

Universidade Estadual de Campinas

Faculdade de Educação

Tese de Doutorado

**Escuta Sonora: educação não-formal. recepção e cultura
popular nas ondas das rádios comunitárias**

Prof^a Orientadora: Olga Rodrigues de Moraes von Simson

Este exemplar corresponde à redação
final da tese defendida por Catarina
Tereza Farias de Oliveira e aprovada
pela comissão julgadora.

Data ____/____/____

Assinatura _____

Orientador(a)

Comissão Julgadora

© by Catarina Tereza Farias de Oliveira, 2002.

**Catálogo na Publicação elaborada pela biblioteca
da Faculdade de Educação/UNICAMP**

Bibliotecário: Gildenir Carolino Santos - CRB-8ª/5447

OL4e Oliveira, Catarina Tereza Farias de.
Escuta sonora : educação não-formal, recepção e cultura popular nas ondas
das rádios comunitárias / Catarina Tereza Farias de Oliveira. – Campinas, SP:
[s.n.], 2002.

Orientador : Olga Rodrigues de Moraes von Simson.
Tese (doutorado) – Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de
Educação.

1. Serviço rádio do cidadão. 2. Comunicação. 3. Cultura popular.
4. Recepção de rádio. 5. Educação não-formal. I. Simson, Olga Rodrigues de
Moraes von. II. Universidade Estadual de Campinas. Faculdade de Educação.
III. Título.

0196-BFF

01-

Dedico, em especial, à luta das
rádios comunitárias, organizadas por
movimentos sociais e culturais populares.

Agradeço a todos que torceram e colaboraram para a realização deste trabalho.

Ao empenho e às contribuições teóricas da professora e orientadora Olga Rodrigues de Moraes von Simson.

A minha mãe Judith, minha ouvinte mais querida.

A torcida calorosa e carinhosa de meus irmãos Edmar, João Lúcio e Luzia, de minhas cunhadas Neuma, Lúcia e Liduina e de meus sobrinhos.

A memória de meu pai e meu irmão Beto.

Aos velhos amigos que mesmo distantes estiveram presente em meus pensamentos: Ari, Claudiana, Dorinha, Fabíola, Francisca Letícia, Kátia, Manuela e Márcia.

Aos novos amigos. Rosana, Ritinha, Aguinado, Rosa e Érica.

A recepção carinhosa de todos que compõem a Mandacaru FM.

A acolhida de: Alembegue, Roseane e especialmente aos meninos da Casa Grande.

À Universidade Estadual do Ceará e à Faculdade de Educação, Ciências e Letras do Sertão Central pela liberação para cursar o Doutorado.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, CAPES, pela concessão da bolsa de pesquisa.

RESUMO

A investigação toma as rádios comunitárias FM, organizadas por movimentos sociais e culturais populares como objeto de estudo. A partir dessas práticas discuto que desde seu surgimento em 1922 até a década de 90 do século XX, a utilização clandestina do rádio sofreu processos de transformação do âmbito eminentemente político para se expressar também como experiências culturais que apresentam tanto características massivas, quanto expressam uma lógica questionadora da sociedade de consumo. O referido trabalho traz uma discussão sobre a trajetória da cultura popular na sociedade brasileira, explicitando o processo de exposição dessas práticas aos contextos institucionais, à indústria cultural e ao consumo. A partir da programação das rádios faço uma reflexão sobre suas propostas comunicativas, destacando as estratégias que estas emissoras utilizam para realizar processos de educação não-formal. A pesquisa também realiza uma discussão sobre a segmentação voltada para o consumo, fato evidente nas emissoras comerciais e sobre a segmentação voltada para a diversidade cultural, comum às emissoras comunitárias analisadas. Para constatar a efetividade da proposta comunicativa foi conclusiva uma pesquisa junto aos receptores. Dessa forma, o propósito educativo das rádios comunitárias não foi investigado somente a partir da programação, mas foi confirmado a partir dos receptores. Nesse sentido, realizei uma reflexão em torno das metodologias utilizadas nas pesquisas de recepção para adequá-las ao contexto da investigação com as rádios comunitárias. A problematização dessas metodologias concluiu que a recepção não podia ser observada apenas a partir da interpretação que os receptores fazem das mensagens que recebem. Compreendi que era preciso incluir também as vivências culturais dos receptores no processo de observação dos ouvintes. Assim, a recepção foi ponto fundamental para estudar a diversidade cultural que as emissoras procuram evidenciar na constituição de suas audiências.

Palavras Chaves: rádios comunitárias, comunicação, cultura popular, recepção, educação não-formal.

ABSTRACT

This investigation has taken community FM radio stations organized by social and cultural popular movements as its object of study. Starting from this practice I discuss that since 1922 until the 90's in the twentieth century, the clandestine use of the radio has undergone transformation processes from the eminently political scope to also express itself as a cultural experience that presents massive characteristics as well as a questioning logic of consumer society. The aforesaid work brings a discussion about the trajectory of popular culture in the Brazilian society, stating the exhibition process of this practice to institutional contexts, to the culture industry and to consumption. From the radio stations' programming I have taken into consideration their communicative propositions, emphasizing the strategies used by these broadcasting stations to carry out non-formal education processes. The research also discusses the segmentation intended for consumption, which is an evident fact in commercial broadcasting stations, as well as the segmentation intended for the cultural diversity, common to all the broadcasting stations analyzed. To prove the effectiveness of the communicative proposition, the research involving the receivers was conclusive. In this way, the educational purpose of the community radio stations was not investigated only from the programming, but was confirmed from the receivers. In this sense, I have considered the methodologies used in the reception research to adequate them to the context of the investigation on the community radio stations. The problematization of these methodologies concluded that the reception cannot be observed only from the interpretation that the receivers make of the messages they receive. I have understood that it was necessary to include the cultural experiences of the receivers in the process of observation of the listeners. Thus, the reception was a fundamental point in studying the cultural diversity that the broadcasting stations try to prove in the constitution of their audiences.

Key-words: community radio stations, communication, popular culture, reception, non-formal education.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	01
1 MASSIVO E POPULAR NAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS.....	15
1.1 Culturas Populares, Atualizando O Debate.....	15
1.2 O Processo de Exposição da Cultura Popular no Brasil:.....	20
1.3 Cultura Popular em Tempos de Industrialização e Mundialização .da Cultura....	29
1.4 Quando a Mídia é Questionada.....	37
 2 RÁDIOS COMUNITÁRIAS :	
DA POSIÇÃO POLÍTICA AO UNIVERSO CULTURAL.....	45
2.1 As Experiências Pioneiras.....	45
2.2 Brasil: As emissoras Exóticas, Partidárias e Socioculturais.....	51
2.3 Vida e Produção Cultural no Cotidiano Popular.....	59
2.4 Rádios Comunitárias: o que é Importante Conhecer.....	65
2.5 Massivo e Popular: Conhecendo e Selecionando as Rádios Comunitárias.....	67
 3. OS CONTEXTOS SOCIAIS E CULTURAIS DAS EMISSORAS	91
3.1 Mandacaru: O consumo na Metrópole.....	91
3.2 A Pluralidade Cultural na Mandacaru.....	98
3.3 Política, Lazer e Educação na proposta da Mandaracaru FM.....	107
3.4 A Educação Musical na Casa Grande FM.....	143
3.5 Segmentação de mercado e Diversidade Cultural.....	172
 4. ESCUTA SONORA.....	177
4.1 Repensando as Pesquisas de Recepção.....	177
 5. VIVÊNCIAS CULTURAIS: O COTIDIANOS DOS RECEPTORES.....	193
5.1 O Itinerário da pesquisa de Recepção.....	193
5.2 Recepção Familiar e Individual.....	202
5.3 Recepção grupal em Contextos de Consumo.....	210

5.4 Recepção Coletiva nos Grupos Culturais.....	219
5.5 Casa Grande FM: Particularidades na Recepção.....	234
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	247
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	257

Ler para os habitantes da cultura oral é escutar, mas essa escuta é sonora, como a dos públicos populares no teatro e ainda hoje nos cinemas de bairro em seus aplausos e assobios, seus soluços e suas gargalhadas.
(Barbero:1997,148).



INTRODUÇÃO

Apresentar o nascimento do tema desta investigação leva-me a retomar a trajetória dos principais fatos que ocasionaram a escolha das rádios comunitárias FMs como objeto de pesquisa. O mais interessante é que neste momento se reflete que a origem de uma pesquisa envolve uma trajetória de cenas que se interligam e constroem o itinerário do pesquisador às suas proposições e questionamentos.

Hoje, percebo que minha dificuldade visual¹ e minha situação social foram relevantes na atual escolha que fiz em trabalhar com as rádios comunitárias e no meu interesse pela sonoridade e oralidade presentes na linguagem radiofônica. Acredito que essa opção foi em parte influenciada por meus problemas de visão e em parte conduzida por minha trajetória política vivenciada desde a adolescência nos movimentos sociais organizados em Fortaleza. O mais interessante é que na fase adulta somando cada acontecimento percebo que eles passam a fazer sentido na composição de minha história de vida, na qual as conjunturas políticas e sociais ocorridas no país somam-se à trajetória pessoal. Desse modo, os episódios aqui descritos foram vividos direta e indiretamente por mim, compõem minha trajetória de pesquisadora e evidenciam a origem desta pesquisa.

Ingressei no curso de comunicação da UFC em 1986, mas antes de falar sobre minha entrada na universidade devo ressaltar a participação que tive no movimento popular ainda na adolescência. Esse momento foi decisivo para o conhecimento que passei a ter sobre as rádios comunitárias. Aos meus quinze anos, minha mãe comprou uma casa num bairro muito pobre, Conjunto São Francisco, localizado na zona oeste de Fortaleza. Seus moradores eram remanescentes de muitas ocupações e favelas que, uma vez neste conjunto, vendiam suas casas retornando às antigas moradias localizadas embaixo de pontes, dentro de mangues e às margens de rios e lagoas. Essa política habitacional fazia parte do governo de Virgílio Távora que

¹ Tenho catarata congênita, possuindo apenas 4% de visão. Com a correção das lentes chego a 20%.

juntamente com Luiza Távora, sua esposa, formava o casal considerado os pais dos pobres.²

Essa realidade de déficit habitacional tinha sido constituída no contexto brasileiro ao longo de seu processo de urbanização. Já na década de 60, Jango colocava como prioridade em suas reformas de base o problema dos sem teto. No decorrer dos anos 70 e 80, essa questão tornou-se mais problemática e viver de aluguel e em favelas passou a ser a realidade dos segmentos populares.

Com a facilidade dos preços, minha mãe, funcionária pública assalariada, comprou nossa primeira casa própria. Até então morávamos de aluguel e a casa comprada no conjunto São Francisco foi nossa primeira moradia própria. Esta casa era de um morador que vendeu o imóvel para minha família e retornou às áreas de riscos onde moram muitas pessoas em Fortaleza.

A princípio não gostei da idéia de morar nesse bairro, mas após a mudança me situei nas atividades sociais que o lugar propiciava. Como o local apresentava alto índice de prostituição e alcoolismo, restava como opção de lazer atuar nas lutas da comunidade. Eu e meu irmão mais velho passamos a fazer parte da associação de moradores. Esse era o contexto vivido em muitos bairros de Fortaleza e representava o que estudamos teoricamente como a emergência dos movimentos sociais urbanos. Nesse mesmo período, entrei no curso de Comunicação da UFC, por isso minha colaboração no bairro foi específica à assessoria de imprensa da associação de moradores. Chegamos a elaborar um jornal comunitário (Jornal Cara de Pau) que teve edição única. Nessa primeira experiência, descobri as dificuldades de se manter um meio de comunicação no contexto dos movimentos populares. Era difícil conseguir patrocínio e manter a circulação do jornal. Creio que isso justifique a edição pioneira e única do informativo.

No curso de comunicação social, a partir do primeiro semestre, discutia-se que os meios de comunicação eram regidos pelos interesses políticos e empresariais. Para isso tive a colaboração da disciplina de Sociologia que debateu esse assunto em profundidade. Essa descoberta abalou minhas expectativas em aliar criatividade à

² Virgílio Távora foi governador do Estado do Ceará em 1963-1966 e 1979-1982.

narração na área de comunicação. Afinal, como poderia se criar alguma coisa num contexto em que os meios de comunicação são controlados por empresários e subservientes a interesses políticos hegemônicos? Passei então a me dedicar às disciplinas teóricas que denunciavam os processos hegemônicos dos meios de comunicação na sociedade moderna e às reflexões sobre os problemas sociais e políticos que compunham o cotidiano das classes subalternas.

No quarto semestre, um acontecimento mudaria o direcionamento da minha carreira. A associação dos moradores do Conjunto São Francisco recebeu um convite para participar de um curso de comunicação popular. A coordenadora geral desse evento foi a professora Márcia Vidal. Ela era uma das professoras do curso de comunicação da UFC e tinha especialização em rádio alternativo realizada no Equador. Esse curso foi ministrado pela Associação Latino Americana de Educação Radiofônica, ALER. É importante lembrar também que nesse período, 1988, Fortaleza estava sendo administrada pelo Partido dos Trabalhadores que priorizava em suas políticas sociais a organização e a luta dos setores populares. Dessa forma, a prefeitura e a UFC promoveram o curso de formação de repórteres populares e desenvolveram experiências com sistemas de alto-falantes nos bairros de periferia da cidade. Fiz o curso representando meu bairro e passei a fazer parte do projeto Rádios Populares, desenvolvido pela prefeitura e pela universidade. A idéia inicial era montar cinco sistemas de alto-falantes³ em associações de moradores. Montou-se um sistema de alto falante no Conjunto São Francisco, mas minhas atividades na universidade não permitiam muito tempo para a dedicação nos trabalhos com a radiadora. Como os outros membros da associação não demonstraram interesse, a radiadora passava mais tempo parada, funcionando somente aos sábados de manhã.

Posteriormente, passei a fazer parte do Centro de Produção em Comunicação Alternativa, CEPOCA, fundado em 1988 por pessoas que participaram do primeiro curso de formação de repórteres populares nesse mesmo ano. Vivia-se nessa época o que hoje se compreende como a emergência das discussões sobre comunicação alternativa no cenário da América Latina com as experiências de comunicação popular. Na Bolívia, as rádios mineiras, organizadas pelos trabalhadores das minas,

³ Os sistemas de alto-falantes eram chamados de radiadoras comunitárias.

representavam um marco na organização da comunicação popular. No Equador, a ALER era a referência de um dos maiores centros de formação política e técnica em comunicação popular e alternativa da América Latina. Foi dessas referências que se viveu no Brasil a trajetória das rádios comunitárias através dos sistemas de alto-falantes como meio de expressão das lutas urbanas. Fortaleza, como disse antes, em 1988, estava sob a administração do Partido dos Trabalhadores que proporcionou o desenvolvimento do projeto Rádios Populares. Teve-se ainda, em 1989, a Campanha da Fraternidade que apresentou o slogan “Comunicação Para a Verdade e a Paz.” Ao lado de tudo isso a emergência dos movimentos sociais populares também acentuada nesta cidade representou a condição suficiente para minha trajetória vivida nesse cenário político e social.

No meio desse contexto dei uma nova condução à minha inserção no campo da comunicação. Em 1989 conheci melhor a professora Márcia Vidal de quem recebi o convite para ser bolsista na sua pesquisa de mestrado. O tema da pesquisa era a trajetória política do coronel Virgílio Távora no Governo do Ceará e sua projeção na imprensa cearense. Passei também a acompanhar sob a coordenação desta professora as experiências de radiadoras comunitárias em Fortaleza. Fazíamos treinamentos, ministrando cursos de formação de repórteres populares nos bairros que criavam esses meios de comunicação. Com pouco tempo para me dedicar ao bairro onde morava e ao movimento popular local, passei a fazer parte do movimento mais amplo na cidade por comunicação alternativa e deixei minhas atividades no movimento popular do Conjunto São Francisco. Em 1990, devido a problemas familiares, minha mãe e meus irmãos compraram uma nova casa para a qual mudamos. Nesse período afastei-me em definitivo do movimento popular no Conjunto São Francisco e me dediquei em definitivo ao trabalho de extensão universitária da UFC com as rádios comunitárias sob a orientação da professora Márcia Vidal.

A experiência na área de comunicação alternativa e popular fez-me descobrir novas perspectivas para o curso de comunicação e mais tarde essa atuação veio complementar-se com minhas atividades de pesquisa. Dividia meu tempo entre as aulas, as pesquisas, o trabalho de extensão com as radiadoras e alguns trabalhos que permitiam minha sobrevivência financeira. Nos finais de semana ministrava oficinas de

comunicação nos bairros em que funcionavam as radiadoras. Esse foi a princípio um trabalho voluntário que depois resultou em algumas assessorias de comunicação.

Meu desempenho nas disciplinas teóricas trouxe-me um novo convite na área de pesquisa. Dessa vez, fui convidada para auxiliar na pesquisa de Mestrado da professora Erotilde Honório. A investigação tomava a trajetória de um grupo de teatro em Fortaleza atuante na década de 70 e refletia sobre o teatro popular. Tive assim mais uma experiência em pesquisa e enquanto meus colegas atuavam em jornal ou televisão, eu construí meu novo sonho em me tornar pesquisadora. Novamente a descoberta de escrever e fazer leituras que eu considerava ricas renascia agora com outra perspectiva e objetivos. As atividades nas práticas de comunicação alternativa e os trabalhos na área de pesquisa ampliaram minhas atividades no campo de comunicação social.

O rádio surgiu no curso como o meio de minha predileção, além do trabalho com as rádios comunitárias, fui por dois anos bolsista da Rádio FM Universitária e do programa da Sociedade Brasileira Para o Progresso da Ciência, SPBC. Nessa entidade elaborei por um ano e meio os programas de rádio que eram veiculados na Rádio Universitária. Acredito que minha escolha pelo rádio esteja ligada a dois fatores que se uniram. Primeiro, meu problema de visão que resulta numa sensibilidade significativa em minha audição. Segundo, a experiência com as rádios comunitárias que projetou meus interesses pela comunicação para a área alternativa.

Para concluir o curso de comunicação social, realizei minha primeira pesquisa sob a orientação da professora Márcia Vidal. Investiguei a trajetória da Rádio Comunitária Buraco do Céu (radiadora). A pesquisa foi simples, mas era a primeira vez que ia a campo e confrontava teoria e prática. A monografia apresentou um histórico do surgimento dessa radiadora e da comunidade onde essa emissora funcionava. Concluído o curso em julho de 1990, incentivada por minhas professoras, Márcia e Erotilde, em novembro do mesmo ano participei da seleção para o Mestrado em Sociologia da UFC. Obtive resultado positivo e em 91 iniciei o Mestrado. Dessa vez, a pesquisa com as radiadoras foi aprofundada e devido ao fechamento da Buraco do Céu, pesquisei a radiadora Santos Dias, no Conjunto Palmeiras. Uma certa maturidade teórica adquirida no Mestrado e na vida acadêmica me fizeram aprofundar as reflexões observadas na

pesquisa da graduação. Minha dissertação realizou uma reflexão sobre a disparidades entre as concepções idealizadoras da comunicação popular e as práticas das radiadoras comunitárias. Fiz um estudo detalhado da programação da Rádio Santos Dias e uma reflexão sobre o movimento de radiadoras que havia ocorrido em Fortaleza na década de 80. Iniciei minhas reflexões sobre a relação que o cotidiano do bairro exercia na programação das radiadoras, distanciando essas práticas das teorias que as idealizavam.

Em 1996, após um período de adaptação na Faculdade de Educação Ciências e Letras em Quixadá, onde me tornei professora de Sociologia através de concurso público realizado em 95, ampliei minhas atividades de ensino e iniciei um projeto de pesquisa com alunos dos cursos de História e Pedagogia. Estudamos a trajetória da primeira Rádio AM de Quixadá, a Rádio Monólitos. Procuramos perceber numa primeira fase as relações políticas dessa emissora. Num segundo momento, escolhemos um bairro para observar como as lideranças comunitárias e os moradores percebiam a programação da Rádio Monólitos. A equipe da pesquisa compreendeu que a trajetória nos espaços dos movimentos sociais dava às lideranças uma expressividade e compreensão do meio rádio que lhes permitia pensar uma função educativa para este meio. Essa pesquisa nos deu condições para conhecer a realidade do rádio no interior do Ceará. Passamos a entender a situação em que muitas cidades estavam, sem possuir nenhuma emissora e sujeitas à prestação de serviços de rádios que eram propriedades de políticos locais. O rádio no interior funciona como uma espécie de correio e repassa para os distritos mais distantes cartas e recados de parentes distantes. Entretanto, esse favor fica atrelado ao assistencialismo dos donos que mais tarde se candidatam a cargos políticos.

