduz a uma revisão crítica de nossa atitude diante do povo.” (12)

Já o historiador Néelson Werneck Sodré, na mesma revista diz:

“A televisão brasileira sempre foi alienante. Essa novela repõe a realidade dentro da televisão. É um problema de dialética. A coisa cresce tanto

em quantidade que, num certo momento, tem que dar um salto na qualidade.” (13)

A novela Roque Santeiro permitiu aos brasileiros, das diferentes classes sociais, uma melhor análise crítica, mesmo que ela tenha como forte o lado satírico, humorístico e até mesmo ingênuo, da nossa sociedade. O domínio das elites interioranas, das barganhas políticas, das perseguições, das injustiças, da religiosidade popular, das duas igrejas católicas e dos conflitos de terra, quando ainda eram poucos os que acreditavam numa Nova República.

Uma agricultora e professora no município do Conde, 36 anos, 2º grau completo, faz a seguinte análise da novela:

“(...) eu gosto de assistir Roque Santeiro, porque ela é mais comédia apesar de ter uma vivência das pessoas urbanas e dos trabalhadores do campo, como realmente é. A novela Roque Santeiro tem muita coisa parecida aqui com o Conde. Em todo o lugar tem os ricos, os mais pobres e aqueles mandantes. Aqui também existe Sihozinho Malta, existe Terêncio, Santinha, tem várias santinhas. Pombinhas tem inúmeras. Isso mesmo eu comento em casa, essas semelhanças. (...) Mas parece que essa novela veio a calhar mesmo aqui no Conde.”

Uma das líderes do Grupo de Jovens da comunidade rural de Gurugi, no município do Conde, revela:

“(...) O Grupo de Jovens tem discutido a novela Roque Santeiro nas suas reuniões, porque ela tem uma realidade que se parece muito com a daqui do Conde. A gente viu que essa novela despertou muito a gente, porque parece muito com a realidade do Conde, principalmente, que o capitalismo oprime muito as pessoas, como ,o Sinhozinho Malta com aquele poder todo.

(...)Aqui no Conde a gente vê que as coisas são quase parecidas com a novela. Aqui também existe o manda-chuva do Conde, a viúva Porcina e os outros personagens.”

Em São José de Espinharas um agricultor, 47 anos, alfabetizado com larga experiência na região, afirma:

“(...) eu admiro a novela Roque Santeiro, porque realmente ela retrata algumas coisas nossas, do nosso sertão. Por exemplo: eu gosto muito da viúva Porcina, aquilo é uma pura Maria Bonita. Ela tem a parte de mulher-macho, quando ela fala com o Sinhozinho, a sério, é diferente de quando fala carinhosa com ele. (...) O Sinhozinho Malta lembra o coronelismo que ainda existe por aqui. Ele quer ser um coronel, um cara mandante.”

Na opinião de um político e agricultor de São José de Espinharas a novela Roque Santeiro:

“(...) se encaixa 70% justamente nos costumes da região sertaneja do Estado da Paraíba. Embora que a gente saiba que é filmada no centro Sul ou Sudeste do país, a ficção é mais sertaneja nordestina do que da região em evidência. Até o balançar do braço do Sinhozinho Malta imita o maracá da cascavel da nossa região. Quando ele se sente atingido, pica como se fosse uma cobra venenosa.”

Para o funcionário da Prefeitura de São José, 31 anos, com curso primário:

“(...) de novela eu não gosto não, mas a Roque Santeiro eu assisto, é importante. Eu gosto dessa porque pra mim é uma história que desde o começo interessa a todos daqui. Asa Branca tem alguma coisa que se parece com as daqui de São José”.

A trabalhadora rural, de 55 anos, que vive no Conde e trabalha no corte de cana, diz:

“(...) Eu trabalho na agricultura, no corte de cana, como clandestina. Gosto de assistir a novela Roque Santeiro, faz lembrar uma fazenda onde já trabalhei. O fazendeiro mandava vigiar os

trabalhadores e às vezes o capataz batia em algumas pessoas. Por isso é que eu não gosto da passagem do Terêncio, que mata, atropela as pessoas a mando do Sinhozinho Malta.”

A estudante de pedagogia, 34 anos, da cidade de São José, informa:

“(...) Eu gosto de todas as novelas. Em se falando de Roque Santeiro, revolucionou toda a cidade. Temos o milagre de Roque que fez lembrar a Cruz da Menina, aqui perto na cidade de Patos, o baile de Matilde e as coincidências na vida de todos nós com o papel de cada personagem.”

As pessoas sabem que os acontecimentos das novelas não são reais e até gostam de interpretar as tramas novelísticas na tentativa de descobrirem os mistérios e darem continuidade aos futuros capítulos. Não lhe chegam as informações das gravações das cenas que as revistas especializadas publicam antecipadamente. Portanto, as conclusões são meramente especulativas.

Em vários momentos passamos a acompanhar a inquietação das pessoas querendo justificar por várias razões quem era o lobisomem de Asa Branca; se Roque ficava com Mocinha ou com a viúva Porcina; se o Sinhozinho Malta terminaria na cadeia ou continuaria mandando da mesma forma. A tentativa de descobrir essas tramas faz com que as pessoas desenvolvam novos roteiros para a novela. Com isso projeta o final à sua maneira, já que normalmente as soluções dos problemas nas novelas não

são totalmente do agrado da maioria dos telespectadores, como foi o caso do último capítulo da Roque Santeiro. (14)

Em uma das gravações realizadas durante a pesquisa registramos a seguinte conversa na praça de São José, pouco antes do início da novela Roque Santeiro:

Mulher - Acredito ser o professor o lobisomem, porque ele quer partir para fazer medo às meninas da boite.

Menino - Acho que o lobisomem é o delegado, porque na hora que fala no lobisomem ele logo fica triste .

Homem - Eu também acho que é o professor, __ porque ele se parece muito com o drácula e ele - o drácula - é a mesma coisa do lobisomem.

Outro homem - Eu também acho que seja ele, porque quando está passando a parte do lobisomem, passa a música que fala do professor. Por isso eu acredito que seja ele.

Uma segunda mulher - é o professor, porque quando dá meia-noite é que ele sai da casa do prefeito para fazer o papel do lobisomem. Ele se fantasia de lobisomem mesmo. Não existe realmente o lobisomem na novela.

Uma terceira mulher - eu acho que ele vira lobisomem mesmo a meia-noite apareceu a mão dele cabeluda. É o professor porque quando ele estava na casa da Mocinha e tava perto da meia-noite a mão dele começou a ficar cabeluda e as orelhas grandes. Aí, quando ele saiu se transformou logo.

Menino - eu acho que seja o delegado, pelo tamanho e por ser apaixonado pela Ninon da boite.

São vários os comentários nas arquibancadas da praça em São José de Espinharas, entre um intervalo comercial e o início da próxima cena da novela. Nos comerciais o silêncio interrompido por aplausos, gritos e trocas de idéias sobre as tramas das cenas seguintes. O mesmo ocorre nas salas de jantar das casas do Conde.

Na hora da novela Roque Santeiro, a calma cidade de São José de Espinharas ficava ainda mais tranqüila. Só se ouvia o som da televisão da praça, as poucas ruas e casas ficavam vazias, todas as noites cerca de duzentas pessoas se concentram nas arquibancadas assistindo à novela. O vendedor de bombons, chocolates e chicletes que diariamente fica na praça, em seu depoimento, afirma que a novela Roque Santeiro despertou o interesse de algumas pessoas da cidade, que anteriormente não gostavam de acompanhar novelas.

“(...) Eu vendo bombons, chicletes, chocolates lá na praça, na televisão to-

das as noites, isso há muito tempo, uns 8 anos que vendo. Chego às 6 e saio às 9, 9 meia. Agora a maior audiência é a novela Roque Santeiro, acho que 90% da população assiste todas as noites a novela. Eu conheço todo mundo da cidade e algumas pessoas que não acompanhavam novelas estão agora acompanhando Roque Santeiro, principalmente os homens.”

O jornalista Luiz Otávio, na sua coluna diária no Jornal Correio da Paraíba, publicou a seguinte matéria:

“Conversando com o prefeito Antonio Fernandes, do município de Malta – um dos mais cultos e preparados edis do interior paraibano –, notei que ele – embora tenha instalado uma repetidora na sua cidade e colocado uma TV a cores na pracinha prá que todo mundo visse os programas da Globo – não concordava com a conceituação de vida interiorana da novela “Roque Santeiro”. Segundo o Prefeito – e quanto a isso nos estamos de acordo – nem toda cidade do interior oferece, ao seu povo, os mesmos desatinos de Asa Branca, com a igreja em choque, com o Sinhozinho Malta mandando e desmandando, com os preconceitos falando mais alto do que a razão e com todas aquelas sequelas sociais.

