



**“Acompanho a cidade pelo rádio”:  
mídiação de aspectos da identidade de pertencimento<sup>1</sup>**

*Claudiene dos Santos Costa<sup>2</sup>*

**RESUMO:** Analisamos a transmissão pela Internet do programa de rádio “Sábado de todas as maneiras”. Vemos como a escuta por quem mora fora de Sobral (CE) mantém uma identidade de pertencimento àquele território. Consideramos a mídiação (BRAGA, 2012; FIGUEIRAS, 2017; BARROS, 2012) de aspectos das identidades (HALL, 2006), pois os ouvintes mantêm-se em contato com o repertório daquela região por vontade de manter laços de origem, como mostra etnografia virtual (HINE, 2000) de mensagens no Facebook.

## **INTRODUÇÃO**

Há 24 anos o programa de rádio “Sábado de todas as maneiras” é veiculado em Sobral, Ceará, atualmente pela Tupinambá FM 100,1. Seu conteúdo é baseado nos lugares, hábitos e moradores daquela cidade, mesclados com ficção pelo humorista Tupinambá Marques. Há cerca de seis anos passou a ser transmitido também pelo Facebook, o que permite que ouvintes de fora de Sobral acompanhem o programa, fato que só se justificaria se os mesmos tivessem ligação com a cidade, visto que é necessário compartilhar do repertório do humorista para compreender o conteúdo e assim gerar o riso.

A página pessoal do radialista no Facebook, por onde o programa é veiculado, possui cinco mil amigos (o máximo da capacidade daquela rede social), e cada edição do programa chega a ter cerca de 15 compartilhamentos e mais de 400 comentários, além de edições disponibilizadas no YouTube de seu produtor musical (mais de 11 mil inscritos), e piadas em postagens no Instagram (3,1 mil seguidores).

Sobral se localiza a 230 km da capital daquele estado, Fortaleza. Possui 247 anos de emancipação e mais de 210 mil habitantes (IBGE, 2020). É considerada a cidade mais desenvolvida da zona norte do Ceará, com seus cartões-postais de igrejas e casas tombadas

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT4 Mídia, representação e discursos narrativos, no VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Cotidiano.

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação/ Universidade Federal do Ceará. E-mail: [claudienecosta@gmail.com](mailto:claudienecosta@gmail.com)





pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), e redes de ensino, saúde e assistência que servem como polo para aquela microrregião de mais de 50 municípios, e a fazem conhecida como “Princesa do Norte”.

Analisamos como os meios de comunicação dão visibilidade a uma identidade baseada no pertencimento. Entre as hipóteses, por termos foco em ouvintes que residem fora da cidade e por isso tem como meio de escuta a Internet e não a versão tradicional radiofônica, esperamos registrar um deslocamento geográfico, maior que o meio rádio tradicional, entre o que é transmitido por Tupinambá Marques e o que é vivido pelos espectadores, que visualizamos como sobralenses, ou pelo menos cearenses e/ou brasileiros, que moram em outros espaços mas encontram naquele produto um comum aglutinador, um sentimento de pertença.

## REFERENCIAL TEÓRICO

Temos entre os conceitos abordados a identidade dos ouvintes em uma sociedade midiaticizada, abrangendo autores dos Estudos Culturais, e também sobre midiaticização. Em uma cultura mundializada, desterritorializada, as pessoas se ‘territorializam’ em ambientes onde tudo muda. Com um alargamento do campo das identidades e uma proliferação de novas posições-de-identidade, além de um aumento de polarização entre elas, esses processos constituem outras consequências possíveis da globalização: a possibilidade do fortalecimento de identidades locais ou a produção de novas identidades (HALL, 2006).

A sociedade contemporânea, rege-se pela midiaticização, uma tendência à ‘virtualização’ ou telerealização das relações humanas (BARROS, 2012, p. 86). A midiaticização é o deslocamento dos media para o centro do processo social, e ainda o “processo pelo qual a sociedade se submete e se torna dependente dos media e da sua lógica” (HJARVARD, 2012, p. 64), seja nos sites de redes sociais ou outros meios ditos de massa, “tomados como referência para interações ou como base para processos interacionais derivados” (BRAGA, 2012, p. 49). O meio em questão é o rádio hipermediático (LOPEZ, 2010), com os ouvintes dispendo do rádio em novos formatos, contexto, estratégias, suportes e plataformas, numa narrativa multimídia pela Internet.