Quando em 1997 passei a observar a trajetória das rádios comunitárias FMs que surgiam no Estado do Ceará, percebi que existia uma diferença significativa das práticas de radiadoras vividas na década de 80 e início da década de 90. Apesar de muitas rádios comunitárias FMs passarem a ser objeto de exploração de políticos e comerciantes, conheci práticas diferentes como as experiências de Monte Grave e Itapiúna no Ceará, além de ler na imprensa sobre a Rádio Novos Rumos em Queimados no Rio de Janeiro. Compreendi que essas emissoras atuavam agora no mesmo espaço radiofônico que as emissoras comerciais e eram diferentes das radiadoras que

funcionavam esporadicamente e tinham apenas duas ou três horas de programação diária. Na verdade, os sistemas de alto-falantes, usados como radiadoras comunitárias, só funcionavam nos horários em que não entrassem em choque com o cotidiano do bairro: funcionamento das escolas, horário da missa e da exibição das novelas. As rádios FMs comunitárias por sua vez ficavam no ar entre onze e quatorze horas por dia e passavam a ser sintonizadas pelo próprio ouvinte, oferecendo opção de escolha para os receptores. Observei, portanto, que se as reflexões nas pesquisas com as radiadoras não podiam tomar o rádio diretamente como objeto de estudo para fazer comparações, no caso das rádios comunitárias FMs essa situação se modificava. Esse objeto me permitia fazer considerações sobre as perspectivas sociais e culturais que as rádios comunitárias FMs apresentavam para a produção radiofônica. Como minhas pesquisas anteriores detiveram-se na análise da programação das radiadoras, que não ofereciam opção de sintonia à audiência, mas impunham suas informações todas as vezes que os alto-falantes eram ligados, encontrei nas rádios FMs uma oportunidade de questionar o modelo radiofônico estabelecido na sociedade brasileira. Parti assim para a oportunidade de realizar uma pesquisa que envolvesse a produção e a recepção das rádios comunitárias. De início não sabia que emissoras deveria escolher para a pesquisa nem tinha a proporção de quais discussões tomaria na investigação. Escrevi meu projeto salientando a diferença significativa da prática das radiadoras em relação as FMs comunitárias, demarquei que no universo complexo de emissoras organizadas por políticos, comerciantes e movimentos sociais e culturais populares delimitaria minha investigação nas rádios organizadas por este último segmento. Essa opção era clara porque as discussões sobre as utilizações ideológicas e políticas da radiodifusão no Brasil já existiam, mas entendi que as reflexões sobre o significado da produção cultural que as rádios comunitárias expressam exigia uma investigação. Na verdade, os trabalhos que têm estudado essas experiências dedicaram-se mais a apresentação e documentação das mesmas. Por esse motivo passou a ser meu interesse explicitar:

1. O trajeto que as rádios clandestinas fazem da sua ênfase nos processos políticos para a explicitação de demandas culturais e de lazer.
2. O lugar que a cultura ocupa nas propostas das emissoras.

3. Que modelos de produção radiofônicas podem ser pensados a partir dessas experiências.

O ingresso no Doutorado em 1998 veio consolidar minhas descobertas, orientando a pesquisa de campo e as reflexões teóricas sobre as rádios comunitárias. Passei, então, a problematizar neste trabalho que a utilização da radiodifusão com perspectivas clandestinas não era nova, pois a utilização do rádio nestes termos era encontrada desde 1922. No entanto, percebi que ao longo da trajetória da utilização clandestina do rádio, ocorreram mudanças na produção e no consumo dessas práticas que certamente estão ligadas às transformações que aconteceram nas esferas: políticas, culturais e de consumo.

Historicamente pode-se dizer que as emissoras clandestinas tiveram uma utilização que ampliou sua proposta comunicativa de objetivos eminentemente políticos de oposição para uma explicitação de segmentos culturais em sua programação. Até os anos 40 houve uma descontinuidade na existência de práticas comunicativas com o rádio. A partir deste período destacaram-se, as experiências tornaram-se mais frequentes e permaneceram ligadas mais a objetivos de oposição política. Na década de 50, na Bolívia, as rádios mineiras surgiram organizadas pelos sindicatos desta categoria e permaneceram mais ligadas às lutas de oposições políticas vividas nas décadas de 60 e 70. Também na década de 50, surgiram, na Inglaterra, emissoras que funcionavam em navios e que passaram a ser chamadas de rádios piratas. No entanto, o objetivo principal das emissoras piratas era transpor o modelo norte-americano comercial de rádio às emissoras inglesas e desestruturar o estilo clássico-erudito da radiodifusão estatal européia. Nesse caso, a utilização política de esquerda das rádios comunitárias perdeu espaço para os interesses comerciais. Entretanto, na Itália e na França, as experiências com as emissoras clandestinas ou rádios livres, vividas nos anos 70 e 80, respectivamente, voltaram a apresentar objetivos de oposição política, embora dentre as diversas experiências ocorresse uma divisão entre as rádios que propunham instalar o modelo norte-americano empresarial da radiodifusão e aquelas que defendiam a utilização do rádio a favor das minorias étnicas juntamente com os atores sociais representantes dos novos movimentos sociais franceses e italianos. Nas experiências, organizadas por movimentos sociais e culturais populares, começa-se a perceber uma

transformação na programação. Esta difunde além dos objetivos sociais e reivindicativos dos movimentos sociais, as demandas musicais específicas de cada grupo étnico correspondente também aos interesses de cada segmento cultural.

No Brasil, a partir da década de 70, surgiram experiências de rádios livres através de iniciativas individuais de jovens amantes da tecnologia. No entanto, na década de 90, as rádios comunitárias surgem com esta nova denominação⁴. Como foi apresentado antes, estas emissoras dividem-se entre rádios utilizadas por políticos, emissoras promovidas por interesses comerciais e rádios organizadas por movimentos sociais e culturais populares. Dentro dos interesses desta pesquisa, observei que as rádios organizadas por movimentos sociais e culturais populares, a exemplo das rádios livres francesas e italianas, apresentam uma difusão mais explícita dos processos culturais, demonstrando uma outra maneira de projetarem-se politicamente.

Para isso, questionei em que medida essas práticas comunicativas teriam ampliado seus objetivos de oposição política para a constituição de experiências que trazem também em suas propostas intenções culturais e de lazer. Essa questão foi movida pelas observações iniciais de que a programação das rádios comunitárias difundia não mais apenas aspectos das mobilizações e reivindicações dos movimentos que as gestavam, mas apresentavam uma forte interação com a cultura de massa e com os movimentos culturais existentes neste período. Problematizei essa questão como processo de interação entre massivo e popular, isto é, acreditava que a presença da indústria fonográfica não constituía a essência das rádios, representava apenas parte dos elementos constitutivos de suas características e propostas que se integravam à proposta educativa da emissora. Entretanto, essa proposta educativa não seguia objetivos didáticos e escolares. Ao longo do trabalho, demonstrei que os processos educativos realizam-se através da difusão musical e das experiências culturais dos movimentos sociais populares.

⁴ . Essa denominação está associada à trajetória do desenvolvimento de comunidades vivido na sociedade brasileira. Podemos dizer que a representação do conceito de comunidade teve, no Brasil, diversos momentos. O primeiro promovido ainda nas décadas de 40 e 50 sob o direcionamento da ideologia de Desenvolvimento de Comunidades, a apropriação de comunidades vivenciada no MEB na década de 60 e

A pesquisa solicitou uma delimitação maior do objeto e, uma vez definida esta preocupação com a presença de elementos massivos nas emissoras comunitárias organizadas por movimentos sociais populares, defini que deveria escolher no universo das rádios comunitárias do Ceará, as experiências que proporcionassem discutir em que medida a presença de elementos massivos e de expressões de movimentos sociais e culturais populares abrangem tanto os grandes centros urbanos quanto os municípios que apresentam uma distância do circuito mais intenso de consumo. Passei então a observar as experiências em Fortaleza, considerada o centro de referência urbana do estado, e outras localizadas nas cidades do interior, mais distante do universo de consumo de uma grande cidade. Viajei pelo estado e conheci uma diversidade de rádios comunitárias. As informações obtidas durante a visita das diversas rádios comunitárias que observei encaminharam a escolha das rádios: Mandacaru FM, localizada em Fortaleza e da Casa Grande FM, situada em Nova Olinda a 560 Km da capital cearense.

Estava incluída na proposta inicial fazer uma pesquisa de recepção, pois acreditava que não bastaria uma análise da programação e da trajetória das rádios comunitárias para conhecer sua proposta e a origem cultural dos ouvintes das emissoras. No caso das rádios comunitárias FMs tive a oportunidade de encontrar as emissoras no mesmo espaço das emissoras comerciais, enfrentando dificuldades apresentadas pelo contexto da indústria cultural na construção de suas audiências. O receptor destaca-se na pesquisa porque se no caso dos sistemas de alto-falantes as pessoas não têm escolha para ouvir as mensagens veiculadas, nas rádios comunitárias FMs a posição destes conta e certamente representa uma opção social e cultural.

O primeiro capítulo procura identificar o que se compreende por produção cultural das classes populares na contemporaneidade. Fiz as discussões tomando por base a realidade brasileira e a constituição dos processos de exposição das expressões culturais populares no Brasil ao longo do século XX. Entendi que assim chegaria ao teor da exposição que as culturas dos setores populares mantêm no atual contexto de industrialização da cultura. Foi preciso ultrapassar os limites da sociedade brasileira, uma vez que está em nossas discussões que as manifestações culturais

a injeção do comunitário nas comunidades Eclesiais de Base e no conjunto dos movimentos sociais urbanos nos emergentes nos anos 70.

participam da estrutura das rádios comunitárias e fazem parte do universo de consumo cultural mundializado. Esse capítulo foi importante para diferenciar as expressões culturais que praticamente repetem os modelos da sociedade industrializada culturalmente das expressões que mantêm uma relação com este processo de industrialização, mas questionam o modo como podem e devem se relacionar neste espaço midiático.

No segundo capítulo escrevi sobre a trajetória das rádios comunitárias destacando o processo de transformação que as emissoras clandestinas vivenciaram no plano eminentemente político com propostas emancipadoras para a construção de propostas políticas, culturais e socioeducativas que enfatizam o lazer e mantêm relações com o universo de consumo. Nesse capítulo descrevi as diversas emissoras que visitei, apresentando sua programação.

O terceiro capítulo apresenta o contexto, a proposta e a programação das rádios: Mandacaru FM e Casa Grande FM. A partir desse capítulo fica evidente as reflexões mais centrais do trabalho que me levaram a pensar sobre uma lógica social e cultural a qual as emissoras comunitárias suscitavam, permitindo repensar outros modelo para a produção radiofônica. Nesse caso o modelo apresentado ultrapassava os interesses de consumo predominantes na lógica de mercado cultural hegemônico. Fica clara, pouco a pouco, no trabalho, a necessidade das reflexões sobre os receptores, pois à medida que observei a programação das rádios comunitárias, necessitei das vivências culturais dos receptores para confirmar e ampliar as reflexões sobre a proposta e as lógicas estruturadas pelas emissoras organizadas através dos movimentos sociais populares.

Para estudar a programação e a trajetória das emissoras adotei dois recusos: a entrevista com os comunicadores e a gravação dos programas. A entrevista foi utilizada com os organizadores e comunicadores para reconstruir a trajetória da emissoras, bem como, para conhecer a proposta que os locutores definiam para os programas que apresentavam. A gravação dos programas foi fundamental para a análise da programação e da proposta das emissoras investigadas.

O quarto capítulo apresenta as metodologias sobre pesquisa de audiência e pesquisa de recepção, realizadas em sua maioria à luz das investigações na Inglaterra. Procurei tomar as devidas contribuições das pesquisas européias e discutir a realidade

latino-americana, demonstrando que neste contexto a pesquisa de recepção tem suas particularidades. Nesse capítulo mais teórico percebi que não faço uma pesquisa para compreender apenas as interpretações que os receptores fazem dos programas, nem tão pouco tomo a domesticidade como espaço privilegiado de percepção dos receptores. A recepção surge neste trabalho para enriquecer a percepção do movimento da cultura dos meios para as mediações. A pesquisa de recepção que enfocava a figura do receptor em suas relações com os meios, passou a ser enfocada na trajetória e vivências culturais que os ouvintes estabelecem em seus contextos. Essa mudança no trajeto metodológico foi importante porque, se durante a pesquisa os trabalhos me levaram a pensar em uma localização dos receptores a partir de uma escolha direcionada com pessoas pré-selecionadas e incluídas em grupos, no decorrer da pesquisa de campo, vi que seria a programação da rádio que cederia as pistas para as abordagens ao receptor. Os grupos, quando existiam, em sua maioria já estavam formados a partir de seus universos culturais e estabeleciam relações no cotidiano, envolvendo atividades culturais, de lazer e disputas pelo poder. A vida doméstica e familiar seria outro fator destacado nas pesquisas de recepção, mas no decorrer da investigação concluí que deveria ser acrescida das especificidades culturais que inclui pensar diferentes formas de acesso e relações com os meios de comunicação. Dito de outra forma, devo ressaltar que a recepção não pode ser pensada somente a partir do contexto familiar. É verdade que esta premissa permanece, mas surgem também os espaços das ruas, dos bares, de lazer e de consumo como pontos centrais na reflexões sobre a recepção.

Por fim no quinto capítulo apresento o itinerário da pesquisa de recepção e a análise das entrevistas com os receptores. Foi neste capítulo que ficou evidente os estilos de recepção mais coletivos e integrados aos movimentos sociais e culturais populares peculiares às experiências das rádios comunitárias. Diferenciei as recepções mais individuais, localizadas nas rádios comunitárias e comuns aos programas que apresentam uma aproximação maior com o universo de consumos, da recepção mais coletiva e articulada a partir de mobilizações sociais e culturais das classes populares. Destaquei também os grupos aos quais os receptores pertencem, sua inserção nos bairros e nos campos de consumo e lazer ressaltando que esses elementos aparecem como essenciais para o estudo dos receptores. Concluí com este trabalho que uma pesquisa de

recepção não se prende à relação dos receptores com o conteúdo de determinados programas, mas ao universo cultural que envolve o contexto comunicativo em questão.

No trabalho de observação e entrevistas com os receptores adotei duas formas de abordagem. A primeira realizou entrevistas fixas com os ouvintes dos programas acompanhados. Nesse caso, estou me referindo aos programas: A Volta da Jovem Guarda, Nas Ondas do *Reggae*, *Hip Hop* Cultura de Rua e Vem Cá Poeira na Mandacaru FM, bem como, aos programas: Chico Petrolina e Os Cantores do Povo e Nação Jegueira na Casa Grande FM. Entrevistei quatro receptores principais em cada um desses programas, seguindo uma sequência de três entrevistas. Uma segunda opção foi entrevistar e acompanhar ouvintes secundários que conheci ao longo da pesquisa. Este recurso foi adotado para checar as conclusões que obtive através das entrevistas centrais.

As entrevistas seguiram um roteiro de perguntas que priorizou três pontos em cada encontro. A primeira conversa procurou situar como o entrevistado tinha iniciado a escuta do programa; em que condições ouvia a programação e como interpretava a proposta das mensagens e das músicas veiculadas na programação. A entrevista envolvia também interrogações que buscavam conhecer o cotidiano do receptor no espaço do lar, no bairro ou nos grupos que atuavam. As duas entrevistas seguintes acompanharam como os receptores recebiam as mensagens e músicas transmitidas durante os programas. Foi entretanto, durante essas entrevistas que observei como os receptores se referiam mais às suas vivências culturais do que ao conteúdo veiculado na programação. As entrevistas secundárias procuraram conhecer e checar a ampliação da audiência com os novos ouvintes que surgiram no decorrer da pesquisa de recepção. Nesse momento realizei apenas uma entrevista com os entrevistados secundários.

Durante a elaboração deste trabalho a observação participante e a realização de entrevistas foram fundamentais. Uma técnica necessita da outra, pois as expressões que apareciam nas entrevistas puderam ser encontradas e constatadas na vivência cultural dos receptores. Não realizei nenhum trabalho de observação do cotidiano dos receptores. Procurei observar a essência das vivências culturais à medida que constatava nos depoimentos as referências dos grupos dos quais as pessoas faziam

parte. Desse modo, entrevistei os receptores em dois ou três momentos e pesquisei sobre suas vivências culturais fossem estas em torno do *reggae*, *rap*, *rock*, jovem guarda ou outro gênero musical ou atividade sociocultural.

No decorrer da pesquisa o rádio deixou de ser o ponto privilegiado das reflexões e passou a ser um lugar de mediações através do qual observei a constituição cultural dos segmentos populares. Esta ampliação ocorreu porque, embora delimitasse a pesquisa nas rádios comunitárias, não tomei somente essas emissoras para minhas reflexões, mas considerei a realidade da produção radiofônica como um todo. Esta realidade envolveu o cotidiano e as expressões culturais vividas pelos receptores e comunicadores. A realização desta investigação deixou também aprendizados e questões para novas pesquisas. Em outras palavras, isso significa que a pesquisa com as rádios comunitárias compôs mais uma etapa em minha trajetória acadêmica porque me acrescentou novas reflexões que se interessam pela inserção dos grupos culturais populares na realidade midiática e de consumo. Outras lacunas encontradas nesta investigação representam desafios para que novas pesquisas sejam realizadas uma das lacunas da pesquisa pode ser encontrada na análise da programação e na pesquisa de recepção. No terceiro e no quinto capítulos investiguei diversos programas e variados grupos de receptores, fator que me levou as reflexões sobre os três estilos de escutas detalhadas no último capítulo. Entretanto uma pesquisa posterior poderá optar em analisar um único programa e seu respectivo público. Nesse caso esta pesquisa aprofundará uma vivência particular. Fica para os leitores a tarefa de encontrar outras lacunas desta pesquisa que certamente contribuirá para os estudos de comunicação, educação não-formal e cultura.



1- MASSIVO E POPULAR NAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS

1.1- CULTURAS POPULARES, ATUALIZANDO O DEBATE

Quando me propus no projeto de pesquisa inicial a discutir a relação massivo e popular fui guiada pelas observações das programações das emissoras organizadas por movimentos sociais e culturais populares e pela consideração do cotidiano dos receptores que ouviam essas emissoras. Observei que os programas estavam ligados aos projetos de reconstrução cultural e promoção artística dos setores populares, que por sua vez mantinham interações com a produção da cultura de massa. As músicas que tocavam nas emissoras comunitárias fugiam aos padrões idealizados pelas concepções que investigaram a comunicação popular nos anos 80. Esta visão idealizava uma comunicação que fosse crítica, participativa e emancipatória (Oliveira, C. T., 1994; Peruzzo, 1998; Rocco, 1998). No caso das radiadoras comunitárias da década de 80, era idealizada a veiculação da Música Popular Brasileira e canções engajadas, priorizando a transmissão de debates e mensagens com intenções socioeducativas⁵. Entretanto, nos anos 90, as idéias em torno das rádios comunitárias FMs começaram a refletir e a difundir uma prática comunicativa baseada na expressividade da pluralidade cultural existente na sociedade. Na prática as emissoras comunitárias passaram a veicular: o forró, o *rap*, o *funk*, o *reggae*, a Jovem Guarda e músicas internacionais, o rock e outros gêneros que representassem essa cultura plural. Fazem parte da programação também as músicas brega e os carros chefes da indústria fonográfica na década de 90: o pagode, as músicas sertanejas e a “*axé music*”.

A continuidade da pesquisa e as leituras realizadas foram pouco a pouco relacionando essas observações mais empíricas à centralidade que os meios de comunicação ocuparam ao longo do século XX. A partir daí comecei a pensar na

⁵ De acordo com o pensamento desses autores as mensagens comunicativas deveriam ser socioeducativas e alertar para problemáticas sociais e para a mobilização dos trabalhadores, dentre outros temas que envolviam essencialmente questões de caráter político e libertador.

possibilidade de rediscutir o conceito de cultura popular, levando em consideração a visão dos diversos autores que nomearam o popular. Canclini (1997, p. 206-207) afirma que pelo menos quatro posturas científicas e políticas levaram o popular à cena : os românticos, os folcloristas, o populismo de esquerda e os gerentes dos meios de comunicação. Para este autor, nestas concepções o popular não correspondeu a sujeitos e a situações nitidamente identificáveis nas sociedades nas quais foram pensados, pois foram idealizados na elaboração destes conceitos. A compreensão destas concepções e o conjunto de críticas feitas a cada uma conduziu-me à noção de cultura popular adotada nesta pesquisa. Não creio que seja preciso retomar profundamente estas concepções porque elas já foram analisadas em outros trabalhos científicos. Vou apenas situá-las para definir a noção de cultura popular que guiou este trabalho de pesquisa (Ginzburg, 1987; Burke, 1989; Bakhtin, 1996; Ortiz, 1988).

As discussões sobre as culturas populares promovidas pelos românticos e folcloristas torna evidente as idéias conhecidas sobre este conceito e sua identificação essencial com o passado, as tradições e a idéia de autonomia das culturas populares em relação aos processos de urbanização e industrialização. A trajetória destas concepções, ocorrida entre os séculos XVIII e XIX, apresenta os limites fundamentais para a noção de popular adotada nesta investigação.

Os românticos colocaram-se como questionadores das artes clássicas e de seu aspecto formal. Procuraram romper com a formalidade técnica estabelecida pela Academia de Belas Artes e de Literatura. Cresceu daí o interesse destes pela criatividade e a espontaneidade que predominou no espírito romântico. Nesse sentido, idealizaram as culturas populares em seus aspectos informais. O interesse dos românticos também pode ser entendido através da compreensão do contexto político vivido neste período. Certeau historiciza as raízes deste pensamento quando afirma que um entusiasmo em torno do popular contagiou a aristocracia liberal do século XVIII.

Porém essa rusticofilia que se reencontra nos romances de Louvet e Rétif é também o avesso de um temor: a da cidade perigosa e corruptora porque as hierarquias tradicionais aí se dissolvem . De onde esse retorno a uma pureza original dos campos, símbolo das virtudes

preservadas desde os tempos mais antigos (...). (Certeau, 1995, p. 58).

Foi nesse contexto que emergiu a idealização romântica ao tentar resguardar o popular da contaminação que os processos de civilização moderna representavam. Por esse motivo os românticos idealizaram as culturas populares presas ao passado longínquo. O sentido romantizado do popular ganhou com o pensamento folclórico do século XIX a possibilidade de sobreviver na modernidade. Para os folcloristas as culturas populares eram manifestações culturais tradicionais que podiam ser encontradas no presente, mas que guardavam com o passado sua identificação de origem. A noção de sobrevivência foi a contribuição do pensamento folclórico à definição de cultura popular. Entretanto, permanecem na definição folclorista do popular a dimensão de bens culturais locais que sobrevivem no presente sem sofrer transformações do espaço social, cultural e político que o cercam. Segundo Canclini (1997, p. 259), os românticos decidiram que a especificidade das culturas populares existe por sua fidelidade ao passado rural. Na mesma medida, os folcloristas puseram as culturas populares em cena como restos de uma estrutura social que se apagou, mas sobrevive no presente com características originais e fiéis ao passado. Esses dois modos de compreender o popular o idealizam como expressão exótica, pura e sobrevivente às transformações industriais. Românticos e folcloristas ficaram cegos aos processos de transformação que as culturas populares sofreram enquanto a sociedade se massificada.