(...) Só que, ao meu ver, Dias Gomes não procura retratar, com Asa Branca, nenhuma cidade do interior brasileiro, em si. O que está ali é o Brasil de hoje como um todo. O Sinhozinho Malta, o prefeito Florindo Abelha, a Matilde, o poeta Astromar todos enfim, são carapuças que cabem na cabeça de muitas pessoas que mandam em nosso País. Queiram ou não, nós temos muito de Asa Branca.” (15)

As classes populares sempre recorreram ao humor satírico para protestar contra a prepotência das classes dominantes. As críticas jocosas de Ração e Vassoura, personagens cômicos da Nau Catarineta, as do Mateus e Catarina, no Bumba-meu-boi, nos testamentos de Judas, no Sábado de Aleluia, nas emboladas, nas cantorias, na literatura de cordel, nos circos mambembes e em muitas outras manifestações da cultura popular, o povo se diverte com as peripécias dos seus personagens. A novela Roque Santeiro tinha um pouco de tudo isso, facilitando, inclusive, o entendimento e a identificação dos seus personagens com a realidade das comunidades interioranas que habitam várias Asa Branca neste país.

6.2 O Globo Rural

Os meios de comunicação de massa nesses últimos anos estão descobrindo o mercado consumidor existente na zona rural brasileira. É o caso do rádio, com a sua presença desde a década de 50 com os programas de infor-

mação e entretenimento voltados para o homem do campo. Mais recentemente, a televisão vem procurando também preencher esses espaços com programas como o Globo Rural e Som Brasil, na Rede Globo, o Empório Brasileiro na Rede Bandeirantes, além de um grande número de publicações que circulam no mercado dirigidas para o homem do campo e aos que vivem nas grandes cidades mas que tiveram as suas origens na zona rural. (16)

A População Economicamente Ativa do Meio Rural (PEA-Rural), no Brasil, está em torno de 50 milhões de pessoas. Isso do ponto de vista do mercado de consumo, uma vez que estão incluídos os habitantes das cidades interioranas, das vilas, povoados e distritos que desenvolvem atividades direta ou indiretamente ligadas ao campo. Com relação a esses dados o Boletim Mercado Global de março/abril de 85 na sua publicação sobre marketing rural, faz a seguinte consideração:

“Algumas pessoas discordarão deste número, mas chamo atenção para o fato de que nem tudo o que o Censo classifica como “urbano” é efetivamente urbano, sobretudo se visto sob a ótica de marketing. Os centros sub-regionais e os centros locais, no mais das vezes, são, predominantemente rurais mas, como exercem funções de nucleamento “urbano”, apresentando algumas características e serviços urbanos assim são, genericamente, registrados nos Censos oficiais.” (17)

Consideram-se como mercado consumidor rural todos os grupos de pessoas que desenvolvem atividades no campo tais como: agricultura, agropecuária, silvicultura, pesca/caça, mineração, agro-indústria, canteiro de obras e atividades de apoio ao trabalho do campo mesmo que esta não esteja localizada no campo. No aspecto mercadológico as atividades do meio rural interessam e muito aos vendedores de máquinas agrícolas, automóveis, motos, bicicletas, eletrodomésticos, adubos, insumos, às instituições de créditos e muitos outros ramos de negócio. (18)

É inegável a modernização da produção agropecuária brasileira. Em consequência destas mudanças, serão cada vez maiores os grandes investimentos de capital na atividade rural, substituindo as relações de trabalho familiares, por grupos empresariais e fazendo com que se amplie o mercado de compradores e revendedores.

Neste processo de modernização agrícola os meios de comunicação são de fundamental importância na difusão de novas tecnologias e veiculação dos produtos de consumo que serão adquiridos pela população rural em busca de melhores condições de vida.

Está muito clara a razão de todo esse interesse dos meios de comunicação de massa, principalmente a televisão, em ganhar uma boa fatia deste mercado de consumo em pleno crescimento no Brasil.

A Rede Globo de Televisão a partir de 06 de janeiro de 1980 está levando ao ar o programa Globo Rural, com o objetivo de informar o homem do campo dos seus problemas e apresentar soluções. O Globo Rural é apresentado aos domingos, às 8 horas da manhã, utilizando toda a

tecnologia, em termos de televisão, e marketing do padrão global:

“Através de entrevistas com lavradores, técnicos e especialistas no setor, o Globo Rural levanta problemas, apresenta soluções dentro de uma linguagem simples, de fácil e rápida assimilação pela população rural. Uma linguagem paciente, sem pressa urbana de dizer as coisas. Ligada intimamente à própria formação do homem do campo. Como é um programa semanal, indo ao ar aos domingos pela manhã, ele busca orientar o agricultor ou o pecuarista da melhor forma possível, tratando de assuntos comuns ao meio rural, assuntos do seu dia-a-dia. Sempre com um ritmo paciente, até com uma certa intimidade, uma interação com a natureza, porque o agricultor sabe que a natureza é paciente, e tudo o que é rápido demais merece desconfiança.” (19)

O programa apresenta reportagens mostrando alguns aspectos de vida, formas de trabalhos, alternativas de soluções de produção e até mesmo certas curiosidades que interessas aos seus telespectadores. Responde as inúmeras cartas que são enviadas à produção do programa, entrevistando pesquisadores, extensionistas, administradores e produtores rurais, procurando informar didaticamente ao homem do campo.

Como já foi dito anteriormente, este trabalho inicialmente estava planejado para ser um estudo da re-

cepção do programa Globo Rural em duas comunidades de pequenos produtores rurais, localizadas nos municípios de São José de Espinharas e Conde, uma vez que em pesquisa anterior realizada nestas regiões foi comprovado que o médio e grande produtor assistem ao programa. (20) Entre os vários motivos da modificação do projeto inicial, está a constatação, na aplicação dos questionários, do baixo índice de audiência do Globo Rural nas duas comunidades de pequenos produtores, e comprovada posteriormente nos depoimentos e nas observações participantes.

Do total dos entrevistados 77,1% afirmaram que não assistem ao Globo Rural todos os domingos, raramente têm a oportunidade de ver um programa. Com relação aos entrevistados na comunidade de São José de Espinharas 78,8% também demonstraram não ter condições de assistir ao programa todos os domingos. No município do Conde 75,7% dos entrevistados não assistem ao Globo Rural todos os domingos.

Na realidade não é a falta de interesse dos pequenos produtores a causa maior do baixo índice de audiência do programa nas duas comunidades. Uma série de fatores impede o pequeno produtor de assistir ao programa aos domingos pela manhã, conforme depoimento dos próprios agricultores.

Um pequeno agricultor da comunidade de Gurugi, no município do Conde, produtor de inhame e mandioca, informa:

“(...) o Globo Rural é difícil eu assistir. Não tenho televisão e é muito cedo para incomodar os vizinhos. Também

nesse horário a gente vai à feira em João Pessoa ou no Conde. Dos programas do Globo Rural que eu assisti, só sai orientação para o grande e o médio agricultor. Para o pequeno não saiu nada.”

Uma professora e agricultora, 23 anos, da comunidade rural de Gurugi, afirma:

“(...) o Globo Rural eu acho que é um programa muito bom. só que no horário dele, as pessoas daqui vão às compras ou vender alguma coisa na feira era João Pessoa, então nem todos assistem. É um programa que mostra como o agricultor deve trabalhar com alguns produtos, agora ele não tem muita realidade com o produtor agrícola daqui da nossa região Nordeste. Por exemplo, o inhame. A gente nunca ouve falar dele, coisa que a gente cultivava aqui. O Globo Rural visa mais o grande e o médio agricultor. Mostra muito a criação de gado, esses plantios que só os grandes e médios agricultores podem fazer.”

Para um agricultor e proprietário de uma mercearia na cidade do Conde, de 64 anos e com curso primário:

“(...) É muito interessante o programa Globo Rural. Falta o agrônomo da região ter uma maior participação na orientação aos agricultores pequenos; ensinar a plantar e a colher e também como fazer empréstimo no banco.”

Um agricultor produtor de inhame em Gurugi, no município do Conde, 44 anos, analfabeto, dá também sua opinião:

“(...) Às vezes assisto o Globo Rural. Tem muitas coisas que nas plantas eles dizem que são doenças, mas para nós aqui, não é não. Nunca sai nada relacionado com a produção do inhame. O que atrapalha muito é a hora do programa.”