---

## MIDIATIZAÇÃO DA SOCIEDADE

Abordamos a midiática como a mudança de uma ação reativa para uma forma ativa de lidar com a lógica dos meios de comunicação. Reconhece-se aí as práticas cotidianas e as relações sociais nas sociedades contemporâneas cada vez mais moldadas pelos media, levando outras instituições e atores a utilizar estes meios como uma arena para as suas atividades.

Assim, a midiática se centra no processo de mudança social, a partir de transformações induzidas e conduzidas pelos media, e também analisa a capacidade crescente que os media tem de influenciar as outras instituições sociais. Tem por base a premissa de que os media formam um sistema de *per se*, que é independente dos outros sistemas sociais, sem deixar de ser interdependente deles (FIGUEIRAS, 2017, p. 14). A título de comparação, na “sociedade dos meios”, como denomina Fausto Neto (2008, p. 93), as mídias “teriam uma autonomia relativa, face à existência dos demais campos”, enquanto que na sociedade de midiática, a cultura midiática se torna a referência sobre a qual a estrutura sócio-técnica-discursiva se estabelece, gerando zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da sociedade.

Na ordem comunicacional da midiática, as mídias não são mais uma ‘variável dependente’, mas um processo, que engloba todas as instâncias sociais e constitui-se como nova forma de sociabilidade, perceptível inclusive em comunidades de ouvintes do rádio, em programas de entretenimento com temática específica, como é o caso do “Sábado de todas as maneiras” e seus relatos sobre a cidade de Sobral.

## ESTUDOS CULTURAIS E IDENTIDADES

Observamos a escuta do referido programa de rádio pelo Facebook como um exercício dos ouvintes de ativamente utilizar a Internet para expressar aspectos de suas identidades no que se relaciona às histórias mostradas naquele humorístico, no que propomos chamar de midiática do pertencimento.

A territorialidade é um dos diversos componentes das identidades. Vem dos estudos culturais britânicos, especialmente do autor Stuart Hall, preceitos de identidade como a sua formação paulatina, por meio de processos inconscientes, e não de algo inato; seu caráter de





incompletude, relacional, de estar em constante processo, ou seja, relacionado ao caráter da mudança; e da noção do conceito de identificação. A abordagem discursiva, por exemplo, vê a identificação como uma construção, como um processo nunca completado.

O deslocamento ou fragmentação das identidades modernas é atribuído, sobretudo, ao caráter de mudança constante, rápida e permanente da globalização nas sociedades contemporâneas. Diferente dos modos de vida dos tipos tradicionais de ordem social, as sociedades modernas são permeadas por descontinuidades, divisões e antagonismos sociais que produzem uma variedade de diferentes "posições de sujeito" para os indivíduos.

Junto à maior velocidade e espectro de possibilidades de vida no mundo contemporâneo globalizado, Hall destaca como características positivas novas articulações, com a desarticulação de identidades estáveis do passado. Novas identidades e novos sujeitos são recompostos em torno de pontos nodais particulares de articulação. Num deslocamento, junções, cruzamentos, bifurcações e convergências são momentos de passagem de uma estrutura para outra.

Outrossim, vivemos atualmente numa cultura da convergência (JENKINS, 2009), o que inclui as possibilidades de interações online, e revela a potência sociocultural das experiências ancoradas nos espaços de lugar, do testemunho de acontecimentos, trocas para reforço comunitário, gestão dos fluidos tempo e espaço, assim como novas formas artísticas, vão crescer nos próximos anos. “Trata-se de práticas que enfatizam o espaço de lugar, que servem como reforço comunitário, onde imagens, vídeos e sistemas de localização tornam-se formas de comunicação, de contato com o outro, de conversação” (LEMOS, 2009, p. 13-14).