O populismo de esquerda no século XX idealizou o popular a partir de seus objetivos emancipadores. Criticou as raízes folclóricas e tradicionais do popular, classificando-as de alienadas. Da mesma forma separou a definição política do popular das características eminentemente lúdicas (passatempo) que pudessem desviar as expressões populares de sua dimensão conscientizadora. Para os populistas de esquerda o popular deveria representar uma cultura crítica e capaz de impulsionar processos de transformação social.⁶ Neste sentido, o entretenimento, o tradicional e o lúdico faziam parte de uma cultura popular alienada e ingênua.

⁶ Um exemplo da atuação do populismo de esquerda foram os Centros Populares de Cultura da UNE vividos na década de 60 no Brasil. Ver (Ortiz 1985, Ridenti 2000).

A relação das culturas populares com os meios de comunicação aparece a partir da década de 80 na compreensão que os gerentes dos canais de televisão ou os pesquisadores de mercado fazem do povo. Entretanto, essa postura transforma o popular em sinônimo de popularidade: o que vende maciçamente, o que agrada as multidões. Desse modo, o popular aparece representado estatisticamente como índices de audiência e de venda. A relação do popular com o mercado de consumo e com os meios de comunicação ausente nas concepções anteriores aparece aqui forçosamente (Canclini, 1997. p. 259-260)

Entre essas visões que isolaram as culturas populares dos processos de urbanização e industrialização surgiram pesquisas que problematizaram primeiro a relação entre a cultura das classes subalternas e a cultura das classes dominantes, depois os trabalhos que abordaram a relação entre a cultura popular e os processos de industrialização da cultura.

A contribuição para uma possível ampliação nos estudos sobre as culturas populares ocorreu, segundo Ginzburg (1987), quando se passou a estudar as culturas impostas às classes populares. Entretanto, conforme afirma este autor, muitos estudos que realizaram essas pesquisas chegaram a conclusões ambíguas.

Às classes subalternas das sociedades pré-industriais é atribuída ora a uma passiva adequação aos subprodutos culturais distribuídos com generosidade pelas classes dominantes (Mandrou), ora a uma tácita proposta de valores, ao menos em parte autônomos em relação à cultura desta classe (Bolème), ora a um estranhamento absoluto que se coloca até mesmo para além, ou melhor, para quem da cultura. (...). (Ginzburg, 1987, p. 24)

Ginzburg (1987) considera frutíferas as reflexões apresentadas por Bakhtin porque pressupõem uma influência recíproca entre as culturas das classes subalternas e a cultura dominante. A noção de circularidade posta por Bakhtin (1996) pressupõe uma influência simultânea entre as culturas das classes subalternas e a cultura dominante. Desse modo, as reflexões de Bakhtin, embora se refiram à Idade Média, foram importantes para as contribuições contemporâneas e serviram de base para a análise das interações que as culturas populares estabelecem com os meios de

comunicação, com a sociedade de consumo e com o processo de industrialização da cultura. São estes parâmetros que fundamentam a noção de culturas populares nesta pesquisa. As culturas populares não serão aqui postas em cena como idealização, mas serão compreendidas como expressões culturais das classes subalternas que podem ser identificadas em situações concretas e contextualizadas em seus processos de transformação. Portanto, as expressões culturais populares representam, por um lado, o que Certeau (1994) denominou de atividade cultural dos não produtores de cultura. A esta atividade o autor pressupõe que as classes populares desenvolvem suas trajetórias e conseqüentemente suas atividades culturais dentro de estruturas legitimadas e de uma rede de produção e difusão de produtos culturais estabelecida e hegemônica. Para Certeau as expressões da cultura popular são mesclas deste quadro hegemônico, mas recriam práticas culturais questionadoras das situações instituídas.

A partir daí comecei a questionar sobre a possibilidade de rediscutir o conceito de cultura popular, situando-o como expressão que faz parte dessa realidade sociocultural, portanto, sujeita a apresentar características da cultura industrializada. Dessa forma pensei justificar a análise das práticas das rádios comunitárias considerando suas programações que veiculam músicas do circuito da indústria fonográfica e ao mesmo tempo são espaços de expressão dos movimentos culturais populares. Na verdade, esse fluxo ocorre sem deixar de manter interações com a indústria cultural. Mas nesse caso crê-se que é preciso diferenciar as produções culturais dos meios de comunicação de massa das produções dos movimentos culturais populares. Não estou falando em diferenças em termos de autonomia, espontaneidade ou tradição. Acredito que falar de cultura popular significa considerar necessariamente a produção cultural desenvolvida pelas classes subalternas e isso não representa simplesmente falar da presença de elementos das culturas populares na produção da indústria cultural, denominando de cultura popular de massa a produção cultural industrializada. Para evitar esse engano, reforço que a discussão sobre culturas populares tem uma gênese fundamentada por autores reconhecidos como Burke (1989) e Bakhtin (1996). Estes autores apresentam o contexto de produção e vivência cultural das classes subalternas, descrevendo o momento da produção e da vivência das festas populares na Idade Média e Moderna respectivamente. Mesmo nos contextos contemporâneos nos quais essa

produção passa a receber um ritmo maior de interações, não posso deixar de considerar os processos de recriação das atividades culturais das classes subalternas. As culturas populares não são, portanto, a mera reprodução do massivo, nem representam uma autonomia ao contexto de industrialização da cultura. Quando a noção de cultura popular é utilizada para identificar os produtos produzidos pela indústria cultural através do termo cultura popular de massa, perde-se de vista o eixo da produção dos bens culturais e de acordo com Canclini (1997), esta compreensão toma a discussão sobre as culturas populares somente a partir da produção de iniciativas dominantes. Nesse sentido, pode-se afirmar que a partir da consolidação da indústria cultural, o que ocorreu não foi a produção de uma cultura popular, mas sim o fortalecimento da produção de uma cultura industrializada voltada essencialmente para um mercado de consumo com a apropriação de elementos das culturas populares. Para essa reflexão é preciso considerar que a relação massivo e popular é fruto de uma longa trajetória implementada ao longo dos últimos séculos, à qual as manifestações culturais populares foram expostas no processo de nacionalização, comercialização, massificação e posteriormente de mundialização da cultura. Nesse sentido, a investigação tomará uma dimensão histórica que considera o trajeto que as culturas populares desenvolveram na sociedade moderna. No entanto, como esta pesquisa se realiza no Brasil, foi preciso retomar as condições particulares nas quais a cultura popular manteve suas relações com a cultura hegemônica, com o espaço de consumo e com a indústria cultural neste país. Somente nessa dimensão pode-se estudar as rádios comunitárias e procurar entender o que representam em termos de expressão das classes subalternas e como se relacionam com a produção cultural dos movimentos culturais populares.

1.2- O PROCESSO DE EXPOSIÇÃO DA CULTURA POPULAR NO BRASIL

O processo de colonização e hegemonia política e cultural européia sobre as expressões culturais brasileiras em formação no do período colonial assumiu suas particularidades e resultou em especificidades que devem ser discutidas na formação cultural das expressões populares nesse país. Posso dizer que no processo de formação da sociedade brasileira, as influências religiosas são conclamadas para conformar as

culturais em outros termos e o processo de configuração do Estado nacional obedeceu a características particulares que foram vivenciadas nas colônias. Nesse sentido, o processo de transformações enfrentado pelas culturas populares, apresentado principalmente por Burke (1989) e retomado por outros autores (Bakhtin, 1996; Barbero, 1997; Canclini, 1997) oferece a fundamentação geral para situar a discussão das culturas populares na sociedade moderna, no entanto, é necessário buscar as peculiaridades do contexto brasileiro, pois as reflexões sobre a unificação nacional efetivada pelo Estado, que se legitimava em termos centralizadores, dão informações para perceber o universo político e econômico mais amplo que permeou as estratégias hegemônicas nas quais os colonizadores pensavam a relação com as culturas locais encontradas na colônia e com aquelas que nesses espaços se formavam. Mas o que na Europa apareceu como mudanças nos modos de vida e na cotidianidade dos hábitos e expressividades das culturas populares, incluindo transformações no campo do consumo, aparece no Brasil como reflexo dessas vivências através do trânsito cultural que se estabeleceu nas colônias⁷. No Brasil Colonial, por exemplo, não se vivia diretamente o processo de nacionalização, mas sofreu-se os reflexos das idéias que se configuravam no contexto europeu. Da mesma forma, o processo de comercialização das culturas populares vivido na Europa teve no Brasil suas particularidades ligadas às suas relações como colônia. Proponho, portanto, uma abordagem que considera o contexto europeu e a trajetória das culturas populares nestas dimensões mais amplas, procurando explicitar as peculiaridades vividas na sociedade brasileira.

⁷ Numa linha de análise que problematiza as ações e reações ocorridas nesse período, Barbero (1997) aponta elementos importantes para esse estudo. Para Barbero, esse momento nos apresenta uma transformação política de longo alcance. A dinâmica popular das culturas, suas diferenças e pluralidade que teciam a vida das comunidades e regiões tornaram-se uma ameaça para o projeto de unificação nacional legitimador, centralizador e unificador de um mercado e de instâncias do poder. O Estado tornou-se uma “ instituição - providência que religa cada cidadão com a autoridade central do soberano e vela pelo bem-estar e segurança de todos”. Barbero ressalta que o processo de transformação enfrentado pelas culturas populares sofreu um momento de entrave e outro consecutivo de paralisação. Isso ocorreu à medida que a lenta penetração do mercantilismo fragilizou a organização econômica das culturas populares, apresentando-lhes novas relações que retiravam gradativamente a autonomia das comunidades regionais nos campos político e cultural. O Estado centralizador surgiu como forma de arbitragem política e sociocultural com formas de produção e comercialização padronizadas.. Barbero faz ainda reflexões que nos permitem pensar uma relação com nossas preocupações, ao associar esses acontecimentos à construção de uma cultura supra ou transnacional. Assim, de acordo com esse autor, o processo de nacionalização nos aponta os primeiros indícios da tentativa de massificação das culturas populares.

Dentre os livros em que identifiquei essa discussão, nenhum tratou em particular dessa temática. Encontrei trabalhos sobre as festas no Brasil colonial e pesquisas sobre o carnaval que apontaram algumas noções da vivência cultural no Brasil, entretanto nenhum em especial faz essa reflexão aprofundando especificamente o trajeto da cultura popular na sociedade brasileira. Por esse motivo utilizei os estudos sobre as festas no Brasil colonial de Tinhorão (2000) e Priore (1994) bem como retomei diversos trabalhos sobre o carnaval, para entender como através destas festas as manifestações culturais populares se relacionaram com as esferas institucionais e de consumo (Moraes, 1987; Queiroz, 1992; Von Simson, 1989). De acordo com Tinhorão (2000), o principal eixo para discutir a formação dos espaços de lazer no Brasil colonial encontra-se nas festas realizadas neste período. Estou de acordo com este autor e acrescento que, além dos espaços de lazer oficial descritos por ele, as festas representaram pontos-chaves a partir dos quais se formaram lócus de festejos e manifestações das culturas populares no Brasil. Embora essa literatura não faça uma reflexão diretamente ligada às questões teóricas sobre cultura popular, fornece detalhes da trajetória cultural popular na sociedade brasileira e apresenta os processos de exposição e relações vividos pelas manifestações culturais populares no período colonial. A utilização desses trabalhos deve-se ainda ao fato de considerar que as expressões populares, mesmo cercadas por elementos de controle social, constituíram suas danças, músicas e expressões no interior de relações culturais institucionalizadas.

Considerando que a colonização moderna apresentou proporções globais, mas se concentrou nos eixos políticos e econômicos marcados de forma direta pela formação dos Estados e pela expansão do comércio, fica claro que esses eixos participaram explicitamente do processo de expressão da cultura popular no Brasil e no novo mundo. Nesse sentido, tanto os processos oficiais e institucionais quanto o processo de expansão comercial exerceram influências na trajetória cultural no Brasil.

A princípio estou tentando demonstrar que existe uma diferença essencial em falar das transformações das culturas populares na Europa moderna e das manifestações e expressões culturais populares brasileiras na colônia que teve a formação do Estado português como principal reflexo do processo de colonização. Priore (1994, p. 90) ressalta essa diferença afirmando que os parâmetros tomados para

controlar as contradições culturais na colônia portuguesa eram o modelo da sociedade européia já pacificada pela presença da igreja e da corte . Isso leva a concluir que os festejos tomados por Burke (1989) como exemplo das expressões populares, antes do processo de formação do Estado moderno e das guerras religiosas, não traziam inscritos em si as marcas da oficialidade e da espetacularização com um público explicitamente admirador das festas. A relação mais intensa com a expansão comercial e a oficialidade da formação do Estado e das guerras de religião só ocorrem nos séculos XVII e XVIII.

No Brasil Colonial as festas eram expressão do Estado Moderno e ocorriam a partir de calendário real ou religioso. Nesse sentido, Priore as denomina festas de concessão, para que as pessoas participassem das festas precisavam estar ligadas à igreja ou à realeza. Portanto, enquanto na Europa essa festa institucional foi formando-se gradativamente, no Brasil, a gênese das festas já trazem os reflexos de institucionalidade e constituem-se enquanto espetáculo desde a sua origem. Não estou negando que dentro das festas oficiais não conviviam diversos espaços de festividades, mas lembrando que nesse momento as festas são vividas pelas classes populares em dimensões nas quais elas não são as promotoras do evento, mas participam como convidados e público desde a colonização. Segundo Priore, a institucionalidade das festas aparece a partir de convocação feita à comunidade. Estas convocações usam apelos sedutores para atrair o público e representam um verdadeiro espetáculo visualmente luxuoso.⁸

Serão todos irmãos dessa irmandade obrigados a assistir a todas as festas do Senhor como fica dito, e muito principalmente na Semana Santa enquanto feira maior, pela manhã para a solenidade daquele dia e semana, para aquele para as mais da Quaresma. (Priore, 1994. p. 24)

A algazarra popular só aparece gradativamente no interior das festas no Brasil. Os foguetes e brincadeiras representam aspectos profanos nos festejos. No século XVIII, os mastros usados nas solenidades religiosas passaram a ser utilizados em

⁸ Citação encontrada no livro de Priore (1994) referente ao compromisso da Irmandade do santíssimo Sacramento.

brincadeiras e competições entre os segmentos populares como o pau-de-sebo.⁹ Nas festas também pode-se perceber a relação entre profano e sagrado e a interação entre os diver

⁹ Priore (1994.p. 34-35), descreve que o mail pall representava no antigo regime europeu uma espécie de reverência ao Santo ou às comemorações da festa, era erguido num momento considerado solene da cerimônia.

sos motivos oficiais, comerciais. Esta situação é importante para se repensar a tradicional relação entre erudito e popular vivida na Europa e no Brasil.¹⁰ Priore (1994) fornece detalhes da interação entre erudito e popular vivenciadas nas festas do Brasil Colônia.

As procissões faziam desfilar outros personagens que mais pareciam saídos da pintura do Renascimento. A presença desse imaginário, tanto na metrópole quanto na Colônia, só atesta o incrível poder de difusão de algumas idéias eruditas que reelaboradas pela cultura popular, passaram a freqüentar o imaginário das classes subalternas. Visitemos rapidamente algumas delas encontradas nos documentos. Mundo(...)servia-lhe de corpo um cerúleo globo. pés e mãos como de um leão(...) em um dos braços se viam luzidas chamas, rematando esta uma luzida salamandra; em outro apareciam prateadas ondas de espumoso mar acabando em escamado peixe(...) sobre a cabeça batia as asas à rainha das aves, ao “Mundo” seguia a “Terra”, “Luz”, “Dia e Noite”, o “Tempo um intruso mancebo,” o “Século de Ouro”, o “Zodíaco”, “Átantes”, o “Paraíso”(“coberto com folhas e gostosas frutas”), os “Quatro Rios que do Paraíso saíam”(“com os cristais que faziam barulho de água”). “Arvores” variadas como loureiros, palmas ou ciprestes “fazendo vistosa alameda”(...). (Priore, 1994. p. 48).

No Brasil, a convivência entre os segmentos sociais não ocorria como na Europa, vivida essencialmente entre setores urbanos e rurais ou eruditos e populares que interagiam entre si. Na sociedade brasileira teve-se a chegada de portugueses representantes da corte (“gente honrada”), portugueses oriundos do êxodo rural e remanescentes dos desempregados em Portugal, bem como dos indígenas encontrados no território brasileiro, dos negros africanos que em si já representavam uma diversidade cultural imensa), de emigrantes franceses, espanhóis e holandeses,. Enfim o Brasil enfrentou uma multiplicidade de influências a considerar na interação entre o erudito e popular (Tinhorão, 2000, p. 15)

¹⁰ Essa relação assume na Europa uma dimensão diversa daquela vivida na sociedade brasileira na qual o fluxo de mobilidade das imigrações foi constante do período colonial ao início do século XX.

Além dessa discussão, a percepção das classes subalternas no papel de espectadoras nas festas do Brasil Colônia também diferencia a trajetória dos festejos promovidos no Brasil em relação àquelas da idade moderna européia. Na Europa a centralidade das classes populares perde-se gradativamente cedendo lugar à festa espetáculo, conforme lembra Barbero (1997, p. 147). Esse autor fala que a marca da transformação das culturas populares, a partir do século XVII, pode ser percebida no momento em que a festa se converte em espetáculo que não acontece mais dentro do vivido, mas é montado para ser visto e admirado. Nessa perspectiva, essa é a representação da oposição entre festa e vida cotidiana como tempos do ócio e do trabalho.

No Brasil a participação do espectador já surge com as festas que são espetáculos de exibição e controle por parte do poder real e religioso. Somente depois as classes subalternas criam seus espaços e festejos. Nesse caso, as expressões culturais populares se constituem a partir de espaços culturais oficiais, portanto, com elas mantendo interações. As manifestações culturais populares no Brasil ocupam a princípio espaços segregados (nas senzalas e nos bastidores das festas oficiais), mas pouco a pouco constroem seus espaços, exercendo, entretanto, constantes fluxos de relações com as festas oficiais promovidas pelo Estado e pela Igreja Católica. Essas interações ocorrem à medida que as expressões culturais populares procuram apresentar-se nos mesmos espaços em que as festas oficiais ocorrem. Dentro dos espaços oficiais, as culturas populares constituem-se, diferenciando-se dos estilos de festas instituídas bem como procurando ser percebidas no universo cultural que existem. Durante esse interesse em tornarem-se públicas, as manifestações culturais populares expõem-se e ganham visibilidade, entretanto, é importante ficar claro que nesse processo estas manifestações mantêm interações com as esferas oficiais e de consumo.

O desenvolvimento do carnaval no Brasil fornece mais elementos para que seja compreendido o processo de exposição das expressões culturais populares. O exemplo do carnaval é relevante porque essas expressões novamente buscam visibilidade enquanto se manifestam. Queiroz (1992), estudando o carnaval brasileiro, apresenta detalhes sobre as transformações ocorridas nesta festa, bem como relata sua interação com os universos comercial e midiático. De acordo com a autora, os estudos

feitos sobre o carnaval destacam o Entrudo e apresentam esse festejo como vivido principalmente pelas elites. Nele as “camadas inferiores” se mantêm como espectadoras da festa. Mesmo nos exemplos do Entrudo em que as relações são mais familiares e amigáveis, ficam de fora os negros que aparecem apenas como coadjuvantes do processo. O Entrudo foi desaparecendo pouco a pouco e em 1856 já eram encontrados em seu lugar festas carnavalescas que ficaram conhecidas como Grande Carnaval (Queiroz, 1992. p. 51)¹¹. O Grande Carnaval era caracterizado por seus bailes de máscaras e sociedades carnavalescas à moda européia. Depois os festejos completaram-se com os passeios de carruagem e automóveis nos quais as famílias exibiam seus luxos. Nos quintais e vielas dos bairros pobres e periféricos do Rio de Janeiro, nasceu o que ficou conhecido como o Pequeno Carnaval. Nesse contexto, negros e mulatos dançavam e cantavam no ritmo afro-brasileiro. Gradativamente o Pequeno Carnaval foi conquistando sua exposição na Avenida Central, local em que se apresentavam os grupos do Grande Carnaval. À medida que se tornaram estáveis, esses grupos compuseram os ranchos dos quais faziam parte principalmente os trabalhadores assalariados, mas a participação popular no carnaval só se completou quando os moradores dos morros entre 1928 e 1936 criaram as escolas de samba que também ocuparam os espaços centrais das festas carnavalescas, adequando-se, pouco a pouco, às normas oficiais estabelecidas para a participação nos desfiles do carnaval carioca.

No exemplo do carnaval carioca observei o processo de exposição das expressões populares que competem nos espaços oficiais com as estruturas legitimadas e procuram expor-se e conquistar visibilidade. Observei também que nesse período não existe uma preocupação explícita desses grupos com a apropriação que possam vir a sofrer pelos processos mercantis e midiáticos, principalmente porque esse último ainda não está consolidado na década de 40. O principal objetivo dos grupos carnavalescos populares era exibir suas criações culturais nos espaços oficiais e serem vistos nos espaços públicos de consagração da festa carnavalesca.