O agricultor e pedreiro, 42 anos, com curso primário e que mora na cidade do Conde, também atesta:

“(...) Eu sou um pequeno agricultor e o programa ensina a tratar do gado, como também a cuidar da lavoura, plantar e colher. Que falta é o programa se deslocar mais pelas regiões nordestinas, em particular para o litoral.”

Para uma trabalhadora rural, 55 anos, analfabeta, que trabalha no corte da cana na condição de clandestina:

“(...) Os domingos é para descanso, eu assisto em casa o Globo Rural, é muito interessante ensina a gente a trabalhar melhor a agricultura. A gente aprende mas não pode aplicar porque trabalhamos na terra dos outros. O programa informa bem, só falta terra para a gente trabalhar no que é nosso.”

Aos domingos os agricultores do Conde têm algumas obrigações que os impedem, muitas vezes, de assistirem a televisão logo cedo. A feira do bairro de Oitizeiro,

em João Pessoa, e a do Conde são realizadas aos domingos pela manhã, onde são feitas as compras semanais e a venda de alguns dos seus produtos. Outros têm que cuidar da lavoura, dos animais, transportar água para as suas casas e essas atividades são realizadas nas primeiras horas do dia.

Um agricultor de 43 anos, analfabeto que trabalha como meeiro em São José de Espinharas, afirma:

“(...) O Globo Rural eu não assisto por que no domingo não tenho tempo, a gente que é produtor pobre trabalha também no domingo. Tem que dar comida aos bichos, tirar o leite das vacas, aguar a horta, e quando vai chegar em casa, passa das dez (dez horas).”

É o que informa também um pequeno proprietário, 38 anos, alfabetizado que mora em São José de Espinharas:

“(...) O Globo Rural nem sempre eu assisto porque nunca estou aqui em casa nesse horário, é muito difícil. Mas já vi algumas vezes, gostei, apresenta muito trabalho, muita ciência. No domingo a gente que tem que fazer de tudo, sempre tem que aguar uma horta, mudar um pé de árvore, dar ração ao gado, tirar leite.”

Uma estudante e filha de agricultor, 34 anos, que mora em São José de Espinharas:

“(...) O Globo Rural acho que é especial para os agricultores, ensina muita

coisa. Agora eu acho que o melhor horário seria de 11 às 12 horas do domingo, às 8, muitas pessoas estão ocupadas no campo.”

Na opinião de um meeiro, artesão e poeta popular, 67 anos analfabeto, de São José de Espinharas:

“(...) Eu procuro assistir quando posso o Globo Rural. Ensina a conviver com a natureza e ao mesmo tempo apresenta as novidades para o homem do campo. É preciso melhorar a agricultura, só assim podemos mostrar o que temos e o que somos. A gente vê tudo aquilo na televisão mais o pequeno assim como nos não podemos realizar nada.”

O funcionário da prefeitura e também meeiro, 36 anos, alfabetizado:

“(...) Não assisto porque o horário não é conveniente para o pequeno agricultor. Nesse horário estou no meu roçado, mesmo no domingo tenho que dar uma olhada, tem as criações. O fazendeiro tem o vaqueiro, tem o morador, aí ele pode ficar em casa cedo para ver o programa. Eu não assisto mas sei que informa muita coisa boa para o agricultor.”

O secretário-executivo da Associação dos Municípios do Vale das Espinharas diz que:

“(...) O Globo Rural poderia trazer uma contribuição muito grande para o agricultor, para o proprietário. Agora o que nós vemos, comentamos nos bate-papo com os agricultores, com os fazendeiros daqui da região, que são assíduos telespectadores - referência no caso são os médios e grandes fazendeiros - notamos a insatisfação de não termos uma política voltada para o Nordeste. Digamos, Recife geraria uma programação voltada para os problemas do semi-árido. Não adianta trazer o Globo Rural aqui para ser visto em Patos e na região as pessoas plantando maçã, uma criação de vaca holandesa pura, porque a mestiça que se adapta melhor à nossa região. (...) As queixas que nós temos são estas, de o programa não ter uma política para cada região do país.”

Na verdade os produtores do Conde e São José têm que realizar algumas tarefas, que eles não consideram como um trabalho, sendo mais uma obrigação do dia-a-dia do campo. Preparar a semente do inhame, descascar coco, olhar a carvoeira, aguar a horta, cuidar dos animais, fazer feira. A necessidade de cuidar da horta, verificar como está a roça, alimentar os animais, a ordenha das vacas, consertar os instrumentos de trabalho e os objetos da casa, são tarefas que devem ser executadas diariamente e algumas delas são específicas dos domingos. Maria Ângela Sitônio Wanderley, na sua pesquisa com pequenos produtores rurais da Serra do Teixeira, na Paraíba, também constata que:

“No domingo, os pequenos proprietários afirmara que não trabalham. Por ser dia santo, não se dedicara a qualquer atividade que implique em ganho, apesar de admitirem que “o povo que trabalhou fora e voltou, nem liga para isso”. Embora não trabalhem na lavoura nesse dia, dedicam-se ao cuidado com o gado, a reparos urgentes, ao fabrico de carvão, que para eles não é trabalho, mas obrigação semelhante a atividade como o preparo de alimentos, por exemplo.” (21)

O Globo Rural foi o primeiro programa da televisão brasileira que teve a preocupação de informar ao homem do campo as novas tecnologias para o meio rural. Permanece sendo a apresentado pela maior rede de TV do país, até hoje. Nesses seis anos consecutivos o programa vem conquistando o seu público devido à credibilidade das informações e à qualidade da produção.

O Globo Rural também ganha a audiência dos telespectadores que vivem nos centros urbanos e que desejam conhecer um pouco mais do Brasil rural. Além disso, está se firmando como um programa de informação científica. Neste sentido foi tema de discussão em reuniões que o CNPq promoveu com jornalistas e cientistas com a preocupação de avaliar as divulgações de caráter científico e tecnológico:

“No caso da televisão, necessário se faz dividir a sua ação. No ramo da TV educativa, desvinculada da preocupação com o lucro e mais comprometida

com a comunidade em que está inserida, ocorrendo, nos últimos anos, alguns esforços, quase sempre interrompidos devido a fatores adversos. Quanto à TV comercial, há algumas tentativas em andamento, merecendo destaque o programa "Globo Rural", de reconhecido valor em termos de difusão de tecnologia agrária." (22)

O baixo nível econômico e educacional, a falta de uma política de crédito adequada ao pequeno produtor, o fato de não ser proprietário da terra onde trabalha dificultam o meeiro de São José de Espinharas e o posseiro do Conde, de desenvolverem novos métodos de produção. "É bonito a gente vê tudo aquilo na televisão, muita irrigação com água à vontade, mas na vida a coisa é outra", relata um meeiro, 42 anos, de São José de Espinharas. A falta de condições dos pequenos produtores rurais de porem em prática as novas tecnologias agrárias, que são veiculadas no Globo Rural, gera um certo desestímulo, por serem telespectadores assíduos do programa. O mesmo não o corre com os médios e grandes produtores que têm um maior poder aquisitivo e conseqüentemente mais facilidades de acesso aos órgãos governamentais e privados de apoio ao desenvolvimento agropecuário. (23)

Os meios de comunicação de massa visam o aspecto mercadológico existente a nível empresarial e de grandes e médios proprietários rurais.

Em busca desse mercado consumidor a Rede Globo de Televisão estrutura um sistema de marketing voltado para o meio rural, saindo na dianteira dos demais

meios de comunicação com os programas Globo Rural, e Som Brasil, com a revista Globo Rural e os vídeo, casete para uso doméstico, do programa Globo Rural. (24)

6.3 O Jornal Nacional

Todos os dias a Rede Globo apresenta às 8 horas da noite o Jornal Nacional. É, sem dúvida, o jornal da televisão brasileira de maior audiência, neste horário. Cerca de 50 milhões de pessoas estão diante da TV para verem, ouvirem e ficarem informadas dos acontecimentos do país e do mundo.

O Jornal Nacional é transmitido em rede nacional via Embratel para todo o Brasil, utilizando-se do que há de mais avançado em telecomunicações para fazer chegar, na mesma hora, nos extremos Norte e Sul, as notícias que são produzidas e veiculadas no que tem de melhor o padrão global. Na realização do Jornal Nacional participam mais de 500 pessoas, em várias regiões do país e no exterior. Sérgio Caparelli, diz que:

“E nesse momento, do Sul a Norte, de Leste a Oeste, cerca de 50 milhões de pessoas mantêm olhos e ouvidos atentos para ver e compreender o mundo com os globos oculares.” (25)

A maior parte da população brasileira fica informada dos acontecimentos pela televisão. É o Jornal Nacional o mais importante, pelo poder de penetração do sistema globo de comunicação, pela qualidade e credibilidade das suas notícias perante os telespectadores, nos poucos minutos de apresentação.