Nesta articulação pertencimento-comunidade, ampliam-se as reflexões para comunidade imaginada, comunidade virtual, comunidade de apropriação, comunidade interpretativa, comunidades hermenêuticas, além das redes contemporâneas de relacionamento mediadas por novas tecnologias. Os fluxos informacionais e físicos deixam mais frágeis referências coletivas e utopias, levando à busca de novas formas de enraizamento e desenraizamento, e oscilação de compromissos, normas e valores. “Assim, a dimensão simbólica compartilhada em práticas que geram identificação, se é um traço constitutivo da comunidade, hoje não se vincula necessariamente a territórios físicos delimitados” (SOUSA, M. W., 2010, p. 38). Não pressupõe lugares nem o contato face a face, mas resguarda-se na materialidade visível de





interesses sendo compartilhados e que envolvem participação, assegurando-se como linguagem de pertencimento (PAIVA, 1998, p. 68).

Neste cenário, consideramos também a realidade comunicacional convergente possibilitada pelo rádio hipermediático (LOPEZ, 2010). Inserido no contexto da convergência de mídias (ZUCULOTO & KISCHINHEVSKY, 2016), a construção narrativa do rádio pela Internet apresenta-se como multimídia, mas se configura como rádio por estar sempre fundamentada em uma base sonora. Esta comunicação sonora pretende garantir a eficácia comunicacional e é complementada pelo conteúdo multimídia de transmissão multiplataforma, como o programa de rádio pela página pessoal de Tupinambá Marques no Facebook, o que permite, por sua vez, o registro e disponibilização das edições, como postagem de vídeo e áudio e mensagens de texto dos ouvintes, podendo ser resgatada posteriormente para fins de arquivo e visitação.

Com a identificação e o conhecimento dos “receptores”, que não apenas sofrem outros condicionamentos mas atuam no mundo como sujeitos de diferentes experiências, os ouvintes são reconhecidos como sujeitos sociais. O conhecimento do universo cultural ganha um peso predominante, e os indivíduos são vistos fazendo sua história.

## **METODOLOGIA E ANÁLISE**

Os ouvintes relacionados nesta pesquisa são considerados na ótica dos Estudos de Recepção, que enfatizam a abordagem crítica da relação entre pessoas e meios de comunicação. A recepção vai além da codificação ou decodificação de mensagens ou textos, mas compreende a observação de processos de mediações e interações (MARTÍN-BARBERO, 2008) que envolvem o receptor e contextualiza a dinâmica cultural que o circunda na aproximação com os meios (JACKS, 2008). Entra em evidência o contexto social do receptor, sua identidade cultural e vida em comunidade, onde se dão práticas cotidianas (BARROS, 2012, p. 87). Emissor e receptor são reconhecidos como interlocutores e como seres sociais.

Utilizamos a coleta de dados em ambiente de Internet a partir da Etnografia virtual (HINE, 2000), com o objetivo de análise crítica e interpretação das culturas produzidas pelos agentes na Internet, onde se reconfiguram identidades, sociabilidades e novas formas de





reterritorialização da vida em interatividade. Durante a transmissão do programa de rádio pelo Facebook, captamos mensagens de texto deixadas pelos ouvintes, no decorrer do ano de 2020.

Como aporte metodológico complementar, será utilizada a Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011) para elencar ouvintes em categorias.