Segundo as reflexões de Queiroz (1994), o carnaval em Olinda, retomado por artistas, intelectuais e jornalistas oriundos do sudeste, não é um exemplo de

¹¹ Segundo Queiroz (1992), o Grande Carnaval chamou-se, a princípio, Carnaval Veneziano pela semelhança que vai manter com o carnaval europeu

manifestação cultural das classes subalternas, mas representa um exemplo que traz em si uma preocupação inicial com a interferência dos poderes municipal, estadual ou federal. Em 1976, essa preocupação levou os grupos carnavalescos de Olinda a procurarem resgatar uma suposta autenticidade do antigo carnaval da cidade, evitando os concursos, a premiação e as competições. Entretanto, mesmo assim, o grupo idealizador desse projeto não deixou de utilizar a imprensa para tornar públicas as festividades e desse modo se expôs e se relacionou com a mídia, mesmo que numa escala menor.¹²

Em linhas gerais, pode-se afirmar que a princípio, os grupos populares não estavam preocupados com os processos de apropriação que pudessem ocorrer nos espaços institucionais. Tudo parecia girar em torno da vontade de se tornar visível e presente nos espaços de exibição pública. Somente depois de um longo processo de exposição, o relacionamento com a mídia, a exposição ao modismo e as estruturas da indústria cultural aparecem como preocupação principal na proposta dos grupos culturais populares.

Na própria gênese da sociedade moderna, as festas e apresentações populares se fazem para serem apreciadas e pressupõem a figura do público e a competitividade entre os participantes. Com a consolidação da indústria cultural essa interação se intensificará. A imprensa, o rádio e a televisão expandem esse caráter de publicidade e integram a cultura a uma apresentação mercadológica. O que tem mudado nas expressões culturais que surgem no interior das camadas populares não passa pela negação da publicização das festas, músicas ou danças que as classes subalternas compõem, criam ou recriam. O que parece mudar é a preocupação com o processo de exposição que agora inclui, como principal elemento conflitante, a relação com o universo midiático e seu mercado de bens simbólicos.

Considero essa discussão importante porque é preciso evidenciar que à medida que a sociedade moderna se organiza, colocando em marcha uma de suas principais máquinas de exposição, no caso a indústria cultural, menor será a possibilidade de se pensar em expressões culturais que não se relacionem com esse mecanismo. No momento em que a preocupação com essa exposição considera esse

¹² No Livro: *O Carnaval Brasileiro*, Queiroz(1992. p. 188) descreve os anúncios inventados que os grupos carnavalescos de Olinda colocavam na imprensa local. Estes anúncios confirmavam a presença de figuras famosas nas festas de Olinda, chamando assim atenção do público para os festejos que seriam realizados no período carnavalesco.

contexto massivo, será possível observar que a interação que sempre acompanhou as práticas populares continuará existindo. No entanto, aparecerá uma lógica própria nos projetos culturais, uma lógica que, se por um lado se utiliza de elementos da cultura de massa e apresenta um certo caráter institucional de políticas culturais legitimadas, por outro lado, cria modelos e formas de atuação que entram em conflito com os modelos estabelecidos. Percebi isso à medida que retomei tanto a consolidação da indústria cultural no Brasil, quanto a emergência de práticas culturais populares contemporâneas que enfrentam esse conflito.

No caso da consolidação da indústria cultural, estou querendo enfatizar a formação do contexto midiático brasileiro que as culturas populares enfrentam nas décadas em que estou estudando as rádios comunitárias. Nesse caso, preciso considerar que somente após esse processo de consolidação da indústria cultural, tornou-se mais evidente para as classes populares a preocupação com a exposição midiática e comercial. No que se refere às práticas culturais populares contemporâneas é meu objetivo ressaltar sua interação com os processos massivos, destacando, entretanto, sua preocupação com este contexto à medida que procura tornar-se visível. Na mesma perspectiva tomo as rádios comunitárias para analisar em que medida seus projetos comunicativos também apresentam essa preocupação.

Procurei demonstrar até o momento que as classes subalternas no Brasil constituíram suas festas a partir de estruturas relacionadas à oficialidade e à comercialização da cultura, portanto, os estudos que idealizaram as culturas populares, seja em seus aspectos revolucionários ou folclóricos, ocorreram descolados da observação real das suas práticas culturais, embora tenham suas concepções compreendidas nos contextos políticos e sociais em que foram geradas. Percebi que dentro das festas religiosas ou da institucionalidade da cultura surgiram as práticas culturais populares (as festas, as músicas e danças). A característica comum de buscar a publicidade de suas criações sempre esteve no seio das organizações desses grupos que desejavam ser vistos e apreciados ou reconhecidos. Essa intenção tornou-se maior à medida que a sociedade moderna ampliou os canais de publicização das ações e práticas socioculturais. Os meios de comunicação representados na estrutura da indústria cultural multiplicaram a difusão das práticas culturais, mas acentuaram o caráter de

espetacularização e comercialização cultural. Por este motivo acredito ser relevante perceber em que medida a trajetória da indústria cultural foi tomada por outros autores e contribui para perceber as manifestações culturais populares em seus espaços.

1.3-O POPULAR EM TEMPOS DE INDUSTRIALIZAÇÃO E MUNDIALIZAÇÃO DA CULTURA

Inicio esta discussão com a tese apresentada por Ortiz (1988) de que a emergência da indústria cultural e de um mercado de bens simbólicos organiza o quadro cultural brasileiro em novas bases e dá à nação uma outra abrangência. O enunciado do autor coloca uma mudança que requer a priori a compreensão desse quadro cultural antes e durante a constituição da indústria cultural no Brasil. Esta hipótese também leva a questionar de que abrangência Ortiz está falando e em que sentido ele aborda a problemática da mundialização da cultura. Pergunto pelo significado dessa abrangência porque os autores que estudam a modernidade-mundo ressaltam sua concretização no campo cultural, a partir da circulação mundial dos bens simbólicos desterritorializados (Ianni, 1997a, 1997b; Ortiz, 1994; 1997). Para esse trabalho é importante esclarecer em que sentido a emergência da indústria cultural no Brasil se insere nesse contexto mundial. Que sentido tomam as culturas populares após a consolidação da indústria cultural no Brasil e em que medida o processo de mundialização da cultura se reflete nessas práticas populares?

Após levantar essas questões, creio ser importante abordar essa discussão seguindo a trajetória que Ortiz traçou ao tratar da emergência da indústria cultural no Brasil e da consolidação de um mercado de bens culturais. Essa contextualização demonstrará como o popular se desloca em direção ao consumo, conduzido tanto pela indústria da cultura, quanto pelas políticas culturais implementadas pelo Estado. Na verdade, esses fatores estão profundamente imbricados nessa discussão. Acredito que o importante é acompanhar o significado adquirido pelo popular no contexto de estruturação da indústria cultural e de produção de uma cultura de massa. Nesse sentido, a implantação da indústria cultural no Brasil dará subsídios para compreender a aproximação do popular com a esfera do consumo e distinguir a produção da cultura de

massa efetivada pela indústria de bens simbólicos da produção cultural realizada pelas classes subalternas no país .

Na década de 40, o entretenimento aparece como principal motor da radiodifusão. Entretanto, Ortiz (1988) chama atenção para a incipiência da indústria cultural brasileira nesse período. Ele relaciona esta incipiência com a ausência de uma racionalidade comercial, que ainda não estava consolidada concretamente no Brasil¹³. Para Ortiz é somente na década de 70 que se pode considerar seriamente a presença de uma série de atividades vinculadas a uma cultura de massa no Brasil. Na sua concepção é sempre possível recuar e encontrar a presença de meios de comunicação no Brasil, mas não será a presença concreta de meios de comunicação que representará a existência de uma cultura de mercado. A incipiência da indústria cultural pode ser percebida através da trajetória do rádio. Até 1935, o rádio se organizava em termos não comerciais, as emissoras eram constituídas através de sociedades e clubes e a programação guardava um tom erudito e lítero-musical. Após esse período a legislação radiofônica de 1932 é que o Estado concebe o direito de utilizar-se 10% da programação em publicidade. A partir de então o rádio se desenvolverá em termos comerciais. Embora o rádio apresente um significativo desenvolvimento em termos comerciais, principalmente após 1952, quando a utilização da publicidade é concebida em 20%, nesse período ainda percebe-se a incipiência deste no âmbito da indústria cultural, principalmente quando se analisa o projeto que o Estado Novo instituiu para esse meio e o modo como o realizou. A projeção de que o Estado Novo promoveria a unificação do serviço de rádio a nível nacional com fins educativos era limitada diante das reais condições em que se encontrava a estrutura política e econômica do Brasil. Segundo Ortiz (1988), no Brasil dos anos 30 a 50, a construção da nacionalidade é ainda um projeto. É notória a vontade do Estado Novo de unificação e de integração nacional na área da cultura: a criação do Instituto Nacional do Cinema Educativo (1937), do Departamento de Imprensa e Propaganda DIP (1942) e do programa radiofônico “A Voz do Brasil” (1931) mostra exemplos da relação do Estado com uma política diretamente ligada aos meios de comunicação . No entanto, a utilização que o Estado fez do rádio concretizou-se apenas

¹³ Utilizo as discussões e os dados fornecidos por esse autor para demonstrar a constituição do campo de consumo que permeia as práticas culturais no Brasil.

através do controle de propagandas e da programação. Até mesmo a Rádio Nacional encampada pelo Estado em 1940, funcionava como uma empresa privada. Para Ortiz, o governo federal, permitindo que o rádio fosse usado como veículo publicitário, conseguiu, sem encargos para o erário público, uma inteligente e rápida solução para o problema da radiodifusão.

Constatar a incipiência da indústria cultural brasileira até os anos 70 não implica deixar de reconhecer o crescimento dessa área e o surgimento gradativo de uma cultura de massa, bem como das relações das práticas populares com essa estrutura massiva emergente. Na verdade, se comparada à fase anterior em que a esfera cultural era restrita à imprensa, nos anos 50 já se percebe o dinamismo da indústria cultural. Segundo Ortiz (1988), de 1933 a 1939 produziram-se seis filmes. Esse número triplica de 1951 - 1955 quando são produzidos vinte e sete filmes por ano. Na produção de revistas passou-se da impressão em 1948 de 300 mil exemplares da revista *Cruzeiro* para 550 mil em 1952. Surgiram ainda em 1952 as revistas de fotonovela. Constatase uma evolução também no mercado de livros. Em 1934 a produção foi de 1642 títulos e em 1956 chegou a pouco mais de 5980 títulos. Ortiz classifica de modesta a produção livreira. Para esse autor as razões residem no fato de que a importação subsidiada de papel aplicava-se apenas aos jornais. Diante desse fato, o autor destaca que se vivenciava uma industrialização restrita à produção acelerada apenas de alguns bens simbólicos. Em termos gerais, a indústria cultural caracterizava-se pela sua incipiência e fragilidade. No campo radiofônico o que demonstra essa fragilidade é que em 1962 existiam 6,6 aparelhos de rádio para cada 100 habitantes. Outro ponto explicativo dessa fragilidade é que em 1950 não havia um sistema de rede nem para o rádio nem para a televisão. Ortiz (1988, p. 53) fala da ausência de uma mentalidade capitalista e gerencial. As empresas funcionavam sob bases familiares. Não havia avaliação dos concorrentes. A audiência dos programas de rádio era medida pelo calor do auditório. Somente em 1958 iniciaram-se as pesquisas sobre hábitos e consumos de TV.

Foi significativa a mudança na estrutura da indústria cultural na década de 70. O Estado aprofundou medidas econômicas tomadas no governo Juscelino Kubitschek. Entretanto, a área cultural requereu cuidados especiais por parte dos militares. Nesse sentido, constata-se uma intensa expansão das atividades culturais

acompanhada de controle e censura. Na área cultural foram criados: o Conselho Federal de Cultura (1966); o Instituto Nacional do Cinema (1966); a Embrafilme (1969) e a Funarte (1975). Ainda sobre a análise desse período, Ortiz compara a ação militar à preocupação de Getúlio Vargas. Entretanto, destaca que o Estado Novo enfrentou limites impostos pelo desenvolvimento da sociedade brasileira naquele período. Já o governo militar contou com uma estrutura de desenvolvimento a seu favor: criação da Embratel (1965), iniciando a modernização do sistema de telecomunicações ; associação ao sistema internacional de satélite Intersalt; estímulo à produção interna de papel e à importação de máquinas para a impressão. Assim, segundo Ortiz (1988, p. 137), se em 1960 se produziam 104 livros por ano, em 1985 a produção chegou a 500 títulos. O setor de filmes de 1957 a 1960 realizou trinta e dois filmes por ano, em 1967 produziu cinquenta e em 1980 a produção chegou a 103 fitas. Nesse ínterim, pode-se constatar que se passou de uma mentalidade baseada numa estrutura familiar para uma mentalidade empresarial e racional.

De acordo com Ortiz (1988, p149-212) a consolidação da indústria cultural na década de 70 abriu novas dimensões para a inserção do popular no âmbito do consumo. Para o autor, num primeiro momento isso ocorreu a nível nacional e posteriormente a nível internacional e mundial. Esta conclusão levou Ortiz (1988, p. 182) a sugerir que este contexto foi fundamental para a difusão de uma cultura internacional popular. Entretanto, acredito que utilizando este termo para destacar o fluxo de produção da indústria cultural brasileira em termos mundiais, Ortiz está correto ao destacar as novas dimensões em que a industrialização de cultura passa a ocorrer no Brasil, mas perde de vista as particularidades da produção das manifestações culturais populares quando classifica o popular a partir das dimensões de venda e popularidade que o mercado estabelece para estas ações. Nesse sentido concordo com Ortiz que a consolidação da indústria cultural intensificou a produção da “cultura de massa”, mas essa dinâmica não leva a conceber que essa produção cultural, agora segmentada e mundializada pela indústria cultural, representa uma expressão das classes subalternas para ser identificada enquanto cultura-internacional-popular. Nessa perspectiva volto a reafirmar que é fundamental entender o processo de interação das culturas populares em suas relações midiáticas, bem como no âmbito do consumo. No entanto, compreender

como ficam as expressões culturais populares nesse processo de interação não implica identificá-las com a produção da indústria cultural, mas sim perceber suas transformações e constituição contemporânea que se caracterizará pela dimensão mais ampla que assume no campo do consumo.

A definição de cultura-internacional-popular apresentada por Ortiz é problemática porque o autor identifica a produção cultural popular à produção das indústrias culturais. Nessa discussão ele reforça novamente que à medida que se desenvolveram as indústrias culturais, intensificaram a produção cultural popular de forma global. Nesse sentido, Ortiz (1997, p. 41) fala das culturas populares do século XXI, afirmando que a noção de cultura-internacional-popular se identifica ao imaginário de uma memória internacional popular que inclui desenhos animados, telenovelas, personagens do Walt Disney, filmes de Western ao lado de uma promoção de mercadorias e coisas que se difundem numa dimensão planetária, abrangendo um conjunto de práticas desenraizadas e “cuja presença é simultânea nos diferentes recantos da sociedade global”.

As discussões apresentadas por Ortiz fundamentam-se nas análises sobre sociedade global (Ianni, 1995, 1997a, 1997b). De acordo com Ianni a globalização é a explicitação de processos que se encontravam nos primórdios do capitalismo e que se desenvolveram de maneira particularmente aberta no final do século XX, com a dissolução de fronteiras que resultaram no processo de desterritorialização e no desenraizamento das idéias e das coisas que passaram a ter uma identificação global. A influência entre os dois autores é múltipla, tanto que Ianni (1997b, p. 49) utiliza a concepção de Ortiz para afirmar que “a cultura internacional-popular nasce, circula e é consumida como mercadoria lançada simultaneamente em diferentes mercados nacionais e simultaneamente internacionais”. Não estou aqui para compartilhar da noção de cultura-internacional-popular adotada por estes autores, embora me identifique com muitas das reflexões sobre a sociedade global (Ianni) e sobre mundialização da cultura (Ortiz). Sem dúvida Ianni e Ortiz estão corretos quando afirmam que as culturas populares modificaram-se no processo de globalização acentuado no século XX. Creio também que o processo de mundialização da cultura do qual as culturas populares fazem parte inclui imagens que representam as memórias internacionais populares

simbolizadas nos mitos e heróis promovidos pela indústria cultural. Entretanto, nas manifestações populares esse imaginário não corresponde somente à expressão de uma cultura mercadoria. Na verdade, os personagens, imagens e situações veiculadas pela publicidade, história em quadrinhos, indústria fonográfica, televisão e cinema constituem parte das idéias e das ações sociais e culturais das classes subalternas, mas necessariamente estas manifestações não se resumem à reprodução de uma cultura industrial mundializada. Tomei alguns exemplos de manifestações culturais para explicitar um pouco a constituição das manifestações culturais populares no final do século XX quando as reflexões sobre globalização tornaram-se mais evidentes. Com estes exemplos quero demonstrar a dimensão que as culturas populares tomaram no contexto em que ocorre a globalização, sem esquecer de ressaltar que a produção mais intensificada da indústria cultural numa dimensão planetária não corresponde necessariamente às expressões culturais populares. Este processo ganha outras formas no contexto de desigualdades da sociedade globalizada, conforme ressalta Ianni. (1997a. p . 5)

Esta é uma realidade problemática, atravessada por movimentos de integração e fragmentação. Simultaneamente à interdependência e à acomodação desenvolvem-se tensões e antagonismos. Implicam tribos e nações, coletividades e nacionalidades, grupos e classes sociais, trabalho e capital, etnias e religiões, sociedade e natureza. {...} O globalismo naturalmente convive com várias outras configurações fundamentais de vida e pensamento. O trabalhismo, o nacionalismo e o regionalismo, assim como o colonialismo e o imperialismo continuam presentes em todo o mundo. Mas todas essas realidades adquirem outros significados e outros dinamismos, devido aos processos e às estruturas que movimentam a sociedade global.

Com base nessa reflexão, ressalto novamente que as culturas populares convivem nesse contexto e apresentam formas próprias dessa realidade. No entanto, não reduzo seu significado à noção de popularidade que o popular passou a ter no processo de produção dos meios de comunicação de massa. Em minhas observações de algumas

práticas culturais populares, encontrei dados para as reflexões sobre a interação dessas práticas no cenário mundial da cultura. Vejam dois exemplos: o *rap*, movimento cultural surgido nos Estados Unidos, adquire nos anos 90 um significado mundial. O movimento *hip hop*, protagonizado por jovens *rappers* da periferia, tem caráter de protesto, fator que certamente os liga à resistência e à participação política, trabalhada pelas concepções que privilegiam a análise da proletarianização na cultura popular. No entanto, os atores sociais desses movimentos são jovens que jamais saíram de seus bairros de periferia das grandes cidades, mas que compartilham com outros movimentos através das últimas décadas uma cultura e uma memória internacional. Como exercício teórico pergunto: a que país pertence um conjunto chamado *Black Family* e cantores com os nomes de *Mark Brown* e *Spack Jay*? Ao Brasil.

Imagine novamente e entre no estúdio de uma rádio, logo na entrada você ouve uma “música internacional”, olha para os lados e percebe símbolos do time de basquete americano Chicago Bulls, a gravura de Bob Marley, a bandeira de Turin (cidade italiana) e o adesivo do time brasileiro São Paulo Futebol Clube. No interior do estúdio sua atenção é voltada para uma enorme gravura do Rastamania, com a frase “Song with Freedom” (canções de liberdade). Você acreditaria que se trata de uma rádio comunitária, localizada num bairro de periferia de Campinas e que mesmo indiretamente faz parte do Movimento de Democratização da Informação e da Comunicação? Sem dúvida esses exemplos são flashes da história, mas representam as “novas” configurações que assumem os movimentos sociais e culturais populares no final do século XXI. Seu contexto é a sociedade brasileira, entretanto, suas cenas e atividades não ocorrem mais no âmbito de construção do ideário nacional dos anos 50 e 60. Não será mais apenas com as idéias participativas e transformadoras que se compreenderão as manifestações populares. É preciso entender como o contexto da realidade brasileira mudou e se insere no processo de mundialização da cultura. Como último exercício, tomei uma reportagem recente publicada no jornal brasileiro Folha de São Paulo ¹⁴. A matéria fala de ocupações de terra em Teresina, Piauí, no entanto, não é a problemática

¹⁴ Jornal Folha de São Paulo. Ilustrada. São Paulo: 21/11/1998.

da terra ou do movimento dos sem terra e dos sem teto emergentes nos últimos anos no Brasil que está sendo enfocado, mas o apoio aos sem teto de Teresina vindo de um grupo de punks que se auto denomina “*Anarcopunks*.” Sem dúvida, esses e outros episódios não podem mais ser analisados com base apenas nas noções politizadas e de resistência. A percepção das práticas dos movimentos sociais e culturais populares, no processo de mundialização da cultura, requer ampliar a percepção desses objetos para além de seus dinamismos próprios e análises muito focalizadas. Na verdade, o contexto das pesquisas que estudam a atualidade pede uma ampliação teórica com a renovação das categorias que hoje predominam em muitas abordagens. O propósito dessa relação foi sendo encaminhado à medida que precisei definir o surgimento das manifestações culturais populares, caracterizando os processos que buscavam massificar estas expressões culturais. Fui percebendo que as manifestações culturais populares surgiam da própria estruturação de elementos apresentados pela indústria cultural. Nesse sentido, defendo a utilização do conceito de cultura popular para as manifestações que surgem protagonizadas pelos atores das classes subalternas, mesmo que estas apresentem características e elementos da sociedade de massa, seja em termos nacionais ou internacionais. Não estou concebendo essas manifestações como meras repetições do massivo, mas como expressões que surgem em interação com elementos desse mercado.

A realidade das culturas populares é constituída nesse contexto em que as expressões dos setores subalternos nascem entre os processos de consumo, espetacularização e mundialização que permeiam a dinâmica cultural atual. Mergulhei nessa discussão porque a programação das rádios FMs comunitárias, organizadas por movimentos culturais populares, está em relação com esses eixos. Nesse sentido, meu interesse é entender como as rádios comunitárias colocam-se nesse contexto de exposição cultural do qual minhas observações não devem fugir. Por fim, tenho que considerar a presença da cultura de massa na programação das rádios comunitárias estudadas e fazer nessa investigação uma dupla leitura que pergunta pela natureza e constituição de uma prática de comunicação protagonizada pela classe subalterna. O fator relevante é que o próprio processo de consolidação da indústria cultural e de

mundialização da cultura criar ao mesmo tempo situações que limitam as expressões culturais populares aos modelos produzidos na cultura de massa, mas permite também o desenvolvimento de atividades que superam essa limitação, criando novas perspectivas de expressão e fazendo críticas a esse aprisionamento cultural.