É uma fonte de conhecimento, de informação. As suas notícias são temas de discussões tanto entre os habitantes das cidades interioranas tanto dos que vivem nos grandes centros urbanos. São também assuntos para os políticos, empresários e operários nas várias regiões do Brasil. Toda notícia veiculada no Jornal Nacional tem uma grande repercussão a nível nacional. As notícias que vão ao ar todas as noites são criteriosamente produzidas de modo a despertarem esse interesse nacional.

Nas duas comunidades estudadas 97,1% dos entrevistados afirmaram que o Jornal Nacional é o melhor programa jornalístico e que ficam informados com as suas notícias. Com relação aos habitantes do Conde 97,3% ficam informados da maioria dos acontecimentos nacionais e internacionais assistindo ao Jornal Nacional. O mesmo acontece com 97% da população de São José de Espinharas. Na concepção de Carlos Eduardo Lins, o Jornal Nacional exerce influência no direcionamento da discussão dos grandes temas nacionais:

“Não há dúvida que o Jornal Nacional exerce para essas comunidades o papel de estabelecedor dos assuntos que vão ser discutidos. Mais do que formar opiniões a respeito dos grandes temas nacionais, ele define quais são os grandes temas nacionais para a maioria das pessoas.” (26)

No Conde e São José de Espinharas, a audiência do Jornal Nacional é composta, na sua maioria, de pessoas com mais de 30 anos, predominando o sexo masculino.

Os jovens que têm uma atuação nos movimentos sociais e culturais também assistem ao Jornal Nacional. Nas observações realizadas nas duas comunidades, principalmente em São José de Espinharas a média por noite, na televisão da praça, era de 20 a 30 pessoas; no Conde de 2 a 5 pessoas ficam na sala de estar para assistirem ao Jornal Nacional. (figs. 14, 28 e 30)

Em situações específicas a audiência do telejornal crescia chegando a índices equivalentes aos das novelas. Esses são atingidos quando o Jornal Nacional veicula informações de interesse da maioria da população como observamos no período da campanha pelas eleições diretas quando a TV Globo passou a apoiar as mobilizações populares. Posteriormente ocorreu a campanha para eleição do Presidente da República, durante a cobertura do internamento e morte de Tancredo Neves e mais recentemente com o apoio ao congelamento dos preços do plano cruzado.

Esse interesse também acontece quando são noticiados os escândalos políticos e financeiros, os grandes incêndios, terremotos e outras catástrofes.

O chefe de redação da Rádio Espinharas de Patos, Edleuson Franco, destaca a importância do Jornal Nacional como fonte de informação, inclusive, a mais importante para o trabalho dos profissionais em comunicação local:

“(...) Praticamente o que está acontecendo no momento a televisão está transmitindo. No recente episódio da doença e posteriormente da morte de Tancredo Neves, nós fizemos um plan-

tão permanente com a TV Globo - como o Jornal Nacional - retransmitíamos para os nossos ouvinte, que esta informação serviria para o homem da zona rural.”

As notícias do Jornal Nacional são transmitidas rapidamente, não têm a preocupação de uma análise mais demorada do acontecimento, são formuladas em uma linguagem de compreensão nacional. A necessidade de obter outros dados informativos dos acontecimentos noticiados no Jornal Nacional, pela população local, faz com que os profissionais em comunicação da região reelaborem com mais detalhes os fatos que foram destaque no Jornal Nacional, da noite anterior, com isso, as notícias das emissoras locais passam também a ter a sua importância com as notícias nacionais, já que o Jornal Nacional não preenche os espaços dos acontecimentos locais.

Para um agricultor, 45 anos, que trabalha como meeiro, analfabeto, em São José de Espinharas:

“(...) O Jornal Nacional é bom porque informa os acontecimentos que a gente não sabia, a pessoa tá olhando e ouvindo aí fica informado de tudo.”

Uma professora primária da escola municipal do Conde, diz:

“(...) Eu assisto o Jornal Nacional, ele informa bem sim. A gente fica a par de tudo. A gente fica a par do Brasil e do mundo, de tudo que acontece. Pra mim este programa é ótimo, eu acho que não só pra mim, acho que a maioria das pessoas.”

Ficar informado de tudo não significa que as notícias veiculadas pelo Jornal Nacional sejam sempre aceitas com veracidade. É verdade que grande parte das informações tem a sua credibilidade, mas quando se trata de assuntos do interesse deles, cujo conhecimento vai além das notícias do telejornal, são questionadas e criticadas até mesmo com uma certa veemência.

O Presidente José Sarney, quando anunciou o Plano de Reforma Agrária da Nova República, foi notícia de destaque no Jornal Nacional. Nessa noite, estávamos assistindo ao programa na TV da praça de São José de Espinharas em companhia de outras pessoas, quando um agricultor ao nosso lado, disse:

“(...) A Reforma Agrária da Nova República não sai, pelo que tenho visto. Se fosse um negócio para melhorar os ricos saia logo, como é para o pobre, não sai não. Eu estou com 40 e tantos anos e ouço falar desse reforma há muito tempo. Já estou perto de morrer e essa reforma não sai. E se isso sai, vai ser é para o povo do Sul, para os daqui não.”

No mesmo instante surgiram outros comentários com relação à notícia veiculada no telejornal sobre a Reforma Agrária da Nova República. Um produtor rural de imediato argumentou:

“(...) acredito na Nova República, muita coisa está muito mudada. Mas na reforma agrária eu não acredito, porque só quem tem mais as terras são os ricos, deputados, senadores, ministros, aí não vão tirar seu pedaço para dar ao povo. Por isso que eu digo que não vem. Agora, se a terra fosse dos pobres era capaz de vir.”

Mas, um meeiro de São José de Espinharas que demonstra descrédito do Plano da Reforma Agrária, tem a opinião de que a sua atual situação é melhor do que se chegasse a reforma agrária como está sendo noticiado:

“(...) Da nova república, eles dizem que a Reforma Agrária vem no dia 22 de novembro - 1985 - mas, nós aqui dentro de São José, vivemos melhor do que na reforma agrária, porque todo mundo cria o que puder criar, não é, limitado, todo mundo planta o tanto que quer. Ninguém paga imposto, ninguém faz cerca. Aqui em São José já tem reforma agrária há muitos anos. Nas terras de Dr. Clóvis, ainda é melhor do que a Reforma Agrária, esse povo aqui de São José, quase todo, planta lá, cria e dá o que quer.”

Uma boa parte dos pequenos produtores rurais observa dos são meeiros. Dependendo do tipo de relações com os proprietários das terras, uns são mais beneficiados do que outros. Mas, o trabalho na condição de meeiro é uma forma de exploração do latifundiário através de mão-de-obra barata e sem compromissos trabalhistas. O meeiro que também tem uma situação de subsistência precária se encontra em melhor situação do que aqueles que trabalham por salário.

Pudemos observar e constatar nas entrevistas, nas conversas e nas reuniões, que os trabalhadores rurais no Conde também têm uma concepção de descrédito da política agrária e partidária da Nova República.

Um líder sindicalista e pequeno produtor de inhame, 38 anos, de Gurugi, com o curso primário incompleto, tem a seguinte opinião:

“(...) Quanto à reforma agrária nós temos dois pontos que orientam melhor a gente: um é a igreja e o outro é o sindicato, porque quanto ao problema da gente ver a reforma agrária instalada nas notícias da TV, não vale nada pra gente, porque as promessas e os pontos são todos pontos negativos. A gente vê só os homens conversando, debate e os pontos que eles informam na televisão não satisfaz o pequeno agricultor não, só para o médio e o grande agricultor, esses e que ficam satisfeitos com essa reforma agrária. Agora quanto à nossa batalha pelo sindicato e pela Igreja,

aí sempre se consegue uns pontos favoráveis. (...) Ele ficou - o Presidente José Sarney - de fazer lançamento da reforma agrária no dia 20 de agosto e ficou cozinhando, cozinhando, fazia um plano, condenava, mandava fazer outro, mandava botar para o Congresso, lá o Congresso jogava água em cima e por aí começou. A gente acompanhava tudo pela televisão, pelo jornal das 8."

Em seu depoimento, a líder comunitária, 23 anos, segundo grau completo, da comunidade de Gurugi, afirma que:

"(...) A gente ligava a televisão e dava sempre - no Jornal Nacional - "o presidente vai assinar a reforma agrária", e a gente não via nada daquilo acontecer."