**Quadro 1:** Mensagens de ouvintes na página de Tupinambá Marques no Facebook, e suas respectivas moradias

Mensagens de ouvintes de outras cidades do estado do Ceará	Estou morando em Fortaleza... mas continuo lhe ouvindo. (Fortaleza/CE)
	Boa tarde, Tupinambá. Sou o Rafinha Silva, aqui de Marco. Tô ligado no seu programa. Mande um alô pra mim (Marco/CE)
	Oi. Estou te assistindo de Camocim. (Camocim/CE)
	Boa tarde, amigo. Na escuta aqui do seu programa. Sou seu fã desde o ano de 1998. Desde que me entendo nesse mundo eu era louco pra conhecer você e a Fabíola. Sou aqui de Mucambo/ Marco. É um enorme prazer ver você pela primeira vez. (Mucambo/CE)
	Tô no Ipu, Babá. Pede pra Fabíola jogar o (...) no Rio Acaraú. (Ipu/CE)
Mensagens de ouvintes de outros estados do Brasil	Sábado ?!... Só se for de todas as maneiras... Ponte aérea SP – Sobral... Ligações na sintonia do bom humor... (...) (São Paulo)
	Babá, estamos aqui direto da Praia de Ipanema/Posto 9 ouvindo você. (Rio de Janeiro)
	Hoje estou lhe acompanhando da cidade de Conceição do Mato Dentro. Um cheiro pra você, Fabíola. (Minas Gerais)
	Acompanhando pela net em Araguaína/ TO (Tocantins)
	Babá, tô aqui em Lagoinhas, Santa Catarina, e tô ligado no programa. Abraço. (Santa Catarina)
Mensagens de ouvintes de outros países	Com você, Babá, em Coimbra – PT. Um forte abraço. (Portugal)
	Babá, mande um abraço para minha grande amiga (...). Sinto muitas saudades dela. Mesmo estando cá em Portugal não deixo de ouvir seu programa. Torna minhas noites de sábado mais felizes. (Portugal)
	É muito bom quando fico conectada, daqui do outro lado do oceano, com as minhas raízes... (Portugal)

**Fonte:** autoria própria.

Os registros, inicialmente, confirmam a possibilidade do rádio hipermidiático de expandir a capacidade territorial de audiência para além dos municípios ao redor de Sobral. No âmbito das tecnologias interativas, o advento de ferramentas que possibilitam ouvir o rádio pela Internet, compartilhar e curtir os vídeos do referido programa, redimensionou as condições de





expressão e publicização do “estar junto/estar com”. “Estou morando em Fortaleza... mas continuo lhe ouvindo”, diz uma mensagem enviada diretamente da capital do estado. Expressões como “ aqui de Marco”, mesmo essa localização não sendo o mesmo “aqui” da cidade de onde parte a emissão do programa, demonstram a familiaridade característica daquele meio de comunicação, porém agora contrastante com a desterritorialização fixa do rádio em multiplataformas. “Estou te assistindo de Camocim” é um exemplo de como o programa deixou de ser apenas 'ouvido'. Na versão multimídia, a base sonora é acrescida de imagem e até texto. Em vez de se aproximar do objeto rádio, “acompanhando pela 'net””, acrescenta um ouvinte em outra região, no Tocantins. “Babá, tô aqui em Lagoinhas, Santa Catarina, e tô ligado no programa”, disse outra ponta do mapa do Brasil, no sul.

Mantém-se possibilidades de constituir identidades e teias de afeto, o que leva os sujeitos a construir diversas camadas de sentidos a partir de múltiplas condições de recepção e apropriação. “Sou seu fã desde o ano de 1998. Desde que me entendo nesse mundo eu era louco pra conhecer você e a Fabíola. Sou aqui de Mucambo/ Marco. É um enorme prazer ver você pela primeira vez”, diz ouvinte de municípios limítrofes de Sobral.

Num cenário de trânsito de pessoas e informações, desde Sobral até as atuais localizações dos ouvintes, distintos e simultâneos processos de mutação em curso ensejam novos olhares sobre o espaço público, as práticas de socialização, e a própria comunicação como processo social. Nesta mediatização do sentimento de pertencimento, o desenvolvimento dos media como instituição e como ambiente contamina as relações estruturais (FIGUEIRAS, 2017, 11-12). Ora, daí se tem como importante que um sobralense, mesmo fora daquela terra, mantenha laços e conhecimentos do que lá se passa, de forma a distinguir-se dos demais e manter sua filiação territorial. “... Ponte aérea SP – Sobral... 'Ligações' na sintonia do bom humor”, conta um ouvinte que está em São Paulo. “Babá, estamos aqui direto da Praia de Ipanema/Posto 9 ouvindo você”, diz mensagem escrita a partir da cidade do Rio de Janeiro.

A busca de novas formas de enraizamento e desenraizamento, num cenário globalizado de oscilação de compromissos, normas e valores, com fluxos informacionais e físicos, é uma resposta à fragilidade de referências coletivas. As práticas que geram identificação e compartilham uma dimensão simbólica tendem a ser mais valorizadas, como formar audiência para um programa com características de sua terra-natal, ainda que sem contato face a face.