1.4- QUANDO A MÍDIA É QUESTIONADA

Encontrei na programação das rádios Comunitárias FMs estudadas uma forte relação com as expressões culturais populares. Estas expressões embora participem do contexto de exposição e espetacularização hegemônico da sociedade moderna, apresentam críticas às regras impostas pelo mercado cultural segmentado. Tais práticas nascem no interior dessa estrutura hegemônica, trazem em parte características do mercado simbólico, mas estão buscando novos diálogos com esse mercado. Para minhas reflexões essa posição é diferente da anterior porque ao mesmo tempo que está inserida no mercado cultural, expressa claramente uma preocupação com as regras vigentes neste mercado de consumo hegemônico na sociedade moderna e com a lógica do contexto midiático. Pode-se dizer, portanto, que estas práticas culturais criticam este esquema mercadológico. Na representação inicial, os grupos populares traziam um desejo de inserção e exposição, sem apresentar um questionamento, pelo menos que se tornasse explícito, em relação à apropriação que poderiam sofrer no universo cultural legitimado e oficializado. Posteriormente se nota que à medida que se consolidou o processo de industrialização da cultura e firmaram-se as regras do mercado dos bens simbólicos, os processos de apropriação tiveram sua escala de produção e difusão intensificadas pelo mercado industrial. Entretanto, no universo das classes subalternas, embora a cultura de massa esteja cotidianamente presente, encontram-se nesse mesmo contexto manifestações culturais populares que começam a reavaliar as possibilidades de inserção e as relações nesse universo mercadológico da cultura. Apresentarei mais alguns exemplos antes de passar diretamente para a análise dos projetos culturais das rádios comunitárias. Tomarei os exemplos dentro do campo musical a partir das manifestações culturais vividas principalmente pela juventude. Fiz essa opção porque estes dois

fenômenos se manifestaram como principal eixo de minhas observações nas rádios comunitárias. Demonstrarei, portanto, nos próximos capítulos, como as propostas das emissoras comunitárias se encontram pautadas pela difusão musical que por sua vez está ligada às vivências culturais dos receptores. Nesse sentido, as expressões musicais apresentam os principais elementos que conduziram as reflexões dessa investigação.

As preocupações com os processos de apropriação das culturas populares tornam-se evidentes no campo musical. Isso será evidenciado quando forem mostrados os vínculos da música com as mobilizações culturais populares que são gestadas nos grupos populares e em seguida tornam-se alvo atraente para a indústria fonográfica com a qual o rádio manterá fortes relações empresariais. Vou partir dos trabalhos de Abramo (1994) e Silva, J. C. (1998) porque se detêm na análise da produção cultural e musical que abordam o movimento *hip hop* e a manifestação dos *punks* no contexto midiático. Desse modo ficará ressaltado que pouco a pouco a exposição das culturas populares à mídia deixa de ser simplesmente uma busca pela visibilidade e passa a definir modos de participação no mercado cultural legitimado. Alguns grupos culturais populares passam a questionar as formas de relacionamento com a mídia e conseqüentemente repensam a inserção no mercado de bens simbólicos. Penso ser este questionamento algo diferente em relação às posturas anteriores que buscavam apenas se tornar visíveis sem ainda perceber a contrapartida exigida. A grande questão anterior era participar do espetáculo para exibir a realidade do subúrbio cujas manifestações simbólicas estavam sempre nos bastidores das festas e do espaço público. Entretanto, as diversas trajetórias de grupos musicais demonstram que hoje eles participam desse contexto espetacularizado, mas questionam-se, perguntando sobre seu modo de inserção no mercado fonográfico e no contexto da indústria cultural de uma forma mais ampla. Quando procuram as produtoras independentes, estão querendo marcar sua especificidade no mercado fonográfico, embora cheguem à conclusão que essas posturas não têm deixado de levá-los à difusão típica dos modelos massivos. Entendo que essa relação demarca uma forma diferente de interação das manifestações culturais populares no contexto da sociedade moderna nesse novo século. Essa reflexão emerge de minha investigação sobre as rádios comunitárias. Essas emissoras trazem também na sua programação a difusão desses gêneros musicais. Entretanto, pude perceber nas rádios comunitárias uma proposta que

também está preocupada em questionar a lógica da segmentação de mercado hegemônico. Acredito que é dentro de uma outra lógica, diferente da posição mercadológica, que as rádios comunitárias estabelecem sua interação com a cultura de massa.

Meu objetivo na presente pesquisa é tentar compreender essas lógicas através do exemplo das rádios comunitárias. Mas antes é importante perceber como se constitui a relação de conflito entre as manifestações culturais populares e o universo midiático. Na pesquisa realizada sobre as manifestações culturais vividas nos anos 70, Abramo (1994) demonstra a inserção da indústria cultural nas formas de lazer da juventude de uma forma geral. Entretanto, quando trabalha a especificidade de seu objeto de estudo apresentando os *punks* e os *darks* como estilos questionadores dessa estrutura mercadológica, a autora destaca que esses grupos procuravam ter estilos próprios buscando diferenciar-se da produção cultural industrial. Segundo Abramo (1994), a preocupação central dos *punks* e *darks* passou a ser o risco da transformação de seus estilos em modismos e a diluição de seus propósitos no mercado cultural. A autora destaca o constante conflito da exposição e da apropriação das manifestações culturais populares pela mídia na sociedade moderna.. Essa apropriação foi aprimorando-se, à medida que a indústria cultural foi sendo consolidada e tornando-se, no Brasil, uma realidade nos anos 70; viveu-se também nesse período a explicitação da elaboração desse questionamento à exposição no espaço midiático. No entanto, os mesmos grupos que procuram diferenciar-se dessa estrutura precisam dos circuitos da mídia e da indústria cultural para exporem suas idéias. Nessa perspectiva, afirmar que alguns grupos culturais populares questionam a relação que possam estabelecer com o mercado de consumo não significa dizer que estão isentos de se aproximarem desse contexto massivo, pois as manifestações culturais populares estão quotidianamente sujeitas a essa relação contraditória conforme salienta Abramo (1994. p. 90).

Há como que uma luta constante desses grupos na sua relação com a mídia e a indústria cultural, e da qual resulta um equilíbrio instável. Imersos nesse meio e utilizando seus produtos para realizar sua própria e distintiva cultura e identidade, mas ao mesmo tempo desejando formas de exposição e comunicação, o que

inclui a circulação nos meios de comunicação. Esses grupos juvenis estão permanentemente sob o perigo de se verem novamente apropriados pela indústria cultural e padronizados, devolvidos à normalidade como produto da moda e tendo assim seus significados originais diluídos e esvaziados.

Esse parâmetro fica preso à observação do fenômeno de apropriação e reapropriação, que levaria novamente à estrutura estabelecida pelo mercado cultural de massa. Entretanto, o que sugerem também esses estudos é que, em meio a esse conflito, outras estruturas de comunicação e difusão começam a ser propostas por grupos que surgem igualmente no universo das classes subalternas. Normalmente a apropriação que a mídia faz das manifestações culturais populares é apresentada ou percebida como descaracterização e esvaziamento dos bens simbólicos gerados pelos grupos populares. Percebe-se no entanto, que essa é apenas uma face dessa discussão. Silva. J. C.(1998), ao aprofundar a trajetória do *rap* no Brasil e mais precisamente sua organização enquanto movimento *hip hop* na cidade de São Paulo, lança uma reflexão que sugere repensar sobre os processos de reelaboração em outro sentido. O autor conduz a repensar sobre a dimensão da reapropriação cultural quando reflete sobre como o movimento *hip hop* surgiu no Brasil. Não precisou de muitos dados para sugerir que a própria mídia proporcionou essa difusão mundial. A partir da indústria fonográfica o *rap* começou a formar-se no mercado de disco expandindo-se rumo a outros países chegando assim ao Brasil. Esse movimento chegou aqui primeiro através do *break*,¹⁵ difundido como um estilo de dança ainda sem nenhuma vinculação à proposta do movimento *hip hop*. Os principais pontos de divulgação do *break* no Brasil foram o filme *Flash Dance* e os vídeos clipes produzidos pelo cantor Michael Jackson. O modismo via indústria cultural propagou esse estilo de dança nos programas de televisão e até nos shopping centers¹⁶. Silva. J. C. (1998) chama a atenção para a forma complexa do surgimento dessa manifestação cultural popular, mostrando que na contemporaneidade a própria mídia

¹⁵ O movimento *hip hop* integra três expressões artísticas: o *rap*, o *break* e o grafite. Uma proposta ligada às condições de exclusão social, racial, dentre outros temas compõem a temática do movimento que se divulga pela dança, música e artes gráficas.

¹⁶ José Carlos Gomes da Silva destaca que nos tempos de modismo, no início da década de 80, o *break* chegou a ser apresentado em frente a uma loja do Shopping Center Iguatemi em São Paulo . A dança foi utilizada como forma de atrair fregueses (1998 p. 59).

influencia os grupos culturais populares que se manifestam. No caso do *hip hop* que chegou no Brasil através da mídia e começou com a expressão do *break*, gradativamente se manifestou com os cantores de *rap* e com os grafiteiros oriundos da periferia de São Paulo, apresentando mais tardiamente os contornos de movimento cultural. Foi assim que no Brasil o *hip hop* redefiniu suas propostas com trabalhos através do lazer, de críticas à exclusão social, ao racismo, dentre outros problemas que atingem os jovens e as classes subalternas. Como pude observar, o processo de apropriação e reapropriação mostra-se mais complexo do que a simples difusão massiva da indústria cultural. Por esse motivo, a relação entre cultura de massa e culturas populares não pode ser reduzida nem à idéia que fala de uma apropriação que os meios de comunicação fazem das expressões e manifestações culturais populares nem tão pouco, ressaltar as apropriações que as classes populares fazem dos processos massivos na sociedade moderna. O que temos na verdade, são apropriações que obedecem a lógicas diferenciadas. Apresentarei um último exemplo que nos levará à análise das rádios Mandacaru e Casa Grande FM.

Quando emergiu no Brasil a moda do *rap* e do *break*, a divulgação no rádio FM em São Paulo era organizada pelas equipes promotoras de bailes *blacks* que se estruturaram desde os anos 70 nas periferias da cidade. Essas equipes assumiam posturas profissionais e exploravam uma demanda de lazer da juventude pobre que vinha se formando à medida que esse seguimento passou a representar um possível consumidor ao engajar-se na esferas do trabalho.¹⁷ Com interesses mercadológicos, mesmo que em escala de mercado diferenciada no processo de consumo cultural, as equipes de bailes *blacks* foram ocupando horários pagos nas FMs comerciais. Portanto, em termos de produção radiofônica, a presença da produção específica de programas de *rap* não corresponderá à mesma lógica dos programas que surgirão nas rádios comunitárias organizadas por movimentos culturais populares. Nos programas das equipes promotoras de bailes *blacks*, os grupos permanecem sendo vistos apenas como consumidores de modismos, enquanto nas rádios comunitárias, mesmo no meio de

¹⁷ As reflexões sobre o potencial da juventude como grupo consumidor têm sido aprofundadas nas pesquisas que problematizam a temática da juventude no campo das ciências sociais. Nesses trabalhos são demonstradas as proporções em que os jovens, oriundos das classes subalternas, entram no mercado de trabalho e iniciam sua trajetória no mundo do consumo, aparecendo como demanda para o mercado cultural. No caso das equipes de bailes *blacks* temos uma fatia de mercado cultural que será ocupada por esses pequenos empresários da cultura.

ambigüidades, o trabalho com as equipes produtoras e com os receptores procura reconstruir a dimensão do encontro e a articulação entre os receptores conforme apresentarei nos próximos capítulos. É, portanto, dessas expressões culturais populares inseridas no contexto da sociedade “massificada” que estou falando. Ao estudar as expressões que se constituem interagindo com a cultura de massa, ao mesmo tempo, observei que estas podem apresentar críticas e repensar a lógica da indústria cultural.

No caso das rádios comunitárias, observo que essas práticas se preocupam com uma difusão diferenciada das manifestações culturais na sociedade moderna. Essas emissoras explicitam uma outra lógica que objetiva considerar a pluralidade e a identidade cultural de grupos e indivíduos na segmentação da programação. Essa lógica se concretiza sem reproduzir a segmentação de mercado e a circulação da cultura de massa voltada principalmente para um mercado já segmentado. Essa opção, dada pelas emissoras comunitárias, pode parecer frágil no caso das rádios organizadas por movimentos sociais e culturais populares, mas representa um outro modelo que as manifestações culturais populares encontraram para inserirem-se no processo de circulação cultural. Para nossas reflexões fica o questionamento que pergunta pelas lógicas que se interpõem nesse contexto. A primeira é social e procura trabalhar a partir da demanda cultural de grupos sociais e culturais populares, explorando as especificidades dos consumidores que correspondem à diversidade social existente. A segunda é uma lógica de mercado, na qual os consumidores são segmentados e fragmentados como personagens generalizadas. Na verdade, essa é a lógica hegemônica e corresponde à articulação cultural mercadológica que representa os interesses comerciais do mercado cultural no capitalismo.

Os grupos de *punks*, *darks*, *rappers*, dentre outros, vivem em confronto com essas lógicas, surgem nesse universo, passam a propor uma lógica que se articula com convivências identitárias e coletivas. Esses grupos criam formas de expressão cultural e estilos de vida de modo que os símbolos que os representam estão ligados às suas vivências culturais. Essa ligação é um dos fatores que proporciona essa diferenciação, pois no momento em que estes símbolos são transformados em modismos, percebe-se que os elementos que estavam ligados às vivências dos grupos perdem a interação com o cotidiano que os criaram e ganham a forma de produtos vazios

que não se identificam mais com as práticas culturais que os originaram. Na verdade, passam a ser produtos consumidos individualmente por pessoas que não estão ligadas diretamente à lógica da criação das vivências em que foram gestadas. Portanto, creio que vale salientar que as produções da indústria cultural que reproduzem expressões das classes populares não apresentam mais as mesmas manifestações culturais, pois como ressalta Abramo (1994, p. 94), a colocação dos produtos culturais no mercado corresponde a apropriações dos símbolos e estilos de vida, de manifestações culturais que agora aparecem esvaziados, como produtos de consumo.



2.- RÁDIOS COMUNITÁRIAS: DA POSIÇÃO POLÍTICA AO UNIVERSO CULTURAL

2. 1- AS EXPERIÊNCIAS PIONEIRAS

A utilização clandestina do rádio começou no início do século XX e teve como exploradores tanto militantes políticos como movimentos de oposição. A princípio eram raras, mas dos anos 70 em diante multiplicaram-se na Europa e posteriormente nos anos 80 e 90 surgiram em grande quantidade no Brasil . Paralela a essa história não oficial do rádio, situa-se a trajetória do rádio comercial e estatal que representa em termos de registros oficiais a história legitimada da radiodifusão.¹⁸

São raros os trabalhos que documentam e discutem sobre as primeiras experiências clandestinas do rádio. Encontrei apenas poucos registros que mencionam a

¹⁸. O livro: *História de la rádio y la television* de Pierre Albert e André Jean Tudesq fornece informações que trazem detalhes para afirmar que na maioria dos livros que documentam a história oficial do rádio encontram-se registros de que a utilização oficial do rádio ocorreu pela via comercial ou estatal, ambas incluindo as concessões dadas pelo Estado. Nos Estados Unidos a implantação do rádio se realizou com plena liberdade para as empresas capitalistas. Entre 1925 e 1926, o rádio contava com grandes redes e já constituía-se a primeira cadeia, a NBC (National Broad Casting Corporation). Em 1921 o país contava com 50.000 aparelhos receptores e em 1930 já existiam 10 milhões. A programação das emissoras era composta basicamente por publicidade, músicas e diálogos de humor. Em 1930 a publicidade já representava um negócio de 60 milhões de dólares .Na Europa, o rádio desenvolveu-se mais lentamente com diferenciações em cada país, mas, de uma forma geral, as emissoras eram estatais controladas pelo Estado. Embora tenham existido rádios privadas, o controle era restrito ao Estado que incentivou as emissoras estatais com programas de músicas eruditas e líricas, bem como a transmissão de palestras.No Brasil, no início da radiodifusão, predominou uma programação séria ao estilo europeu. Esse modelo de programação incluía a transmissão de palestras e óperas, compondo o que Roquette Pinto chamava de rádio com função educativa. Esse foi o estilo de rádio que predominou até a consolidação das emissoras empresas, desenvolvidas a partir da década de 30, quando o rádio passou a ter uma utilização comercial e política a partir do governo Vargas. Comprometido prioritariamente com os interesses comerciais e políticos, o rádio brasileiro é, portanto, concedido pelo Estado que prioriza a concessão a políticos e a empresários. A concessão de canais de rádio compete ao Presidente da República com aprovação do Congresso Nacional. A política de concessão tem caracterizado-se como uma política clientelista, na qual os meios de comunicação se transformam em instrumentos de barganha política. Um exemplo dessa situação é que a maioria das concessões se encontra nas mãos de políticos e empresários.Nesse sentido, o surgimento das rádios comunitárias não representa o questionamento ao monopólio estatal, na verdade, as rádios comunitárias no Brasil questionam o processo de concessão das emissoras, fazendo direta e indiretamente parte do movimento de democratização da comunicação nesse país.

existência dessas práticas, destacando a 1 participação mais direta das emissoras clandestinas nos processos de oposição política e nas mobilizações sindicais (Machado, Magri & Mazagão, 1986; Nunes, 1995; Peruzzo, 1998). No entanto, no decorrer da década de 70 e 80, a utilização eminentemente de oposição política do rádio clandestino abriu espaço para uma proposta política com ênfase nas expressões culturais plurais de movimentos sociais e culturais populares. Partindo dessa observação, objetivo identificar o trajeto em que ocorre a aproximação entre as práticas políticas e culturais dos movimentos sociais populares (particularmente a trajetória das rádios comunitárias) e a produção cultural industrializada. Pretendo evidenciar nesta pesquisa o resultado de interações que se configurou ao longo do processo histórico explicitado na segunda metade do século XX.

Historicamente, tem-se a existência de rádios dirigidas por militantes de esquerda Na década de 20 surgiu na Áustria uma emissora “livre” sob a gestão de um sindicato; nos Estados Unidos, a Federação do Trabalho explorou uma estação radiofônica e nos Países Baixos surgiu a União das Rádios Operárias. Em 1929, a Conferência Internacional dos Sindicatos Revolucionários foi dedicada exclusivamente ao rádio (Machado, Magri & Mazagão, 1986). No decorrer dos primeiros cinquenta anos do século XX, teve-se o surgimento de emissoras isoladas, na sua maioria experiências ligadas à oposição, abordando temáticas revolucionárias e libertárias. Nesse gênero, em 1959, surgiu em Cuba a Rádio Rebelde. Nas palavras de Che Guevara citado por Machado, Magri & Mazagão (1986) pode-se perceber essa emissora funcionou como arma política na revolução cubana:

A importância da rádio é capital. Num momento em que todos os habitantes de um país ardem na febre de combater, a força da palavra aumenta essa febre e se coloca a cada um dos combatentes. Ela explica, ensina e excita, determina entre amigos e inimigos as futuras posições. Mas o rádio deve obedecer ao princípio fundamental da propaganda popular que é a verdade. Uma pequena verdade, mesmo quando tem pouco efeito, é preferível a uma grande rotina vestida de gala. (Machado, Magri & Mazagão, 1986. p. 96-97).

Na Bolívia, as rádios mineiras representaram o uso clandestino do rádio pelos trabalhadores e sindicalistas das minas. As experiências surgiram desde 1947 com a instalação da Rádio Sucre, criada por professores normalistas no distrito de Catavi-Siglo XX-Llallagua. Pela primeira vez notícias sobre as minas foram prioridade no rádio boliviano. Durante a guerra civil, em 1949, a rádio Sucre, emissora pioneira, foi localizada e destruída. Esta experiência foi considerada um prenúncio do Movimento Revolucionário de 1952. Este movimento levou ao poder o Movimento Nacionalista Revolucionário e com ele houve o ressurgimento e uma atuação mais livre para as rádios mineiras. A rede de rádios mineiras chegou a quase trinta emissoras entre 1957-1964. Esse período antecede a ditadura, quando as rádios atuaram com uma programação de resistência, transmitindo partidas de futebol, músicas rancheiras argentinas e bolivianas. As informações transmitidas reuniam notícias sindicais e esportivas. Nesse momento, a tonalidade da programação apresentava o cotidiano de festas e aniversários do universo cultural dos mineiros e a divulgação da luta sindical propriamente política. Entretanto, com a ditadura, as rádios foram perseguidas e durante alguns anos fechadas. O episódio de 1963, quando as rádios mineiras negavam-se a fazer propaganda política dos candidatos à presidência, culminou com a perseguição às rádios, ocasionando o fechamento de muitas emissoras, a partir do golpe militar.

Em fins de 1963, quando Victor Paz Estensoro postulava novamente (pela terceira vez) a presidência pelo Movimento Nacionalista Boliviano, agora acompanhado pelo general Barrientos como candidato a vice-presidente, anunciou-se a visita deste último a Huanuni para a campanha eleitoral. O subprefeito da província, munido de seus poderes de primeira autoridade, providenciou e tratou de obrigar a direção da emissora a divulgar de forma insistente um convite ao povo e a todos os trabalhadores para assistirem a recepção triunfal do general e posterior concentração na praça principal onde seria proclamado pelos mineiros a candidato à vice-presidência da Nação. A negativa da emissora provocou a primeira agressão armada às rádios mineiras. (Camacho, 1987. p. 116).