No segundo semestre de 1985 o Jornal Nacional passou a veicular, com maior intensidade, notícias das campanhas eleitorais para prefeitos das capitais e as novas medidas que o governo de José Sarney iria pôr em prática. Nesse período, os meios de comunicação abriram espaço aos políticos, principalmente a televisão, nos telejornais e outros, por lei, nos programas de responsabilidade do Tribunal Eleitoral de cada Estado.

Um trabalhador rural, sem terra, 47 anos, analfabeto, do município do Conde, relata:

“(...) Antigamente um político desses prometia, “se eu for eleito eu vou fazer isso assim assim de melhora”. E a gente até hoje fica esperando e nunca vê nada. O que se vê é um quilo de carne de charque, há uns cinco meses atrás, aqui no Conde custava 6.500 cruzeiros e hoje é 15 mil. Agora como é que um po bre pode viver ganhando 12 mil cruzeiros por dia e comprar um quilo de carne por 15 mil? Então não se pode acreditar mais em certos políticos. Na televisão se vê os políticos prometendo e nunca chega nada.” Referindo-se ao Jornal Nacional e ao Guia Eleitoral, em 03-9-85)

A concepção de uma líder comunitária e agricultora de Gurugi, a respeito das notícias sobre a campanha eleitoral para prefeito das capitais nos telejornais e no guia eleitoral, é:

“(...) Agora nesse período de propaganda política, o povo daqui de Gurugi não se preocupa muito com a campanha de Joao Pessoa embora ela exerça grande influência sobre o Conde. A política ja fez tanta bagunça na cabeça do povo que o povo tem aquilo na mente, que política não é coisa séria. Então muitos jovens não se preocupam em assistir, têm até raiva.”

Um agricultor, 59 anos, analfabeto, de São José de Espinharas, afirma:

“(...)se nos comícios que a gente tá vendo de perto os candidatos, a gente fica até desconfiado do que tão dizendo, imagine vendo pela televisão, eles - os políticos - lá nos cafundó dos judas e a gente aqui nesse mundo. Eu vou lá perder tempo com isso! É melhor ficar conversando na rua ou ir para casa dormir.”

No seu depoimento, um agricultor e comerciante em São José de Espinharas, demonstra a necessidade que a população tem de outras fontes de informação para ficar conhecendo melhor as notícias nacionais:

“(...) Acho importante também jornais, por que só assim posso ler os saber melhor, com mais profundidade, as notícias do Jornal Nacional.”

Quando o Jornal Nacional noticiava sistematicamente o envolvimento do ex-ministro da Justiça Ibraim AbiAkel em contrabando de pedras preciosas, ouvimos o seguinte depoimento de um meeiro em São José de Espinharas:

“(...) A televisão dá muita notícia - referindo-se ao Jornal Nacional - se errou, eles dizem pra todo mundo saber.

Tem essa vantagem. (...) É muito bem empregado esses grandões envolvidos em escândalos, levarem uns apertinhos pra deixarem de bulir no que é alheio.”

Afirma uma estudante de pedagogia, 34 anos, que estuda em Patos, mas mora em São José de Espinharas:

“(...) Eu adoro o Jornal Nacional, prefiro perder todas as novelas do que o Jornal das 8, principalmente o NE-TV, que conta mais notícias da região. Através do jornal a gente fica mais esclarecida. O terremoto do México, a morte de Tancredo, a gente vê e ouve tudo. No rádio a gente só faz ouvir. Isso esclarece muito as pessoas, principalmente não tem muito contato com outras quem pessoas de outras cidades, pessoas diferentes. Quanto à credibilidade da notícia do rádio e da televisão é a mesma coisa, embora que na televisão a gente fixa mais por causa da imagem.”

Era evidente o desinteresse das pessoas das duas comunidades pelo programa eleitoral, provocando uma apatia pelas mobilizações políticas, um desânimo com relação às tão esperadas medidas de mudanças estruturais prometidas pelas lideranças políticas durante a campanha para eleição de Tancredo Neves e José Sarney.

Os programas eleitorais veiculavam as propostas dos candidatos a prefeitos das capitais. São José de Espinharas está a 325 quilômetros de João Pessoa. No Conde, apesar de fazer parte da área da Grande João Pessoa, os seus habitantes não demonstravam um interesse direto pela eleição do prefeito da capital.

BIBLIOGRAFIA E NOTAS DO CAPÍTULO VI

1. - Sobre essa questão Luis Augusto Milanesi comenta: que, “se o aparelho de televisão estiver era outro cômodo, não é anormal o transporte dos pratos para a sala. Isso, sem dúvida provocou uma drástica mudança de comportamento, pois as refeições sempre foram consideradas oportunidade de encontro familiar. A interferência da TV que, transmitindo uma novela, por exemplo, é prioritária, impedindo a concorrência da conversa familiar, empurrou para outros horários os momentos de convivência.”

MILANESI, Luis Augusto. O paraíso via Embratel, op. cit., p. 178.

2. - MELO, José Marques de. Telenovelas; catarse coletiva.ln: .. Comunicação social teoria e pesquisa. Petrópolis, Vozes, 1978. p. 249-254.
3. - Em pesquisa realizada na cidade de São Paulo, coordenada por José Marques de Melo, constatou-se que “o hábito de assistir novelas não é característica apenas das donas-de-casa. Também outras pessoas da família partilham esses momentos de lazer. E, o que é interessante, o público das telenovelas conta com uma parcela significativa de receptores masculinos.” Id., ibid. p.256.
4. - TAVARES, Farid José. A expansão internacional da TV Globo. Geraes. ABEPEC, (44): 9,out. 1985.

5. - NOVAES, Carlos. A escrava Isaura ganha o coração do povo cubano. Boletim INTERCOM (49/50): 20, 1984.
6. - TAVARES, Farid José. A expansão internacional da TV Globo... op. cit. p. 11.
7. - ENTREVISTA à Rádio Universitária FM da Fundação Virgínius da Gama e Melo. João Pessoa, 6 de dezembro de 1985. Programa informativo cultural.
8. - CAPARELLI, - Sérgio. Funções da televisão brasileira dependente. In: __Televisão e capitalismo no Brasil. Porto Alegre, L&PM, 1982. p. 59-167.
9. - ECO, Uaberto. Apocalípticos e integrados..., op. cit., p. 198-99.
10. UM DIA era Asa Branca. Veja. São Paulo, (891):132-3;2 out.1985.
11. SILVA, Carlos Eduardo Lins da. Muito além do Jardim Botânico..., op. cit., p. 120.
12. MANIA nacional. Isto É, São Paulo, (451): 32-8, 14 ago. 1985.
13. Id., ibid. p. 35.
14. SILVA, Carlos Eduardo Lins da. Muito além..., op. cit. p. 121.
15. O BRASIL de hoje e a imagem de "Roque Santeiro". Correio da Paraíba, João Pessoa, 17 jan. 1986.

16. OLIVEIRA, Valdir de Castro. Comunicação e desenvolvimento rural, o ofuscamento da realidade. Geraes, ABEPEC, (43): 27-31, 1985.
17. DOMINGUES, Paulo. Um mercado com 50 milhões de pessoas. In: O Campo também quer (e precisa consumir). São Paulo, Boletim Mercado Global, mar/abr. 1985.
18. Id., *ibid.* p. 21.
19. O QUE é o Globo Rural hoje? Globo Rural 4 anos de igual para igual. São Paulo, 1986. n.p.
20. RELATÓRIO de pesquisa: telefonia rural..., *op. cit.*
21. WANDERLEY, Maria Angela Sitônio. Terra do amanhecer..., *op. cit.*, p. 69.
22. PROGRAMA de incentivo ao jornalismo científico. Boletim INTERCOM, São Paulo, (44): 29, jul/ago. 1983.
23. NETO, Antonio Fausto. Incomunicação rural; dependência e fatalismo. In: __ MELO, José Marques de. Comunicação/incomunicação no Brasil. São Paulo, Loyola, 1976. p. 85- 103.
24. VÍDEO agrário; Globo Rural ganha versão em fita cassete. Veja, São Paulo, (937): 133, ago. 1986.
25. CAPARELLI, Sérgio. Televisão e capitalismo no Brasil..., *op. cit.*, p. 121.

7. CONCLUSÃO

Neste estudo procuramos argumentar que a recepção da televisão em determinados grupos sociais, no caso os pequenos produtores rurais do Conde e São José de Espinharas, não se realiza de modo passivo e acrítico.

Mesmo em grupos sociais cujo processo de evolução da consciência de classe ainda se encontre em organização, como nos dois grupos observados, é possível a existência de um nível do senso crítico relacionado à audiência da televisão.