“É muito bom quando fico conectada, daqui do outro lado do oceano, com as minhas raízes...”, escreveu ouvinte de Portugal.

## CONCLUSÕES

Vemos a relevância do conteúdo do programa “Sábado de todas as maneiras” na sustentação de um sentido de pertencimento. As faces das identidades que remetem a um ambiente comunitário, com senso de raiz e segurança, são valorizadas diante de globalização com ordens variadas, com possibilidade de migrações e contato com culturas diversas.

O processo de produção de sentidos, observado na recepção, extrapola a decodificação da mensagem recebida e se expande a partir das apropriações dos próprios receptores, conforme seus campos de significados e práticas. É nas dinâmicas que envolvem os sujeitos do processo comunicacional onde está o sentido, com suas interações entre seres sociais, mídia, instituições e movimentos sociais.

As narrativas do rádio hipermediático influenciam a maneira como o grupo de ouvintes se relaciona com o mundo, e faz uma imagem da cidade, tema do humorístico do radialista Tupinambá Marques, como comunidade, o fim e o meio para a necessidade de pertencer.

## BIBLIOGRAFIA

BARDIN, L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edicoes 70, 2011.

BARROS, L. M. “Recepção, mediação e midiatização: conexões entre teorias europeias e latino-americanas”. In: JACKS, Nilda, JANOTTI Jr. Jelder & MATTOS, Maria Ângela (orgs). Mediação & Midiatização. Salvador: EDUFBA, 2012.

BRAGA, J. L. Sobre “mediatização” como processo interacional de referência. In: Encontro Anual da Compós, 15., 2006b. Bauru. Anais... Bauru: Compós, 2006b.

\_\_\_\_\_. “Circuitos versus campos sociais”. In: JACKS, Nilda, JANOTTI Jr. Jelder & MATTOS, Maria Ângela (orgs). Mediação & Midiatização. Salvador: EDUFBA, 2012.

ESCOSTEGUY, A. C. D. Cartografias dos estudos culturais – Uma versão latinoamericana. (Coleção Estudos Culturais, 8) Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

FAUSTO NETO, A. “Fragmentos de uma analítica da midiatização”. In: Matrizes, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89-105, abr. 2008.





FIGUEIRAS, R. A mediatização da política na era das redes sociais. Lisboa: Aletheia Editores, 2017.

HALL, S. A identidade cultural na pós-modernidade. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.

HINE, C. Virtual Ethnography. London: SAGE Publications, 2000.

HJARVARD, S. Midiatizacao: “teorizando a midia como agente de mudanca social e cultural”. In: MATRIZES, v. 5, n. 2, 2012. Disponível em <https://www.redalyc.org/pdf/1430/143023787004.pdf> . Acesso em 24 de novembro de 2020.

JACKS, N. (coord.). Meios e Audiências : a emergência dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2008.

JENKINS, H. Cultura da convergência. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMOS, A. “Nova esfera conversacional”. In: Dimas A Künsch, DA, da Silveira, SA, et al. Esfera Pública, redes e jornalismo. Rio de Janeiro. Editora. E-papers, 2009.

LOPEZ, D. C. Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Covilhã, Portugal: LabCom, 2010. Disponível em: [http://labcom.ubi.pt/ficheiros/20110415-debora\\_lopez\\_radiojornalismo.pdf](http://labcom.ubi.pt/ficheiros/20110415-debora_lopez_radiojornalismo.pdf) . Acesso em 23 de novembro de 2020.

MARTÍN-BARBERO, J. Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia. 5 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

PAIVA, R. O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

SOUSA, M. W. “O pertencimento ao comum mediático: a identidade em tempos de transição”. In: Significação: Revista de Cultura Audiovisual, v. 37, n. 34, p. 31-52, 2010.

ZUCULOTO, V.; KISCHINHEVSKY, M. (org.). Estudos radiofonicos no Brasil – 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom. Sao Paulo: INTERCOM, 2016.