Durante a ditadura militar, as rádios mineiras tiveram uma atuação que variou entre tempos de repressão intensa e clima de maior liberdade. Com Barrientos (de 1964-1968), as rádios foram reprimidas. Durante o governo progressista dos ditadores,

Orlando e Torres (1969-1971), as rádios mineiras foram reabertas. As emissoras foram silenciadas novamente em 1971 com o motim fascista que pôs fim ao governo do General Torres. Nesse período de ditadura, as rádios mineiras participaram da Frente das Unidades Democrática e Popular no processo de democratização até 1980, quando outra vez foram silenciadas.(Camacho, 1987)

Para esse estudo é importante ressaltar que nos momentos em que estiveram mais livres, as emissoras divulgaram o folclore e as festas populares na Bolívia, mantendo um vínculo maior com o contexto cultural dos ouvintes. Entretanto, nos momentos de maior repressão e principalmente de 1971 a 1980, tiveram uma programação de resistência e articulação voltada para o debate político.

A grande cadeia mineira cumpriu um papel de primeiríssima ordem na resistência, pois através dela podemos conhecer a situação dos diferentes distritos mineiros do país, conversas entre dirigentes e bases e fazer conhecer a todo o país que o proletariado mineiro estava firme em seu posto de combate. Com o passar dos dias, uma a uma das rádios mineiras foram caladas, na medida em que as tropas assaltavam os diferentes distritos mineiros do país. (Camacho, 1987. p. 122).

No mesmo período em que surgiram as rádios mineiras e a Rádio Rebelde, na Inglaterra, surgiram as rádios piratas que politicamente tiveram outro significado na utilização clandestina da radiodifusão. As rádios piratas foram um fenômeno tipicamente inglês. No final dos anos 50, algumas emissoras foram montadas em barcos com programação tipicamente norte-americana, representando uma tentativa de instalação na Inglaterra do estilo comercial de rádio dos Estados Unidos. Esse fenômeno procurou derrubar o modelo estatal e clássico do rádio europeu. As emissoras piratas eram financiadas por multinacionais, como a Ford, a Lever ou a American Tabaco. Até o surgimento das rádios piratas inglesas, a utilização ilegal do rádio representava uma bandeira política, mas na Inglaterra essa utilização ganhou um caráter comercial.

Na Itália, em 1975, a crise no monopólio estatal de radiodifusão não representou apenas a imposição do modelo comercial norte-americano às rádios piratas

inglesas. Desde o início, as rádios alternativas ao modelo estatal italiano dividiram-se em dois grupos. De um lado ficavam aquelas ligadas aos interesses comerciais com objetivos de explorar o rádio exclusivamente como veículo lucrativo e publicitário. Do outro lado encontravam-se as emissoras ligadas aos movimentos contestatórios ou ainda a grupos quase sempre identificados com a nova esquerda ou aos grupos de natureza política e cultural que não mais se encaixavam nos antigos partidos comunistas. No caso italiano, o monopólio estatal tornou-se insustentável. Entretanto, enquanto as emissoras voltadas aos interesses comerciais receberam o apoio do Estado, a repressão às emissoras livres identificadas com os grupos culturais e com a nova esquerda européia foi severa. Para ter-se uma idéia, em 1978, a Itália contava com 2.275 emissoras e 90% dessas rádios emitiam uma programação eminentemente comercial, conforme o modelo norte-americano do rádio como empresa lucrativa.

Na experiência italiana destacou-se também a presença de uma nova sensibilidade política que não teria surgido no espaço dos partidos e parlamentos com estruturas tradicionais. Nestas experiências foi dada ênfase aos grupos de bairro, de jovens, de consumidores, étnicos, de mulheres, dentre outros grupos como os principais protagonistas das rádios livres organizadas pelos novos movimentos sociais. Além desses grupos, os temas por eles abordados representaram uma mudança em relação aos objetivos gerais dos partidos e sindicatos de tradição marxista ortodoxa. Receitas, horóscopos, músicas clássicas, canções políticas e *rock'n'roll* misturavam-se a *slogans* de manifestações e a zoeiras de festas.

Na França, no período de 1977 e 1983, tal como ocorreu na Itália, surgiu uma multiplicidade de rádios. O movimento de rádios livres francesas é dividido em dois momentos, antes e depois da tomada do poder pelos socialistas, liderados por François Mitterrand em julho de 1981. Durante o governo de Giscard d'Estaing, as emissoras livres tiveram vida efêmera e foram perseguidas. A centro direita defendia a continuidade do rádio lucrativo e criticava a excessiva estatização das rádios francesas. Esse segmento apresentava-se favorável aos militantes de esquerda e aos novos movimentos sociais na França que defendiam o uso livre da radiodifusão. No meio desse cenário complexo, existiram nesse primeiro momento, emissoras pitorescas como a Fio Azul, criada por Giscardistas para fazer oposição aos socialistas. Existiram também

emissoras difusoras das causas trabalhistas com representação popular. Foi o caso da rádio Coração de Aço, criada pela Central Sindical do Partido Comunista Francês. Essa emissora foi criada na cidade de Lonquay, depois que uma siderúrgica da cidade anunciou a demissão de 2000 pessoas. Aos poucos a emissora passou a transmitir programas de ginástica, esporte, programas de *jazz* e leituras críticas de jornais. De certa forma, a emissora fugiu ao controle do Partido Comunista que logo procurou fechar a rádio. Mais uma vez percebe-se a gradativa mudança da programação cultural, substituindo os objetivos mais gerais defendidos pelos partidos de esquerda nas experiências socioculturais e comunicativas.

Em termos gerais, os transgressores do rádio receberam muitas e/ou foram presos, entretanto, a partir de 1981, após a vitória de Mitterrand, ocorreu uma explosão no surgimento de rádios livres. Entre as rádios que surgiram era identificada uma diversidade na organização da programação. Existiam emissoras especializadas em música jovem, outras ligadas às minorias gays e uma outra parcela identificada com os bairros e comunidades locais.

Nesse segundo período as rádios francesas tiveram que enfrentar a legalização burocrática socialista. Ao contrário da legalização italiana que deu ênfase à competência técnica com a liberdade da utilização publicitária, a legislação francesa deu destaque aos partidos, ao poder local e aos organismos corporativos e sindicais. Não foi dado apoio e legitimidade às rádios criadas pelos grupos dos novos movimentos sociais que se organizavam na França daquele período.

Suponho que a investigação da programação dessas emissoras possibilitaria perceber as transformações culturais ocorridas na Europa nesse período, entretanto, os trabalhos que apresentam o fenômeno das rádios livres relatam apenas dados genéricos sobre a programação dessas emissoras e não explicitam informações sobre os programas emitidos. Por esse motivo, não se pode retomar detalhadamente as experiências italianas e as demais práticas de rádios livres européias e latino-americanas, apresentadas até o momento. Nesse sentido, essa descrição será feita a partir da realidade das rádios comunitárias brasileiras. A leitura sociocultural das rádios e dos universos de seus ouvintes na sociedade de massa será melhor descrita e refletida nos próximos capítulos quando retratarei o cenário brasileiro das rádios comunitárias na década de

noventa, descrevendo com detalhes a programação e a proposta comunicativa das rádios comunitárias situadas no Ceará .

2.2- BRASIL: AS EMISSORAS EXÓTICAS, PARTIDÁRIAS E SÓCIOULTURAIS.

No Brasil, até a década de 80, o uso clandestino do rádio era fruto de iniciativas individuais ou propostas exóticas que não deixavam de ter uma tonalidade de crítica ao monopólio da comunicação neste país.

A primeira experiência foi a da rádio Paranóica de Vitória (ES), criada em outubro de 1970, e fechada em fevereiro de 1971; seus idealizadores foram dois irmãos, na época com dezesseis e quinze anos, cujo interesse era tão somente fazer rádio, o que não impediu que o mais novo fosse preso, acusado de subversão, algo que nem conhecia, assim como não tinha nem ligação com grupos de esquerda. A emissora tinha o mote “Paranáica, a única que não entra em cadeia com a Agência Nacional”. Apesar de ter sofrido intervenção voltou a funcionar em 1983 e continua no ar ainda na segunda metade dos anos noventa, com o nome de Rádio Sempre Livre. (Peruzzo, 1998. p. 243).

No mesmo gênero, a cidade de Sorocaba teve mais de cinquenta emissoras entre 1982 e 1983. Na cidade de São Paulo também surgiram muitas emissoras. Mas todas as práticas nesse período eram vivenciadas por jovens amantes da tecnologia, predominando na programação das emissoras o senso de ironia. Entretanto, durante a década de 80 começaram a surgir experiências isoladas de rádios livres organizadas por sindicatos e por segmentos do movimento popular nos bairros de periferia.¹⁹

O primeiro encontro de rádios livres aconteceu após um refluxo do movi-

¹⁹ A denominação de rádios livres seguiu o exemplo das experiências na Europa, entretanto, no Brasil, a existência de radiadoras, sistemas de alto-falantes, no seio dos movimentos sociais urbanos, recebeu a denominação de rádios comunitárias. Essa denominação influenciou posteriormente a nomeação das rádios livres que passaram a ser chamadas também de rádios comunitárias.

mento. Em 1986 realizou-se no Circo Voador, no Rio de Janeiro, um evento festivo que representou a primeira tentativa de reunir as rádios livres. Nesse momento criaram-se duas entidades: a Associação Brasileira das Ondas Livres do Ar, ABOLA, e a Cooperativa de Rádios Livres do Brasil, CORA-LIBRA. Mas foi em 1989 que a diretoria da União Nacional dos Estudantes organizou o I Encontro Nacional de Rádios Livres com a participação de dez representantes de estados. Na época nem todos os presentes participavam de emissoras, mas saíram do encontro estimulados a criar esses canais de comunicação. Esse encontro aprovou a criação de um Coletivo Nacional de Rádios Livres, CNRL. Em 1990, foi realizado o II encontro com a participação de outros países (El Salvador, Argentina e Moçambique). Esse evento refletiu que o movimento pela democratização da comunicação existente no Brasil devia ser integrado à luta das rádios livres. Foi esse encontro que mobilizou a criação dos comitês pela democratização da comunicação que ocasionou posteriormente a criação do Fórum Nacional de Democratização da Comunicação (FNDC). Somente em 1993, o movimento das rádios livres passou a fazer parte oficialmente do FNDC. Nesse sentido, percebemos como os processos se articulam, incluindo a problemática da radiodifusão como um exemplo de experiências concretas que passou a reger a principal pauta de discussão da democratização da comunicação no Brasil. Como se vê, esse já era um problema que ocupava proporções em termos mundiais, uma vez que não se pode deixar de considerar na mobilização brasileira nesse campo a influência das rádios livres da França e da Itália.

Uma das preocupações iniciais do movimento na década de setenta que posteriormente deu origem ao fórum e à organização de entidades defensoras das rádios comunitárias no plano da sociedade civil, foi o enfrentamento para impedir a implantação da TV a cabo sem um processo de discussão com o conjunto da sociedade. Em julho de 1984, nasceu a Frente Nacional de Lutas por Políticas Democráticas de Comunicação. Segundo Peruzzo (1998. p. 245), essa articulação teve um importante papel no debate sobre a estrutura dos meios de comunicação no Brasil, mas embora a frente tenha participado do processo de elaboração da Constituinte em 1988, não conseguiu grandes avanços para o texto da nova lei. O movimento conseguiu apenas que

a aprovação de canais de concessão de rádio e televisão deixasse de ser exclusividade do Presidente da República e passasse a ter também a aprovação do Congresso Nacional.

Em 1990, após diversas reuniões entre artistas, militantes de esquerda e intelectuais, surgiu o Comitê pela Democratização da Comunicação do Rio de Janeiro. No ano seguinte, o Brasil já contava com sete comitês (SC,RJ, SP,GO, MG, DF e MT). Com a reunião dessas comissões, foi organizado finalmente o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação que, em 1995, tornou-se uma entidade civil sem fins lucrativos, organizada nos moldes das ONGs, com a diferença de ser composta por outras entidades. Nesse momento, o movimento de rádios livres que se organizava no Brasil já iniciava sua integração no processo de democratização da comunicação. Esse movimento ficou restrito ao universo dos jornalistas, ganhando projeção somente após a ampliação do movimento de rádios livres no Brasil que deu origem, em 1996, à criação da Associação Brasileira de Rádios Comunitárias, ABRAÇO. Essa entidade manteve uma ligação maior com os movimentos sociais e culturais que também passam, na década de 90, a organizar rádios comunitárias populares.

Enquanto ocorriam as mobilizações pela Democratização da Comunicação e sua articulação com a organização e a defesa de rádios livres no Brasil na década de 80, no campo dos movimentos sociais urbanos em todo o país, surgiam experiências com radiadoras ou sistemas de alto-falantes . Esse movimento realizou inclusive dois encontros nacionais, um em São Paulo e outro no Rio de Janeiro, ambos na década de 90. Essas práticas eram chamadas de rádios comunitárias, embora não passassem de radiadoras, sistemas de alto-falantes que faziam programas com músicas e notícias em horários em que não fossem incomodar os ouvintes. (Oliveira, C. T.,1994; Peruzzo, 1998; Rocco, 1998).

O que acontecia de forma isolada integrou-se pelo menos através da terminologia, quando em 1995 foi assumida a denominação Rádios Livres e Comunitárias para as experiências brasileiras durante o I Encontro de Rádios Livres e Comunitárias. Em 1996 já havia sido criada a Associação Brasileira de Rádios Comunitárias – ABRAÇO que passou a definir rádios comunitárias como aquelas que operam sem fins lucrativos, têm gestão pública e têm uma programação plural. É bem verdade que essa discussão já estava presente nos primeiros debates das rádios livres no

Brasil e sofreu pequenas modificações nos debates que fizeram parte da articulação desse movimento. Em termos legais a definição do uso das rádios comunitárias foi regulamentada pela Lei 9. 612 que deveria representar uma conquista do movimento das rádios livres, mas que significou, na realidade, muitas restrições a essas práticas.²⁰

Com a mobilização e o crescimento das rádios comunitárias no Brasil, o que mudou foi que na década de 90, as rádios livres, posteriormente chamadas de rádios comunitárias, passaram a ser uma iniciativa não mais de jovens amantes da tecnologia, restrita ao eixo Sul e Sudeste do Brasil, mas constituíram-se em experiências existentes por todo o território brasileiro, envolvendo também iniciativas dos movimentos sociais e culturais populares. É importante, entretanto, ressaltar que a ampliação do número de rádios e sua vinculação aos movimentos sociais e culturais populares, trouxe também o aparecimento de emissoras financiadas e promovidas por políticos e por comerciantes e religiões evangélicas²¹. Na verdade, esses tipos passaram a constituir a maioria das emissoras. O aumento do número de rádios trouxe outras questões para aqueles que pensam o processo de democratização da comunicação: além da natureza e das modificações nas propostas das emissoras, passaram a existir questões referentes à condução política e cultural das mesmas, as quais constituem hoje problemas para o movimento de democratização da comunicação.

Esse movimento ocasionou o surgimento de aproximadamente 15000 emissoras clandestinas no Brasil, entre 1998-1999²². Entretanto, em meio a emissoras ligadas a militantes de esquerda e a movimentos culturais e populares, a maioria dessas novas rádios são organizadas por políticos (deputados, vereadores e prefeitos) ou pelos pequenos comerciantes e empresários da cultura local. Essa multiplicidade no processo de utilização do rádio assemelha-se à situação ocorrida na Europa. Entretanto, no Brasil, não se teve a implantação do rádio comercial em oposição ao modelo hegemônico do

²⁰ A lei 9. 612, aprovada em fevereiro de 1998, dispõe de artigos que regulamentam a radiodifusão comunitária sob condições restritas: de potência, participação da sociedade civil, formação de redes, garantias de funcionamento na zona rural, possibilidades de explorar os apoios comerciais etc. Na verdade, essa lei recebeu o protesto do movimento de rádio comunitárias, mas até 2000 era o único dispositivo que amparava as emissoras de forma restrita sem garantir o funcionamento das emissoras às visitas da Anatel.

²¹ Nunes (1995) constata que somente na cidade de São Paulo essa divisão, em 1994, ficou em: 44% de emissoras comerciais evangélicas e 24% comerciais musicais.

²² Dados apresentados pelo juiz Paulo Fernando da Silveira de Minas Gerais em sessão na Câmara dos Vereadores de Fortaleza, 1999.

rádio estatal, mas a ampliação dos interesses comerciais na radiodifusão e o fortalecimento de sua utilização pelos políticos. De outro lado, encontram-se as emissoras organizadas pelos movimentos sociais e culturais populares. Essas últimas inserem-se também no contexto comercial e publicitário do rádio que constituem a comunicação de massa. Com base nessa situação é que pergunto pelo propósito da programação e da gestão dessas emissoras. Acredito que essas rádios, em particular, por serem organizadas por movimentos sociais e culturais populares, apresentam um projeto de comunicação que se diferencia da lógica cultural do mercado simbólico hegemônico, difundido nos processos de comunicação da Indústria cultural.

Minha hipótese é que essas práticas radiofônicas fazem um cruzamento dos processos de mobilização dos movimentos sociais com elementos dos processos de massificação e mundialização da indústria cultural. Essa capacidade de interação entre duas lógicas diversas é que constitui as falas e expressões dos movimentos sociais e culturais populares atuantes nos anos 90-2000 . Demonstrarei nos próximos capítulos através da programação das rádios comunitárias brasileiras e da vivência cultural de seus ouvintes, como os projetos culturais dessas emissoras são elaborados e relacionam-se com as vivências culturais dos rádio-ouvintes nos momentos de escuta sonora.

No universo das 15.000 emissoras FMs comunitárias atuando no Brasil, fica difícil precisar o número de emissoras organizadas por movimentos sociais e culturais populares. É notório que esse número é reduzido em relação às emissoras comunitárias organizadas por políticos e pequenos empresários. A realidade de Fortaleza pode situar melhor essa situação. De cinquenta emissoras apenas cinco têm a gestão de grupos culturais e de organizações populares²³. São rádios que funcionam com a participação de grupos de regueiros, membros do movimento *hip hop*, lideranças populares, participantes dos movimentos de mulheres, professores de ensino fundamental e médio, desportistas, comerciantes ambulantes, aposentados, estudantes, capoeiristas e sindicalistas. O que chamou minha atenção para a pesquisa, sem dúvida, não foi o processo democrático, ponto chave do Movimento de Democratização da Comunicação no Brasil. Diante do número pequeno de emissoras comunitárias organizadas por movimentos sociais e culturais populares, essa pesquisa está

construindo a relação que essas rádios mantêm com os ouvintes no contexto a sociedade de massa. A observação das emissoras despertou minha curiosidade em compreender não a questão da mídia e da política presente na trajetória do rádio desde a sua origem²⁴ e acentuada mais ainda com a utilização das rádios comunitárias promovidas por políticos. Na verdade, quando a produção dos programas das rádios comunitárias e a construção de sua audiência na relação com os ouvintes são analisadas, percebo que essas emissoras apresentam a diversidade da sociedade de massa e enfatizam uma composição heterogênea que ressalta o dinamismo dos grupos de receptores na sociedade, estrategicamente camuflados na variedade fragmentada da programação das rádios que seguem o modelo comercial.

A constituição da heterogeneidade cultural torna-se uma discussão quando é ampliada a afirmação já recorrente de que o Brasil não é uma sociedade homogênea, e passa-se a explicitar o que implica ser diverso e heterogêneo, explorando, principalmente, a constituição das vivências e grupos que representam essa diversidade cultural na sociedade brasileira com características mundiais.

Ao observar a programação das rádios comerciais, percebi que a diversidade se apresenta na forma de variedades culturais e informativas, os programas tocam tudo alternando os ritmos musicais e as informações. Em geral toca-se, por exemplo, um *rock*, seguido de uma canção sertaneja, um pagode, uma informação, uma piada ou diálogo de humor para novamente tocar uma canção sertaneja e uma música internacional. O movimento do dial da rádio comercial pelos receptores não deixa clara a representação sociocultural do ouvinte. Algumas vezes as rádios segmentam sua programação entre as emissoras voltadas para o público jovem, definido de uma forma genérica; os ouvintes universitários, professores e profissionais liberais encarados como um público mais clássico e as rádios do povão, identificadas por sua popularidade nos setores das classes subalternas. Nesse caso, a segmentação procura explicitar a variação de idade e de capital cultural, quando na realidade essa complexidade é mais ampla na sociedade brasileira. Elas simplificam as vivências culturais dos receptores ao não

²³ Dados fornecidos pela Associação de Rádios Comunitárias- Centro de Produção em Comunicação Alternativa, ARCOS-CEPOCA, de Fortaleza em 1999.

²⁴ Na década de 90 a linha de pesquisa de mídia e política, presente em instituição como a ANPOCS, realizou trabalhos com essa temática, incluindo o rádio como objeto de estudo.

explorar a constituição e atuação social individual e coletiva dos ouvintes. O mesmo acontece com as emissoras FMs comunitárias organizadas por políticos ou comerciantes. Os programas são shows de variedade musical e publicidade. Quando exploram os programas temáticos de *reggae* ou *funk* ficam centradas na difusão de etiquetas, comerciais e promoção de bailes ou bares.

Na programação das rádios comunitárias encontram-se os programas de variedades e a divulgação dos bailes e promoção de bares, mas o eixo básico dos programas é formado por transmissões temáticas e/ou pela difusão de mensagens educativas que permeiam a programação das emissoras. Os programas temáticos são organizados por regueiros, membros do movimento *hip hop*, capoeiristas, grupos de tradições culturais dentre outros, e desse modo, os receptores aparecem com suas individualidades, o que permite identificar as diferenças entre os jovens e adultos sem criar uma nomeação genérica para cada categoria. A programação não se refere ao público jovem, mas aos diversos grupos e galeras que convivem na esfera social e cultural. Por sua vez, essa diversidade identificada no público não é sinônimo de variedade como fazem crer as programações das rádios comerciais, mas fazem parte de vivências culturais específicas que podem ser encontradas na “sociedade de massa”.