As classes populares têm os seus mecanismos próprios de avaliação e que devem ser melhor compreendidos pelos pesquisadores da comunicação. São critérios de avaliação do saber popular que atendem aos interesses coletivos da comunidade.

Ficou bem claro, conforme as nossas observações, que são diferentes as interpretações de conteúdo programação da televisiva nos mesmos grupos sociais.

As divergências, as contradições e os conflitos estão presentes nas relações de produção cultural das classes populares. Os conjuntos de símbolos são transmitidos,

na sua maioria, através da oralidade, com a intermediação de um significativo número de pessoas variando de acordo com o maior ou menor grau de participação dos agentes comunicadores no seu grupo social.

Esses fatores fazem com que as mensagens sejam decodificadas diferenciadamente conforme as regras sociais do seu grupo.

É evidente que a televisão influencia na formação sócio-econômico e cultural desses determinados grupos, mesmo porque não poderia ser o contrário de outros grupos _sociais que estão ao alcance das suas mensagens.

Mas, por outro lado, a televisão não é um meio de comunicação compacto, homogêneo. Na elaboração dos conteúdos televisivos existem as lutas entre os grupos proprietários, divergências a nível de diretores e funcionários, contradições e conflitos de interesses, que são inerentes ao sistema capitalista.

Deste modo, achamos que a recepção da mensagem da TV não deve ser estudada monoliticamente, como se fosse percebida uniformemente nos vários níveis de audiência. Sempre haverá interpretações diferentes às mensagens da sua programação, quer seja nas novelas, nos jornais, nos programas de variedades etc.

Evidentemente não se podem generalizar, porque e uma minoria que alcança esta condição e, conseqüentemente, com uma consciência maior da imposição dos valores da sociedade urbana sobre a rural e criando suas formas de resistência.

No entanto, não significa dizer que as pessoas das duas comunidades, na sua maioria de baixo nível de escolaridade, sócio-econômico e de acesso a outros meios de informação, não tenham senso crítico com relação à programação televisiva.

Encontramos na comunidade rural de Gurugi, no município do Conde, um grupo de pessoas que se reúnem semanalmente com a finalidade de discutir os seus problemas. Esse grupo formado na sua maioria de jovens com diferentes posições ideológicas, que participara das atividades sindicais e partidárias, tem na Igreja Católica o seu mais forte apoio. A convivência com esse grupo deu-nos várias oportunidades de observarmos as mudanças de opinião em alguns dos seus membros, no entanto, não tem sido a televisão a causa maior. Os interesses locais são muitos e o processo de organização da comunidade gera constantemente novos fatos.

Na comunidade de São José de Espinharas não há os conflitos de terras, os sindicatos rurais, na sua maioria, desenvolvem políticas assistenciais, a Igreja não tem uma atuação voltada para os problemas sociais. Só recentemente se iniciaram algumas ações isoladas nesse sentido. Não encontramos nenhum grupo organizado com o objetivo de discutir periodicamente a atual situação social, mas nem por isso as insatisfações e os desejos de mudança deixaram de estar na boca do seu povo.

Ficou demonstrado que o nível de consciência de classe no Conde é bem maior que em São José de Espinharas, evidentemente, maior é o nível do senso crítico aos conteúdos ideológicos indústria cultural.

Quanto a esse aspecto podemos constatar que a comunidade do Conde, especialmente os produtores rurais de Gurugi, estão num processo mais avançado de organização de classe. As suas lideranças participam ativamente das ações, sindicais das manifestações públicas em protesto contra a atual situação agrária, das atividades partidárias, em maior número no PT e no PMDB.

Por outro lado, é inegável o papel da Igreja Católica, da Pastoral da Terra e da Universidade na mobilização e organização da comunidade rural do Conde, tendo como elemento fundamental a valorização dos seus bens culturais.

Com estas considerações finais deixamos bem claro que não foi nossa intenção organizar grupos para se especializarem em recepção e análise do conteúdo da programação da televisão. Mas, ficou comprovado que a pesquisa participante é a melhor maneira de intervenção, através da comunicação com prometida com as transformações sociais do meio rural, desde que os trabalhos sejam intensificados em grupos que tenham relevância nos sistemas de organização da comunidade.

É importante ressaltar que o trabalho da pesquisa participante permitiu transferir alguns dos nossos conhecimentos, como também de aprender através dos sistemas informais de comunicação, que a sabedoria popular se utiliza para transmitir os seus ensinamentos.

Estamos quase certos de que deixamos em São José de Espinharas e no Conde, em algumas pessoas, algo de novo no sentido de assistirem e analisarem a produção da programação televisiva. Estamos convencidos, depois da realização deste trabalho, que os estudos da recep-

ção dos meios de comunicação no cotidiano das classes subalternas só poderão obter resultados mais satisfatórios a partir da leitura mais ampla do seu modo de vida.

A conjunção dos métodos da pesquisa empírica convencional com os da pesquisa-ação nos dão melhores condições não só de investigar, como também de participar, das transformações sociais de grupos rurais.

Com este trabalho não pretendemos chegar a conclusões generalizadas, nem tão pouco afirmarmos que a conjunção dos dois métodos utilizados na pesquisa seja a forma ideal para o estudo da recepção da televisão em determinados grupos sociais.

No entanto, alcançamos as nossas expectativas já que, no decorrer do trabalho ficou demonstrada a presença da manipulação, alienação, incentivo ao consumo dos valores da indústria cultural e de outros interesses das classes dominantes veiculados pela televisão.

Também ficou evidenciado que as comunidades de São José de Espinharas e do Conde se utilizam de várias maneiras para resistirem e criticarem, ao nível do seu quadro referencial, o conteúdo da TV.

São vários os interesses das classes dominantes veiculados pela televisão, como também são vários os interesses das classes populares veiculados pelos seus próprios meios de comunicação. Esses interesses são antagônicos e quase sempre estarão em campos opostos. No entanto, em determinados momentos sócio-econômico, político e cultural, ocorrem negociações das partes.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, Theodor. A indústria cultural. In: CONH, Gabriel. Comunicação e a indústria cultural. São Paulo Nacicional, 1975.
- A indústria cultural; o iluninismo como mistificação de massa. In: Lima, Luiz Costa. Teoria da Cultura de massa. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982.p.159-204.
- A televisão e os padrões da cultura de massa. In: ROSEMBER,. Bernard. Cultura de massa. São Paulo, cultura, 1973.
- AGUIAR, Neuma. Observação participante e survey, uma experiência de conjugação. In: NUNES, Edson de Oliveira. Aventura sociológica. Rio de Janeiro, Zahar, 1977.p.125- 6.
- ALENCAR, Aglaé d'Ávila Fontes de. Brinquedos e brincadeiras do folclore sergipano. Aracaju, UFS, 1981.

- ALTHUSSER, Louis. Aparelhos ideológicos de estado. In: Posições. Rio de Janeiro, Graal, 1980. p. 47-101.
- AMARAL, Roberto. O papel do rádio e da TV na formação da cultura brasileira ou macrocefalia à atomização. revista da ABEPEC. Porto Alegre, (4):34-47, jun. 1978.
- AMORIM, José Salomão David. A indústria cultural no capitalismo monopolista dependente; a experiência brasileira. Cadernos de Comunicação da ABEPEC. João Pessoa, (1): 18-27, 1980.
- ANTRADE, Marcos Ordonez. Los medios de comunicacion coletiva y su influencia en el desarrollo cultural. In: La comunicacion coletiva y el desarrollo cultural. Quito, CIESPAL, 1972.
- AVILA, Carlos Rodolfo Anêndola. A televisão; a participação estrangeira na televisão no Brasil. São Paulo, Cortez, 1982.
- BELTRAN, Luiz Ramiro. Adeus a Aristoteles; comunicação horizontal. Comunicação e sociedade. São Paulo, 3 (6):5-35, set. 1981.
- BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação; a comunicação dos marginalizados. São Paulo, Cortez, 1978. 278p.

Comunicação e folclore. São Paulo, Melhoramentos, 1971. 151p.

BENJMIN, Roberto Emerson câmara. Folkcomunicação; os
veiculos de manifestação da cultura popular.
In: MELO, José Marques de. Comunicação/inco-
municação no Brasil. São Paulo, Loyola, 1976.
p.75-82.

Literatura de cordel; produção e edição no
nordeste brasileiro. In: MELO, José Marques de.
Comunicação e classes subalternas. São Paulo,
Cortez. 1980. p. 105-119.

BERLO, David K. O processo da comunicação. Rio de Ja-
neiro, Cultura, 1960. 266p.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. Além dos meios e mensagens;
introdução à comunicação como processo tec-
nológico, sis tema e ciência. Petrópolis, Vozes,
1983. 110p.

-----Novas perspectivas na capacitação em comunica-
ção para o desenvolvimento rural. Publicação
Miscelânea. IICA, Rio de Janeiro, (115):1-40, set.
1974.

BOSI, Ecléa. Cultura de massa e cultura popular; leitu-
ras de operárias. Petrópolis, Vozes, 1977. 178p.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. Casa de escola; cultura
camponesa e educação rural. Campinas, Papirus,
1983. 248p.

-----Os deuses do povo; um estudo sobre a religião po-
pular. São Paulo, Brasiliense, 1980. 306p.

-----, org. A pesquisa participante. São Paulo, Brasiliense, 1985. 252p.

CAMARGO, Luiz Otávio de Lima. Novas tecnologias de comunicação; democracia cultural ou ideologia da modernização. In: FADUL, Anamaria. Novas tecnologias de comunicação. São Paulo, Summus, 1986. p. 67-72.

CANDIDO; Antonio. Os parceiros do Rio Bonito. São Paulo, Duas Cidades, 1967. 254p.

CAPARELLI, Sérgio. Comunicação de massa sem massa. São Paulo, Cortez, 1978. 125p.

Televisão e capitalismo no Brasil. Porto Alegre, L&PM, 1982. 196p.

COHN, Gabriel, org. Comunicação e indústria cultural. São Paulo, Nacional, 1971.

DAMATA, Roberto. A casa e a rua; espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil. São Paulo, brasiliense, 1985. 140p.

DEMO, Pedro. Introdução à metodologia da ciência. São Paulo, Atlas, 1983. 118p.

DIAS, Gentil Martins. Depois do latifúndio; continuidade e mudança na sociedade rural nordestina. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1978. 248p.

DUARTE, Maria Lúcia Batezat. Imaginário; telenovela e
“merchandise”. Comunicação e Artes. São Paulo,
11 (14): 9-18, 1985.

DURHAM, Eunice Ribeiro. Comunicação cultural nos pe-
quenos grupos. In: NEOTTI, Clarêncio. Comuni-
cação e consciência crítica. São Paulo, Loyola,
1979. p. 25-34.

ECO, Umberto. Apocalípticos e integrados. São paulo,
Perspectiva, 1979. 386p.

ERAUSQUIN, M. Alfonso. Os teledependentes. São Paulo,
Summus, 1983. 150p.

FADUL, Anamaria. Decadência da cultura regional; a in-
fluência do rádio e da TV. In: MELO, José Mar-
ques de. Comunicação/incomunicação no Brasil.
São Paulo, Loyola, 1979. p. 49-54.

, org. Novas tecnologias de comunicação; impac-
tos políticos, culturais e sócio-econômicos.
São Paulo, Summus, 1986. 182p.

FERNANDES, Florestan. Mudanças sociais no Brasil; as-
pectos do desenvolviraento da sociedade bra-
sileira. São Pau lo, Difusão Europeia do Livro,
1974.

____O folclore em questão. São Paulo, Hucitec, 1978.
227p.

FINKELSTEIN, Sidney. _Mcluhan; a filosofia da insen-
satez. Rio de Janeiro, 1969. 135 p.

FREIRE, Paulo. Extensão ou comunicação.

-----Educação e mudança. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982, 72p.

-----Educação como prática da liberdade. Rio de Janeiro Paz e Terra, 1978, 150p.

FURTADO, Celso. Cultura e desenvolvimento em época de crise. Rio de Janeiro, 1984. 128p.

-----O Brasil pós-milagre. Rio de Janeiro, 1981. 152p.

GODOTTI, Moacir. A televisão como educador permanente das classes trabalhadoras. Cadernos INTERCOM. São Paulo 1(2):65-72, mar. 1982.

46- GRAMSCI, Antonio. Literatura e vida Nacional. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1978. 273p.

HERRERA, Felipe. O contexto latino-americano e o desafio cultural. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 1983. 119p.

IANNI, Otavio. Imperialismo e cultura. Petrópolis, Vozes, 1976. 149p.

JUNIOR, Francisco Pereira. A feira de Campina Grande. João Pessoa, UFPb, 1977. 48p.

KERLINGER, Fred Nichols. Metodologia da pesquisa em ciências; um tratamento conceitual. São Paulo, EDUSP, 1979. 378p.;

KLAPPER, Joseph. Os efeitos sociais da comunicação coletiva. In: ___Panoraoa da comounicação coletiva. Rio de Janeiro, Fundo de cultura, 1964. p. 63-72.

LAZARSFELD, Paul & Robert K. Merton. Comunicação de massa, gosto popular e a ação social organizada. In: LIM.A, Luis Costa. Teoria da cultura de massa. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982. p. 105-127.

LENER, Daniel. Para uma teoria da comunicação no processo de modernização; algumas considerações. In: LUCIEN, Pye. Comunicação e desenvolvimento político. Rio de Janeiro, Zahar, 1967. p. 186-213.

LIRA, Luis Costa, org. Teoria da cultura de massa. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982. 340p.

MACBRIDE, Sean. Dimensões contemporâneas. In: Um mundo e muitas vozes; comunicação e informação na nossa época. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 1983. p. 21-54.

MCANANY, Emile G. A lógica da indústria cultural na América Latina; a indústria da televisão no Brasil. Comunicação e sociedade. São Paulo, (9): 35-60, jun. 1983.

MELO, José Marques de. Comunicação e libertação. Petrópolis, Vozes, 1981. 80p.

- Telenovelas; catarse coletiva. In: Comunicação social teoria e pesquisa. Petrópolis, Vozes, 1978. p. 249-254.
- , org. Comunicação e classes subalternas. São Paulo, Cortez, 1980. 230p.
- Subdesenvolvimento, urbanização e comunicação. Petrópolis, Vozes, 1976. 89p.
- A televisão como instrumento do neocolonialismo; evidência do caso brasileiro. Comunicação e sociedade. São Paulo, (1): 167-182, 1979.
- MICELI, Sérgio. A noite da madrinha. São Paulo, Perspectiva, 1972. 293p.
- MILANESI, Luis Augusto. O paraíso via Embratel. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978. 224p.
- MIRANDA, Orlando. Tio Patinhas e os mitos da comunicação. São Paulo, Sunmus, 1976. 185p.
- MORÁN, José Manuel. Contradições e perspectivas da televisão brasileira. Cadernos INTERCOM. São Paulo, 1 (2):5- 28, mar. 1982.
- NEOTTI, Clarêncio. Comunicação e consciência crítica. São Paulo, Loyola, 1979. 230p.
- NETO, Antonio Fausto. Incomunição rural; dependência e fatalismo. In: MELO, José Marques de. Comunicação/incomunição no Brasil. São paulo, Loyola, 1976. p.85-103.

NOVAES, Carlos. A escrava Isaura ganha o coração do povo cubano. Boletim INTERCOM. São Paulo, (49/50): 20-22, 1984.

ORTIZ, Renato. Cultura brasileira e identidade nacional. São Paulo, Brasiliense, 1985. 148p.

PASQUALI, Antonio. Sociologia e comunicação. Petrópolis, 1973. 163p.

_____. Comprender la comunicacion. Caracas, Monte Avila, 1978. 289p.

PIGNATARI, Décio. Signagem da televisão. São Paulo, Brasiliense, 1984. 191p.

PYE, Lucian W. Comunicações e desenvolvimento político. Rio de Janeiro, Zahar, 1976. 216p.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira. O campesinato brasileiro. Petrópolis, Vozes, 1976. 242p.

_____. Cultura, sociedade rural, sociedade urbana no Brasil. Rio de Janeiro, Livros Técnicos e Científicos, 1978. 314p.

RABACA, Carlos Alberto. Dicionário de comunicação. Rio de Janeiro, Codecri, 1978. 512p.

REVISTA ABEPEC. Pesquisa sobre televisão brasileira. Porto Alegre, (4): jun. 1978.

RIBEIRO, Darcy. Cultura e alienação. In: Os brasileiros. 1. Teoria do Brasil. Petrópolis, Vozes, 1983. p. 127-132.

SANTOS, Maria Salett Tauk. A ideologia do comunicador de rádio rural. Recife, UFRPe, 1982. (Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Administração Rural, da Universidade Federal Rural de Pernambuco).

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. Muito além do Jardim Botânico. São Paulo, Summus, 1985. 161p.

SILVA, José Graziano. O que é questão agrária. São Paulo, Brasiliense, 1981. 109p.