Embora esteja analisando os jovens do ponto de vista que delimita a juventude das classes populares, pude perceber que a proposta básica das rádios comunitárias é a integração de grupos e galeras e a difusão dos gêneros musicais particulares a cada grupo, com a explicitação e a divulgação das composições que não são legitimadas ainda pela mídia. Em alguns casos tem-se como resultado a articulação entre membros dos movimentos culturais que estão à frente dos programas. Entretanto, a expressão desses movimentos, através das rádios comunitárias, não está mais explicitamente ligada a objetivos revolucionários ou às mobilizações sindicais e suas lutas políticas, nem separam mais o massivo, considerado alienado, do popular revolucionário, idealizado pelas esquerdas. Não estou inovando nenhuma discussão, mas aprofundando as investigações que perguntam pela produção cultural dos movimentos sociais e culturais populares no processo de massificação da sociedade. Quando fiz essa discussão estava perguntando por que os processos de mobilização têm sido sempre isolados dessas reflexões e as investigações não tomaram a produção cultural dos

movimentos sociais inserida na sociedade de massa ? Nesse trabalho historicizei a trajetória dos movimentos sociais populares e de sua produção cultural no universo do consumo, inserido no mercado de bens simbólicos, constituído em termos mundiais. Considero essa questão importante porque acredito que essa transformação encontra-se no âmbito da sociedade de massa e está refletida nas expressões sociais e culturais que são gestadas nesse universo social .

Ao fazer essa comparação e evidenciar as reflexões sobre a constituição da diversidade cultural que existe na sociedade moderna do final do século, discutirei o que foi apresentado antes através de literatura especializada como processo de massificação e homogeneização. Entretanto, meu interesse não é simplesmente contrapor heterogeneidade cultural às discussões sobre massificação e homogeneização, pois sei que é fácil aceitar as posições que negam a homogeneização cultural na sociedade de massas e apresentar a idéia de heterogeneidade nas abordagens culturais. O problema não é constatar a diversidade cultural, mas discutir a constituição dessa heterogeneidade. Tem sido afirmado e demonstrado também que dentro de uma sociedade que explicita um mercado de bens simbólicos identificado com uma indústria cultural, a diversidade constitui-se a partir do próprio contexto do massivo. Explicando de outra forma, pode-se dizer que as rádios comunitárias, organizadas pelos movimentos sociais e culturais populares, expressam em seus programas manifestações culturais populares organizadas a partir de demandas da sociedade de massa. Nesse sentido, é a partir do massivo e não do que é externo a ele que se evidencia a constituição das diversidades nas manifestações culturais populares. As diferenças culturais ligam-se, portanto, às mobilizações sociais populares que se cristalizaram nas últimas décadas.

Meu objetivo com esse trabalho é entender por quais caminhos passam as mobilizações da sociedade, uma vez que tem sido ressaltado que não se encontra mais a valorização primordial dos movimentos proletários como objeto de estudo. O trabalho não é mais considerado como a causa central das mobilizações na sociedade. Para chegar a essas reflexões existiu, em primeiro lugar, uma rediscussão na própria teoria marxista, fazendo a revisão de sua ortodoxia. Posteriormente aconteceu a estruturação da teoria dos novos movimentos sociais que fez a reflexão sobre as ações socioculturais no cotidiano e no espaço urbano. No entanto, são raros os trabalhos que se dedicam a

entender os processos de mobilização através da cultura, levando em consideração a inserção da produção cultural dos movimentos sociais e culturais populares na sociedade de massa do final do século XX e início do século XXI. Percebo que essa pesquisa é um momento para ampliar essa discussão já iniciada nos trabalhos que enfocaram as reflexões sobre o lazer no espaço dos movimentos sociais e nos bairros de periferia, quando muitos teorizavam prioritariamente sobre suas questões materiais. Na investigação sobre as rádios, a presença de programas e gêneros também veiculados na comunicação de massa foi o primeiro elemento que chamou atenção para pensar sobre o perfil cultural dessas práticas, bem como compreender sua inserção no processo de comunicação e de lazer dos receptores.

2.3- VIDA E PRODUÇÃO CULTURAL NO COTIDIANO POPULAR

Quando organizadas por movimentos sociais e culturais populares, as rádios comunitárias FMs representam parte da produção cultural do cotidiano desses grupos, fazendo parte da mobilização e do lazer, identificados tanto na vida quanto na produção cultural das classes populares. Entretanto, antes de compreender de que modo os movimentos sociais populares estão organizando suas práticas comunicativas, fazendo parte também do contexto da sociedade de massa, é preciso pensar o modo como a produção cultural tem sido analisada no conjunto das teorias que pensaram os movimentos sociais populares nas últimas décadas. Essas reflexões darão subsídios para entender a produção cultural que analisarei a partir da programação das rádios comunitárias bem como as vivências que se estabelecem nos contextos sociais e culturais de seus receptores.

Os trabalhos produzidos no Brasil enfocaram os movimentos sociais e populares, usando a denominação mais precisa de movimentos sociais urbanos para esses fenômenos. As pesquisas nesse campo detiveram-se na análise de lutas e mobilizações e não enfocaram os processos de lazer, nem mesmo quando esses permeavam as reivindicações e a cultura política dos movimentos sociais urbanos analisados por esses teóricos. Quando lutavam por melhoria nos transportes, pela construção de praças e quadras esportivas, pela preservação de campos de futebol,

utilizando abaixo-assinados e realizando passeatas, os atores dessas mobilizações não estavam defendendo também formas e condições para o lazer em seus bairros? O mesmo não ocorria quando reivindicavam mais transporte coletivo para garantir sua locomoção nos finais de semana, quando os ônibus têm suas frotas reduzidas o que desencoraja os passeios e as visitas aos parentes e amigos? No meio do caráter de mobilização, componente da vivência sociocultural ressaltado nas investigações sobre os movimentos sociais urbanos, ficava implícito o teor da vida cultural e das redes de lazer nas demandas dos moradores de periferia. Como alguns trabalhos vieram ressaltar posteriormente, a vida cultural nos cenários dos movimentos sociais nos bairros de periferia também existia de forma particular e intensa.

Antes de entrar na discussão sobre a vida e a produção cultural no cotidiano das classes populares, vou retomar as pesquisas que se voltaram para os movimentos sociais nos anos 70/80 e os trabalhos que abordaram a questão do lazer e da cultura nos bairros de periferia. Foi a partir dessas reflexões que essas investigações foram suscitando questões que serviram de base para esta abordagem.

No pensamento europeu e na teoria sobre os movimentos sociais, a reflexão sobre a cultura foi destacada, desde os anos 60, mas seguiu uma abordagem no campo da cultura política e das atividades socioculturais dessas mobilizações²⁵. As questões iniciaram-se a partir da compreensão das limitações do paradigma tradicional marxista para entender os movimentos sociais que passaram a ocorrer nesse período. (Gohn, 1997). Gohn destaca interpretações que enfatizaram “a cultura, a ideologia, as lutas sociais cotidianas, a solidariedade entre as pessoas de um grupo ou movimento social e o processo de identidade criado”.(Gohn, 1997. p. 121-122). Esta autora enfatizou que a negação do marxismo ocorreu apenas em relação a sua corrente ortodoxa porque nessas abordagens, as questões sobre a vida cultural dos atores sociais ficavam submetidas às macro-questões da sociedade. O conceito de ideologia passou a fundamentar a base da compreensão da cultura nas pesquisas sobre os movimentos sociais, ampliando a compreensão marxista de ideologia, sinônimo de falsa

²⁵ Maria da Glória Gohn, no livro *Teoria dos movimentos Sociais, paradigmas clássicos e contemporâneos*. 1997, analisa os movimentos sociais a partir dos paradigmas europeus, norte-americano e latino-americano. A autora faz uma discussão específica e global das teorias, destacando seus principais pontos de pensamento. Essa obra nos permite pensar o lugar que a cultura ocupou nessas investigações, bem como a abordagem de outras temáticas no campo dos movimentos sociais como: a identidade, a política e o cotidiano.

representação do real. A influência das interpretações pós-estruturalistas e pós-modernistas da cultura centrou-se na compreensão dos discursos como expressões de práticas culturais.

A ênfase dada à cultura referiu-se a uma concepção de cultura política identificada nas micro-relações da vida cotidiana. De acordo com Gohn (1997), essa abordagem acompanhou a redefinição na compreensão do conceito de política que antes priorizava as hierarquias e as determinações centradas na análise macro das ações, mas que passa a dar ênfase às ações políticas que fazem parte de todas as expressões da vida cotidiana. A autora destaca que esse grupo passou a investigar o poder também na esfera da sociedade civil, como havia proposto Foucault e não apenas na esfera do Estado. Nesse sentido, a compreensão da cultura no campo dos movimentos sociais iniciou-se pelas abordagens que enfocaram as expressões de uma cultura política que é identificada em manifestações socioculturais da vida cotidiana dos movimentos sociais. No paradigma europeu, os novos movimentos sociais atuam no universo dos direitos e advêm principalmente da nova classe média, dos jovens, das minorias sexuais, das etnias e dos grupos sociais com mais alto grau educacional (Gohn, 1997).

As investigações do Centre for Contemporary Cultural Studies (CCES) da Universidade de Birmingham, realizadas nos anos 70, representaram uma continuidade das pesquisas de tradição marxista com ênfase na problemática das classes sociais, mas com destaque para a compreensão das vivências culturais da juventude de origem operária nos processos de interação com o mercado de bens simbólicos no campo de consumo.

O CCES propôs a reinterpretação do significado produzido sobre os grupos juvenis nos anos 50, pois acreditava que havia se formado uma visão generalizada da juventude. Para os autores do CCES a cultura juvenil tinha sido definida de forma genérica, era preciso problematizar que as manifestações juvenis tinham uma clara identificação com a origem de classe de seus atores²⁶. Essa hipótese enfocou o que os autores classificaram de subculturas juvenis como resultados da origem de classes e dos seus membros.

²⁶ Os primeiros autores a realizaram as pesquisas desse gênero foram Phil Cohen, Stuart Hall e Tony Jefferson.

Com base nessa fundamentação, os teóricos de Birnham explicitam as discussões sobre a apropriação que as manifestações culturais dos jovens operários faziam dos bens de mercado. Essas pesquisas representam as primeiras investigações sobre o lazer das classes populares levando-se explicitamente em consideração a interação com o universo de consumo da indústria cultural. Foram, portanto, as reflexões dessa natureza que levaram as pesquisas críticas de tradição marxista a ampliar a compreensão das mobilizações das classes subalternas, ressaltando os processos de apropriação que esses segmentos faziam da cultura na sociedade moderna na qual a cultura se tornou mercadoria central.

Na América Latina, os movimentos populares ganharam centralidade nas pesquisas principalmente a partir da segunda metade dos anos 70. Segundo Gohn (1997, p. 211), neste período os movimentos sociais foram analisados inicialmente sob a orientação marxista, fundamentados principalmente na teoria europeia com ênfase no pensamento de Castels que via os movimentos sociais como estratégicos no processo de redemocratização vivido naquele período. Ficou evidente também nessas abordagens a compreensão de uma cultura política no processo cotidiano de organização dos movimentos sociais. Na década de 80, Gohn lembra que a abordagem marxista foi dando lugar à concepção dos novos movimentos sociais presentes no pensamento europeu. Nesse período, o caráter dos movimentos sociais foi renovado, incluíam os direitos sociais modernos e apelavam para a liberdade e a igualdade nesse campo. As teorias voltaram-se para as discussões étnicas e de gênero.

Foi essa abordagem sociocultural, apoiada em valores morais e políticos, que fundamentou as pesquisas sobre movimentos sociais e abriu caminho para as análises sobre o lazer e outros espaços e grupos de sociabilidade situados além da esfera de mobilização. As pesquisas sobre as redes de lazer nos bairros de periferia só apareceram mais tarde, primeiro numa linha de abordagem que priorizou as micro-relações na sociedade, depois ampliando essa visão para a compreensão dos espaços de lazer no universo da cultura de massa.

As pesquisas que procuraram compreender a vida cultural das classes populares denunciavam que os trabalhos anteriores pareciam descrever indivíduos programados para lutar em cenários de reivindicações, destituídos de momentos de

prazer e lazer (Cardoso, 1998, p. 15-16). Foram essas críticas que contribuíram para rever as posições que se prendiam apenas às dimensões política e sociocultural dos movimentos sociais. As pesquisas que incluíram a temática da vida cultural dos moradores de periferia, observando grupos de sociabilidade (jovens, idosos, times de futebol, botequins, piqueniques) e redes de lazer, ampliaram a compreensão da concepção de cultura popular vigente até então meramente ligada à ação política, enfocando a pluralidade do universo simbólico das classes populares. (Oliveira, J. L., 1997; Magnani, 1998).

Na pesquisa que fez das redes de lazer nos bairros de periferia de São Paulo, Magnani (1998) observou o circo, as excursões, jogos de futebol, bailes e a relação dos moradores com o lazer oferecido pelos meios de comunicação. Nessa perspectiva o autor destaca a convivência do circo com as formas de lazer presentes na “sociedade de massa”.

A primeira conclusão a que se chega é que esta forma de entretenimento popular, apesar da concorrência e presença da televisão, rádio, indústria do disco etc, não foi destruída pela ação dos meios de comunicação de massa, ao contrário não só sobreviveu como ademais mantém com eles uma série de vínculos que é preciso levar em consideração. (Magnani, 1998. p. 32)

Na revalorização do circo feita a partir da compreensão de suas mudanças e relações com a sociedade de massa, Magnani observou que os programas de rádio, a indústria fonográfica e a televisão teciam uma relação com a programação do circo e formavam junto com os espaços de sociabilidade do bairro a rede de lazer desses moradores. Desse modo, o autor observou o lazer considerando os processos gerados nas estruturas da comunicação de massa. Isso é inovador, porque na maioria das vezes, o lazer das classes populares só é compreendido nas redes internas de sociabilidade do bairro. As pesquisas consideram o lazer obtido através dos meios de comunicação como processos que alienam as classes populares. Observa-se também que as investigações que estudaram as festas e as ações da cultura popular entendem como descaracterização as transformações ocorridas na relação com os meios de comunicação. São essas

modalidades de influência que Magnani percebeu ao analisar o circo e as redes de lazer na periferia de São Paulo.

O olhar, antes adequado à vivência sociocultural como nova forma de compreender o fazer política, abrange agora a vida cultural em suas relações para além da dimensão social e política. Estamos falando de enfoques que investigaram o lazer e ultrapassaram as análises micros sobre as relações de sociabilidade investigadas de pontos de vistas saudosistas. Em outros termos, essa concepção passou a compreender as mobilizações sociais em conjunto com as formas de lazer e os hábitos de consumo, abordando também as interações com os meios de comunicação de massa.

Construí minhas reflexões, concebendo, portanto, que pensar a vida cultural das classes populares inclui compreender que suas ações são gestadas a partir do contexto externo e interno dos grupos sociais que as constituem. Nesse sentido, as pesquisas que analisam a vida e a produção cultural no cotidiano das classes populares, não podem prender-se a descrever apenas os momentos de solidariedade e as convivências entre vizinhos, mas devem observar também os consumos dos conteúdos dos meios de comunicação, relacionados, como fez Magnani, à audiência aos artistas e festivais que são apresentados no espaço circense, bem como bailes e festas que ocorrem nesse contexto e no bairro e adjacências de uma forma mais ampla. Tudo isso é percebido como parte da vida cultural dos setores populares, sem necessariamente compreender esse lazer como formas descaracterizadas da diversão popular na sociedade de massa.

Para iniciar a pesquisa com o rádio e de forma mais delimitada com as rádios comunitárias FMs, organizadas por movimentos sociais populares, é necessário essencialmente trabalhar a partir da compreensão dessas transformações que acompanham as manifestações culturais populares, sem precisar mais dividir o olhar teórico entre as observações que as classificam ora como formas conservadoras e reprodutoras da ideologia dominante, ora como formas de resistência e possibilidade de transformação social e cultural.

A relação que Magnani fez entre massivo e popular na compreensão das redes de lazer dos moradores de periferia de São Paulo é válida para minha pesquisa porque ficou evidente no decorrer da minha investigação que na programação das rádios

comunitárias, organizadas por movimentos sociais e culturais populares, ao mesmo tempo que prevalece a estrutura predominante no processo de organização dos movimentos sociais populares e suas propostas de educação e cultura política, torna-se evidente também a expressão das relações que essa dinâmica cultural mantém com a sociedade de massa. O que ficou em segundo plano para os pesquisadores que analisaram os movimentos sociais urbanos, aparece de forma enfática na pesquisa sobre as rádios comunitárias, compreendidas enquanto espaços através dos quais é possível investigar o movimento da cultura.

2.4- RÁDIOS COMUNITÁRIAS: O QUE É IMPORTANTE CONHECER.

A opção por pesquisar as rádios comunitárias trouxe sempre presente a preocupação em investigar a relação entre massivo e popular que observei em experiências que teoricamente eram idealizadas como emancipatórias, participativas e educativas. Quando viajei para conhecer cada rádio, suas instalações, programação e observar o cotidiano de seus ouvintes, essa posição ficou mais evidente. Sempre voltei com a certeza de que as rádios comunitárias estabeleciam relações com o lazer e as vivências culturais dos ouvintes. E, como mostrou Magnani (1998), as redes de lazer, por sua vez, tecem suas relações com os processos de convivência e massificação existentes na sociedade. Desse modo, encontrei na investigação com as rádios comunitárias os fios que as levavam aos grupos que as projetavam e aos contextos de seus ouvintes. Nesse capítulo vou abordar dois dos três itens que estou estudando, a organização da rádio (enquanto estrutura de funcionamento) incluindo os projetos culturais de cada uma delas e a programação que desenvolvem. A observação dos ouvintes no estudo que fiz com os receptores será retomada somente do quarto capítulo em diante, após o conhecimento do contexto social e da programação das emissoras. Posteriormente apresentarei os receptores em suas relações de grupo e descreverei as vivências culturais individuais e coletivas que interagem com o rádio.

Sempre que falo sobre as rádios comunitárias pedem para descrever o que caracteriza o funcionamento dessas emissoras. Tomo essa questão como secundária nessa pesquisa porque defendo que a definição das rádios comunitária é dada por sua

proposta e funcionamento e não somente pelas descrições das características ou competência técnica dessas práticas. Faço essa caracterização através de uma leitura cultural que não se prende ao modelo estético puramente técnico e padronizado da comunicação legitimada socialmente nem tão pouco idealizo uma proposta de comunicação no sentido do espírito comunitário, solidário e integrado sem ambigüidades. Procuro através das rádios acompanhar o movimento da cultura no espaço dos setores populares, o modo como fazem comunicação e a forma como essa comunicação é vivida pelos ouvintes que assistem à maior rede de televisão da América Latina, a Globo, e as suas concorrentes (SBT, Record, Bandeirantes, TV Cultura e Rede TV), ouvem as emissoras mais potentes e equipadas do país, organizadas em redes de comunicação, ao mesmo tempo que sintonizam algum programa da rádio comunitária do seu bairro. Não enfatizo nenhum papel transformador que essas emissoras possam desempenhar nem vejo como depreciativo que sua audiência seja menor quando confrontada em relação às das rádios FMs comerciais mais ouvidas em cada Estado, município ou distrito. O que procuro observar é o que desperta, nos setores populares, o desejo também de ouvir essas emissoras como ponte desse consumo cultural acima descrito.

Vou descrever as rádios a partir de seus estúdios, sua programação e locutores, mas não pretendo deter-me em críticas elaboradas a partir da precariedade dos equipamentos que compõem os estúdios das emissoras ou a locução dos comunicadores. Não olho essas emissoras do ângulo dos que procuram refletir sobre a qualidade técnica e estética da comunicação estabelecida no campo legitimado dos meios de comunicação de massa. Não adoto essa postura, como já disse, porque acredito que esse olhar fica perdido em exigências técnicas e não compreende o perfil próprio das rádios comunitárias o qual se desenvolve a partir das desigualdades que as gestam. O que aparece como defeito e desqualificação nos trabalhos que olham essas práticas é, na verdade, parte de sua constituição e produção cultural. É incorreto e injusto comparar rádios comunitárias com rádios comerciais, privilegiando o enfoque técnico. São ambientes que se diferenciam em suas realidades social e política e explicam-se por suas particularidades culturais, nas quais todos se divertem e se comunicam. A descrição que faço das rádios comunitárias é para conhecer e situar o leitor no campo da comunicação

acompanhando as desigualdades do processo de comunicação. Não proponho, em nenhum momento, parâmetros de exigências para que essas emissoras sigam padrões de estética de programação e técnicas de locução, mesmo que esses processos estejam legitimados no “metier” da comunicação de massa. Isso não deixa espaço para aceitar a idéia de que defendo uma comunicação baseada na precariedade. O que não realizo, entretanto, é o processo de comparar para desqualificar, mas o processo de conhecer e compreender para perceber as diferenças em seus contextos específicos. Comparo, portanto, somente depois de contextualizar as diferentes realidades socioculturais nas quais elas se desenvolvem.

2.5-MASSIVO E POPULAR: CONHECENDO E SELECIONANDO AS RÁDIOS COMUNITÁRIA

A descrição do estúdio da Rádio Favela, localizada em Belo Horizonte, apresenta suas particularidades, mas não fica muito distante das emissoras que observei no decorrer da pesquisa.

Mal entramos no estúdio da Rádio Favela, um quarto apertado na construção ainda em acabamento, e Misael já convoca os ouvintes [...]. A janelinha do cômodo enquadra bananeiras e a vista de um dos morros apinhados do aglomerado de alvenaria do Aglomerado da Serra- a maior favela de Belo Horizonte, localizada na zona sul da cidade e composta de 11 vias cuja população soma 100 mil habitantes. Em meio ao entra e sai, as conversas no estúdio, o telefone não para de tocar(...). (Mesquita & Caliar, 1999. p. 68).