SILVA, Luiz Custódio da. A influência do Rádio na dinâmica cultural das cantorias no Estado da Paraíba. Recife, UFRPe, 1983. (Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Administração Rural da Universidade Federal Rural de Pernambuco).

SODRÉ, Muniz. A máquina de Narciso; televisão, indivíduo e poder no Brasil. Rio de Janeiro, Achiamé, 1984. 146p.

---- O monopólio da fala; função e linguagem da televisão no Brasil. Petrópolis, Vozes, 1984. 155p.

---- A comunicação do grotesco. Petrópolis, Vozes, 1973. 83p.

SODRÉ, Nelson Werneck. Síntese da história da cultura brasileira. São Paulo, Difusão Editorial, 1982. 135p.

SWINGWOOD, Alan. O mito da cultura de massa. Rio de Janeiro, Interciência, 1978. 124p.

TAVARES, Farid José. A expansão internacional da TV Globo. Geraes ABEPEC. Belo Horizonte, (44): 9-13, out. 1985.

THIOLLENT, Michel. Metodologia da pesquisação. São Paulo, Cortez, 1985. 108p.

-----Crítica metodológica, investigação social e enquete operária. São Paulo, Polis, 1980. 270p.

-----Televisão, trabalho e vida cotidiana. Cadernos INTERCOM, (2): 44-55, 1982.

-----Pesquisa-ação no campo da comunicação socio-política. Comunicação e sociedade. 1(4): 63-79, out. 1980.

WANDERLEY, Maria Ângela Sitônio. Terra do amanhecer, terra do anoitecer. Recife, UFPe, 1985. (Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco).

9. DOCUMENTAÇÃO FOTOGRÁFICA

“O bom trabalho do fotógrafo resultará, muitas vezes, na tomada de fotografias que permitam ver particularidades dos acontecimentos com maior precisão e clareza do que através do relato escrito pelo repórter.”

Gomes de Oliveira

A TV GLOBO EM DUAS COMUNIDADES RURAIS DA PARAÍBA: um estudo sobre
a audiência da televisão em determinados grupos sociais



Fig. 1 - Televiso instalado em praça pública



Fig. 2 - Troca de objetos na feira semanal de Patos



Fig. 3 - Feira do Troca

A TV GLOBO EM DUAS COMUNIDADES RURAIS DA PARAÍBA: um estudo sobre
a audiência da televisão em determinados grupos sociais



Fig. 4 - Feira do Troca



Fig. 5 - Pessoas assistem TV na praça



Fig. 6 - Procissão de São Sebastião a comunidade rural de Gurugi no município do Conde



Fig. 7 - Procissão de Santo padroeiro de Gurigi

A TV GLOBO EM DUAS COMUNIDADES RURAIS DA PARAÍBA: um estudo sobre
a audiência da televisão em determinados grupos sociais



Fig. 8 - Fogueteiros na festa de S. Sebastião



Fig. 9 - Capela de S. Sebastião



Fig. 10 - Apresentação da Lapinha em Gurugi durante os festejos natalinos e de S. Sebastião



Figuras 11 e 12 - Apresentação da Lapinha



Fig. 13 - Crianças brincam nos intervalos
imitando os personagens da TV

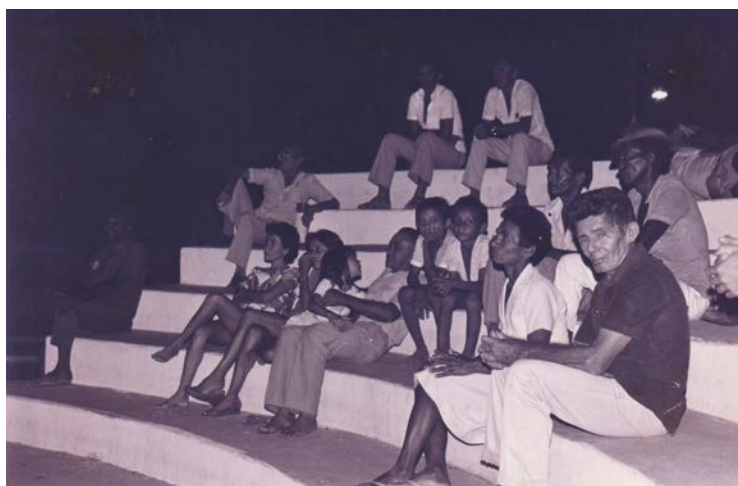


Fig. 14 - Detalhe do público na arquibancada
em São José de Espinharas



Fig. 15 - Tipo de casa na cidade do Conde



Fig. 16 - Tipo de casa na área rural do Conde

A TV GLOBO EM DUAS COMUNIDADES RURAIS DA PARAÍBA: um estudo sobre
a audiência da televisão em determinados grupos sociais



Fig. 17 - Tipo de casa na área rural do Conde



Figuras 18 e 19 - Colheira do inhame
na zona rural do Conde



Fig. 20- Colheira do inhame
na zona rural do Conde



Fig. 21 - Mulheres na limpa e seleção do inhame

A TV GLOBO EM DUAS COMUNIDADES RURAIS DA PARAÍBA: um estudo sobre
a audiência da televisão em determinados grupos sociais



Fig. 22 - Pavilhão de festas da comunidade de Gurugi



Fig. 23 -Conjunto Regional



Fig. 24 - Forró no pavilhão da festa de S. Sebastião



Fig. 25 - Festa de São Sebastião



Fig. 26 - Festa de São Sebastião



Fig. 27 - Animador popular na festa de São Sebastião



Fig. 28 - Novela Roque Santeiro



Fig. 29 - Audiência da novela Roque Santeiro
na Praça de São José de Espinharas

A TV GLOBO EM DUAS COMUNIDADES RURAIS DA PARAÍBA: um estudo sobre
a audiência da televisão em determinados grupos sociais

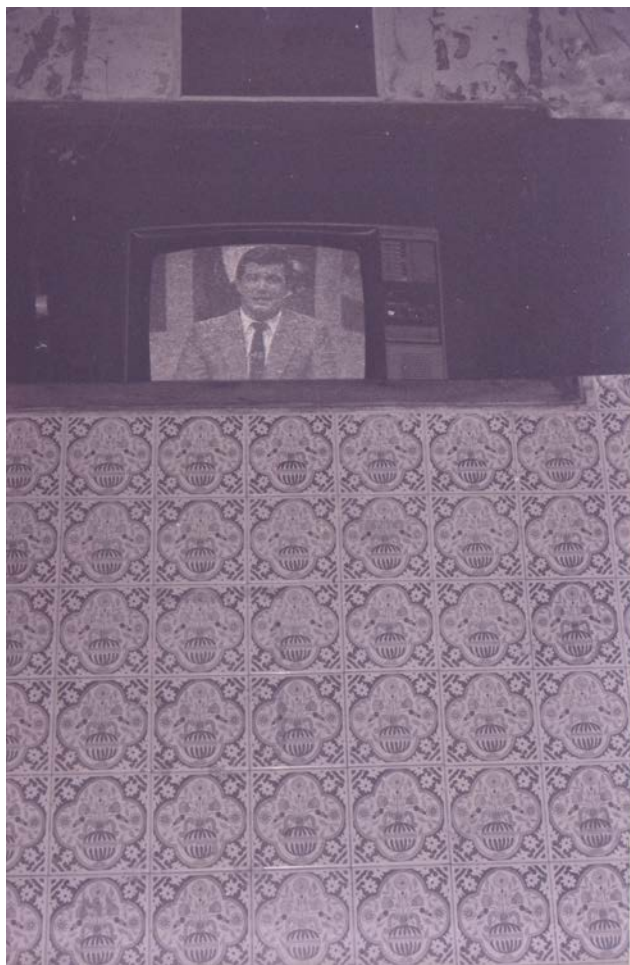


Fig. 30 - Jornal Nacional na TV da Praça de São José

Projeto Gráfico, capa e diagramação | Arão de Azevêdo

Fotos da capa: Osvaldo Meira Trigueiro

Tipologia utilizada special elite 11/14pt

finalizado no friozinho da
Serra da Borborema em setembro de 2025

A pesquisa de Osvaldo Meira Trigueiro, fruto de sua dissertação de mestrado defendida em 1987, tem a marca do pioneirismo em várias dimensões, por isso a importância de ser publicada passados tantos anos. Ela foi desenvolvida em uma década em que havia poucos Programas de Pós - Graduação em Comunicação no país, quase todos localizados no eixo Rio - São Paulo, e o impulso para esse tipo de pesquisa apenas começava a tomar corpo.

Nilda Jacks/PPGCOM-UFRGS

ISBN 978-65-5221-158-3