Em geral, as rádios comunitárias, organizadas por movimentos culturais e populares, ocupam uma sala apertada em um dos cômodos onde funcionam as demais atividades do projeto ou movimento ao qual estão vinculadas. O estúdio se torna pequeno, principalmente para receber os apresentadores e ouvintes que algumas vezes visitam a rádio em grupo. Um ou dois aparelhos de CDs, decks também em número de um ou dois, os microfones que podem chegar a três, a mesa de som e raramente a presença de um computador (hoje comum a qualquer rádio comercial), compõem os

equipamentos do estúdio das rádios comunitárias. O revestimento das salas quando existe é feito por caixas de ovos e em raras exceções segue o padrão das rádios comerciais, com revestimento acústico adequado. Encontrei rádios de modelos diversos com processo de organização e propostas comunicativas diferentes. Os locutores, sonoplastas ou técnicos, como são chamados, exercem o tradicional trabalho voluntário nos movimentos sociais ou ganham apenas uma ajuda de custo. De todas as idades e sexos, mas com a predominância dos jovens masculinos, eles colocam pontualmente os programas no ar. Cada locutor geralmente apresenta um programa veiculando o ritmo que gosta de ouvir. O modelo de rádio empresa não é adotado pelas rádios comunitárias, organizadas por movimentos sociais e culturais populares²⁷. A prioridade comercial é predominante apenas nas emissoras comunitárias que são organizadas por políticos ou comerciantes. As rádios comunitárias, organizadas por movimentos sociais e culturais populares não submetem sua proposta a interesses comerciais, usam o apoio cultural, propagandas comerciais e vinhetas educativas, conforme estabelece a lei 9.612²⁸.

A estrutura de um estúdio ou a grade de programação tomada apenas em seu aspecto técnico não caracteriza o trabalho desenvolvido pelas rádios comunitárias, principalmente quando não se está construindo apenas uma caracterização tecnicista para essas emissoras, mas conhecendo como efetivam propostas comunicativas e estabelecem relações com o consumo e os consumidores na sociedade. Nesse sentido, tenho o interesse de ressaltar que os pontos de expressão das rádios comunitárias analisadas nesse trabalho é o resultado de um conjunto de relações que incluem desde a estrutura técnica, a programação das emissoras até a diversidade cultural dos grupos e pessoas que estão em sintonia com a rádio e mantêm relações com o universo massivo da sociedade.

Como disse anteriormente, nas rádios comunitárias organizadas por movimentos sociais e culturais populares, os ouvintes deixam de ser associados apenas como público percebido através de uma classificação genérica: pobre, jovem, dona de casa ou outra denominação mais ampla e passam a existir em seus grupos culturais, tendo revelados de forma mais detalhada seus gostos individuais e coletivos. Entretanto,

²⁷ O modelo empresarial de rádio é preponderante nas rádios comerciais. Esse também pode ser o caso das rádios comunitárias organizadas por políticos e pequenos comerciantes. Entretanto, essa característica comercial ocupa dimensões secundárias na prática das rádios comunitárias.

²⁸ Os apoios culturais são propagandas que devem ter o significado de apoio cultural que não interferem no conteúdo da programação das rádios comunitárias.

nas s emissoras comerciais e nas rádios ditas comunitárias promovidas por interesses políticos e comerciais, a estrutura de programação esconde as identidades dos receptores e conseqüentemente fragmenta o perfil dos ouvintes, direcionando suas vivências culturais para abordagens que priorizam a lucratividade. Apresentarei essa diferença à medida que descrever a programação das emissoras estudadas.

Procurei delimitar a pesquisa na observação de duas rádios comunitárias com a prioridade de que uma deveria situar-se em Fortaleza e outra no interior, sendo uma mais afastada do centro urbano, e a outra situada dentro do universo de consumo (shoppings e bares). Essas diferenças foram buscadas para perceber em que medida o massivo é expandido no contexto em que a cultura industrial está consolidada, independente de tal fato ocorrer no universo das grandes metrópoles ou mais afastado dele. Defini a delimitação inicial da pesquisa também para identificar como se dá a construção da audiência nos dois espaços, próximos ou distantes da intensidade dos atrativos publicitários. Assim definido, viajei pelo interior visitando emissoras e entrevistando os locutores e diretores ou organizadores das rádios comunitárias. Conheci também as emissoras comunitárias que se encontravam em Fortaleza, pois essa cidade foi escolhida por ser o maior centro urbano do Ceará. O critério básico para a escolha foi o de que as rádios fossem organizadas por movimentos sociais e culturais populares. Mas, em virtude da realidade diversificada desses meios de comunicação, descrita no início do capítulo, encontrei emissoras com várias propostas culturais e políticas. No entanto, o conhecimento de experiências diferentes proporcionou-me detalhes para falar com mais segurança da diversidade entre as emissoras e escolher as rádios nas quais realizaria a pesquisa de campo mais detalhada. Assim, conheci concretamente sua diferença em relação às também denominadas rádios comunitárias, mas organizadas por políticos e comerciantes com intuito eleitoreiro ou lucrativo.

Nessa primeira fase de reconhecimento de campo, a observação das emissoras comunitárias começou pela rádio Mandacaru FM. Conheci a história de que essa emissora havia funcionado como radiadora na Associação dos Moradores do Bairro Éllery. Esse bairro de periferia fica na zona norte de Fortaleza nas imediações de minha residência, mas não o conhecia até a primeira visita em janeiro de 1999. Quando cheguei para fazer o primeiro contato por volta das oito horas da manhã, a emissora estava

fechada. Logo em seguida chegou Fernando, um dos comunicadores da emissora, ele nos informou que a rádio ainda não tinha liminar²⁹ e por esse motivo a emissora só funcionava nos finais de semana, temendo a visita do Departamento Nacional de Telecomunicação, DENTEL, órgão responsável pela fiscalização e fechamento das emissoras clandestinas no período da pesquisa, janeiro de 1999. Fiz os contatos com Fernando que me levou para conhecer o estúdio da rádio e entregou-me a grade de programas. A planilha apresentava todos os programas com nomes, locutores e horários. Nesse mesmo dia conheci o estúdio da Mandacaru, era pequeno e as paredes cobertas por bandejas para ovos, todas verdes para combinar com o estandarte, o logotipo e o slogan da rádio. Esta bandeira estava pendurada na parede e trazia o símbolo da emissora, um Mandacaru com fones e microfone de locutor verde, impresso num cenário de fundo laranja. Logo abaixo da figura encontra-se a frase, “Mandacaru FM, a rádio comunitária que escuta você”.



Logotipo Mandacaru FM
Foto: Catarina Farias

No sábado, voltei à emissora e acompanhei os primeiros programas apresentados na planilha que recebi na primeira visita. Observei, de imediato, a pontualidade e o interesse dos grupos. A programação da emissora era veiculada com o

²⁹ A liminar surgiu como recurso para funcionamento das rádios comunitárias, desde 1991, quando o juiz paulista liberou a operação da rádio Reversão, localizada na zona leste de São Paulo. O jurista baseou-se no artigo V da Constituição que diz que “é livre a expressão da atividade de comunicação independentemente de censura ou licença”. Essa decisão foi baseada também no fato da emissora ser de baixa potência e sem fins lucrativos.

trabalho voluntário de grupos e pessoas do bairro Éllery e das adjacências. Os técnicos, todos jovens que moram no bairro, eram os únicos que recebiam uma ajuda de custo. O trabalho voluntário não ocorre como exigência do projeto das rádios, é, na verdade, uma característica e uma necessidade dos movimentos sociais. Ele é uma consequência da falta de financiamento e verbas para manter os trabalhos remunerados. No próprio contexto dos movimentos populares, quando existe financiamento, as lideranças acabam tornando-se coordenadoras ou funcionárias de algum projeto. A idéia de trabalhos voluntários não é o resultado de práticas puritanas em relação ao envolvimento com o capital. O que existe realmente, em relação aos investimentos financeiros, é a recusa de que as atividades sociais tenham suas propostas submetidas à lucratividade. A exigência final, na verdade, é que todos, remunerados ou não, engajem-se nos trabalhos e atividades da emissora. Nesse sentido, a característica essencial das emissoras é o propósito de não transformar o trabalho do comunicador em tarefa meramente técnica, desvinculada do conjunto de reuniões, seminários e outras atividades que a rádio organiza, sendo o espaço de profissionalização, valorizado pelos jovens, mas que não é priorizado pelo projeto cultural da emissora. Nesse caso, não é cogitada a venda de horário para pessoas que desejam desenvolver programas, sem a participação nos processos de discussão que a emissora oferece. O trabalho voluntário ocorre também porque essas emissoras não arrecadam o suficiente para sustentar os custos com nenhum trabalhador, pois geralmente funcionam através de projetos. No caso da Mandacaru, a sala da emissora fica no mesmo prédio da Associação Comunitária do Bairro Éllery, da creche e do núcleo de orientação dos consumidores. O telefone e o computador da emissora são emprestados do núcleo de orientação dos consumidores, outro projeto que funciona no mesmo prédio. A emissora veicula alguns comerciais que funcionam como apoios culturais os quais ajudam no pagamento dos técnicos, das contas de luz e na compra de CDs.

A programação da rádio Mandacaru FM foi observada nessa primeira fase apenas em relação aos programas de final de semana, pois a emissora só funcionava nesse período. Os programas eram mais temáticos como poderá ser visto em seguida, mas incluíam musicais românticos. A análise mais profunda da programação será realizada no próximo capítulo.

PROGRAMAÇÃO DO SÁBADO E DOMINGO:³⁰

SABADO

HORA PROGRAMA

- 07:00 *Ele Vive*
 08:00 *Mãos à Obra.*
 10:00 *Vida de Mulher*
 11:00 *Rock História*
 12:00 *The Reggae Moving*
 14:00 *Letra por Letra*
 16:00 *Hip - Hop, cultura de rua*
 A voz da periferia
 17:00 *Funk na Veia*
 18:00 *A Hora do Brega*
 20:00 *A Volta da Jovem Guarda*
 22:00 Encerramento



Sede da Mandacaru FM
Foto: Catarina Farias

DOMINGO

HORA PROGRAMA

- 07:00 *Os Imortais da Canção*
 08:00 *Transmissão da Missa*
 09:30 *Aquarela Nordestina*
 11:30 *Não Deixe o Samba*
 Morrer



³⁰ A classificação dos programas obedece à identidade das cores: azul- programas musicais e sindicais, vermelho-programas musicais e temáticos educativos, laranja- programas musicais, culturais e identitários, azul petróleo – programas musicais de massa veiculados nas rádios comerciais, verde – programas esportivos, ameixa claro- informativos, violeta – música popular brasileira, musical regional tradicional com informações folclóricas, verde oliva – instrumental musical.

13:30 Domingo com Arte

16:00 Tarde Esportiva

20:00 Domingo Romântico

22:00 Encerramento

Aniversário da Mandacaru

Foto: Catarina Farias

A grade de programação ficou maior quando a emissora passou a funcionar diariamente, após conseguir liminar em março de 1999. Com toda a programação sendo transmitida ficou mais evidente a mistura de programas temáticos, programas de grupos culturais com outros programas que apresentavam uma certa semelhança com a programação das rádios comerciais. Essa observação deixava-me aberta à possibilidade de compreender os laços que essas práticas mantinham com o contexto da cultura de massa. Para minhas reflexões, esse detalhe não representa uma quebra no trabalho das rádios, mas uma evidência de sua inserção no universo sociocultural, no qual as emissoras estão situadas, bem como no cotidiano do público que as rádios desejam atingir. Resta comprovar e discutir que essa interação não representa uma mera repetição do processo massivo e demonstrar que, além desse ponto de aproximação com a cultura de massa, as rádios difundem os elementos culturais, educativo e políticos presentes no universo de organização vivido no dia a dia pelos grupos culturais populares. A programação da Mandacaru FM oferece várias possibilidades de discutir essas questões, inclusive a de refletir se essa relação faz parte das táticas utilizadas pelas emissoras e/ou constitui parte da interação entre as expressões culturais populares dos receptores que integram essas práticas e a produção da indústria cultural.

Na programação do sábado e domingo havia uma combinação de programas educativos com programas musicais difusores de estilos musicais consagrados pela indústria fonográfica. A programação estava voltada tanto para grupos identitários que se cristalizavam no campo da cultura (*reggae, funk, hip hop*, capoeira, grupo de tradições culturais juninas etc.), como para indivíduos e grupos que estão mais integrados dentro da própria estrutura e trajetória da comunicação de massa. No sábado

e domingo encontrei programas educativos e temáticos sobre língua portuguesa, religião e sobre a temática da mulher, bem como os programas musicais tradicionais de músicas da cultura de massa (Bregas e Românticos). Quando a emissora passou a funcionar durante a semana surgiram programas de forró, outros de músicas românticas, programas de variedade que apresentavam uma certa semelhança com os programas das rádios comerciais e programas de debate com a proposta de difundir temas do movimento sindical e popular. Dessa forma, estabeleceu-se a interação entre massivo e popular que investiguei para compreender o projeto cultural das emissoras comunitárias. Observem a programação semanal percebendo mais detalhes dessa interação.

PROGRAMAÇÃO – SEGUNDA A SEXTA

HORA PROGRAMA

06:00 No Batente	16:00 Passageiros do Forró
08:00 Cidadão no Rádio	18:00 Quando a Bola Rola
11:00 Musical da Saúde	19:00 Hora do Brasil
12:00 Notícias do Meio-Dia	20:00 Tempo de Música
13:00 No Balanço da Rede	22:00 Programa evangélico
14:00 Tarde e Companhia	23:00 Encerramento



Programa Hip Hop, Cultura da Rua
Foto: Catarina Farias

Naquele momento, o exame da programação sugeriu que o *hip hop*, o *funk*, o *reggae* e as músicas internacionais que apareciam na programação estavam ligados em parte à discussão de uma cultura mundo e em parte a expressões culturais dos jovens e grupos de periferia no Brasil que procuravam não reproduzir o modismo da indústria cultural nem tão pouco ser a referência de manifestações políticas tradicionais. Na verdade, estas expressões culturais populares pareciam representar uma forma diferente de concretização das propostas políticas socioeducativas. Percebi que era preciso problematizar e discutir como esses movimentos culturais que existem no Brasil e em outros países encontram apoio nas rádios comunitárias e em que medida essas experiências os mantêm em interação com a estrutura da sociedade de consumo.

Observei também que gêneros musicais da indústria fonográfica, presentes nas rádios comerciais, também eram veiculados nas emissoras comunitárias. Entretanto, entendi que essa constatação pedia a identificação do projeto cultural das rádios comunitárias, tomando como base a descrição de seus contextos, bem como a relação desses meios com seus ouvintes. Desse modo, percebi que era preciso compreender em que medida a veiculação de programas de forró, Jovem Guarda, de esporte, de pagode, dentre outros faziam parte de um mundo cultural mais amplo que inclui a reflexão sobre a interação entre o popular e o massivo. Por sua vez, essa reflexão pedia a discussão sobre o popular e suas expressões na “sociedade de massa”. Na experiência das rádios comunitárias esse fluxo ocorre integrando o lazer dos moradores de periferia, que acompanha a maioria dos ouvintes das emissoras analisadas, com elementos da cultura popular tradicional e da cultura de massa. Essa reflexão acompanhou as reflexões sobre o processo de transformação que ocorreu às culturas populares nos últimos séculos citados no capítulo anterior e permanece nas discussões que faço na pesquisa .

Observei ainda que as emissões de *reggae*, *hip hop* e capoeira, que são veiculados em programas específicos a cada gênero com duração de duas horas nas emissoras comunitárias, quando apareciam na programação das rádios comerciais eram veiculadas soltas entre outros ritmos musicais. Associei que possivelmente essa

diferenciação me levaria a perceber de que forma as emissoras comerciais constroem a diversidade cultural em sua programação, bem como em que sentido as rádios comunitárias explicitam e constroem essa diversidade, apresentando aspectos que não são explorados pela radiodifusão comercial. Nesse caso, passou a ser meu interesse construir a partir dessa relação a hipótese de que esse elemento diferencia a segmentação trabalhada na programação das rádios comunitárias daquela apresentada nas emissoras comerciais. Acredito que essa diferenciação expressa-se nos diversos estilos de ouvintes que se encontram tanto nas rádios comerciais quanto nas rádios comunitárias. Nesse sentido, a recepção faz parte de mais uma discussão importante na compreensão do projeto cultural das rádios comunitárias.

A segunda emissora que visitei ficava em Monte Grave, distrito de Milhã, município distante, a 340 km de Fortaleza, na região do sertão. A história de Monte Grave chegou ao meu conhecimento pela trajetória de organização desse distrito. Não tinha muitos detalhes, mas sabia que Monte Grave possuía um grupo organizado que lutava por melhorias locais. Falava-se também na existência de uma rádio comunitária. Na visita que fiz ao distrito descobri o que significava a trajetória de mobilização do lugar. O distrito tinha um hospital, Código de Endereço Postal, CEP próprio, um dessalinizador, fundamental no sertão do Ceará onde a água salgada é a única saída nos períodos de seca e uma rádio comunitária, fundada em nome do Centro Social. Esse Centro foi fundado pelas próprias lideranças locais e integrava todas as atividades sociais e administrativas do lugar.

À frente do município de Milhã, Monte Grave montou a rádio em 1995, enquanto Milhã só criou uma emissora com a colaboração da prefeitura em 1998. Foi nesse contexto que surgiu a Rádio do Povo. Essa emissora desempenha um papel específico no interior, prestando serviços que em Fortaleza são dispensáveis. No Interior e principalmente nos distritos e pequenas vilas e sítios, as condições de comunicação são precárias: o telefone só existe na casa do vereador ou pessoas de maiores posses do lugar. O restante das chamadas telefônicas concentram-se no posto telefônico do distrito. Nesse caso, a rádio de Monte Grave exerce a função de comunicar os acontecimentos mais importantes e torna-se imprescindível pelo serviço de aproximação que promove entre parentes distantes. Transmite avisos aos moradores dos sítios para atender

chamadas no único posto telefônico do distrito, avisa a chegada de médico no hospital, enfim, além de meio de comunicação, a rádio desempenha o papel de promover a integração entre os moradores dispersos no sertão e seus parentes espalhados pelo Brasil. Entretanto, embora essa seja uma característica da rádio FM do Povo de Monte Grave, não será esse serviço que estabelece o seu valor, pois em outras cidades muitas emissoras de políticos exercem essa mesma função que é usada como instrumento de barganha política nos períodos eleitorais. Na realidade de Monte Grave, esse papel desempenhado pela emissora é compreendido dentro do conjunto de atividades que a FM do Povo desenvolve. Destaquei essa função diferenciada no interior para mostrar que essa emissora envolve-se com a realidade social e cultural dos ouvintes e não se prende a realizar uma proposta idealizada de comunicação.

A Rádio Comunitária FM do Povo de Monte Grave é privilegiada em termos estruturais, pois tem uma casa à disposição da emissora e um estúdio com revestimento padrão. Funcionava com trabalho voluntário de dezoito jovens e com uma programação que tocava predominantemente o forró. A importância da emissora para a localidade garante grande parte de seus ouvintes, mas a sustentação da rádio ficou prejudicada quando os poucos comerciantes atuantes na cidade e que existiam na região passaram a fazer sua propaganda na rádio comunitária do prefeito criada em Milhã. A emissora de Monte Grave sobrevive, portanto, com o trabalho voluntário dos jovens, com a ajuda conseguida através do Centro Social Urbano e a colaboração de pessoas amigas da rádio que fazem doação de CDs, dentre outras doações.

Como disse anteriormente, nas primeiras visitas que fiz às rádios, priorizei a observação da programação, o acompanhamento do trabalho interno de locutores e técnicos, além de observar de forma geral a audiência da emissora no conjunto mais amplo de outras emissoras comerciais que eram ouvidas no município de Milhã e no distrito de Monte Grave.

A percepção da proposta comunicativa da FM do Povo deve ser compreendida a partir do universo sociocultural e político ao qual a emissora está ligada. No entanto, veja que através da grade de programas já percebe-se sua interação com o universo da sociedade de consumo.

PROGRAMAÇÃO DA FM DO POVO

SEGUNDA A SEXTA-FEIRA

HORA PROGRAMA

- 05:00 Clube da Viola
 06:00 Mensagem de Vida
 07:00 Bom dia Sertão (forró)
 08:00 Bom dia Alegria (toca tudo)
 10:00 Emoções do Passado
 11:00 Momento Novo (religioso)
 11:30 Experiência de Vida
 11:50 Jornal em Cima da Hora
 (estava parado)
 12:30 MPB
 13:00 Pediu Tocou
 15:00 Classificados do Amor
 16:30 Show do Povo (forró)
 18:00 Hora do Anjo
 18:30 O terço em Família
 19:00 Toca Tudo.
 20:00 Em Nome do Amor
 23:00 Encerramento

SÁBADO

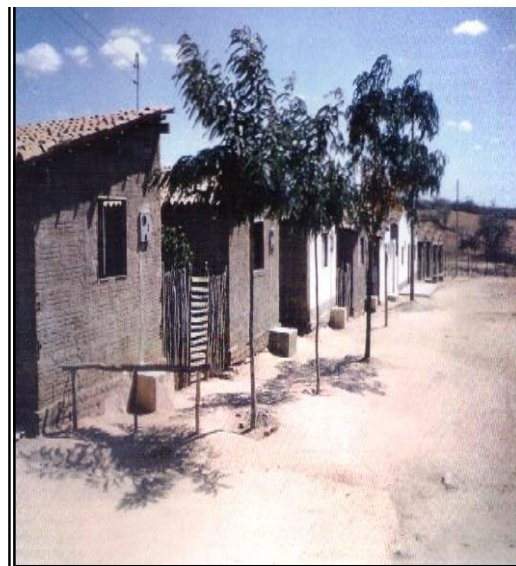
- 05:00 Hora do Boêmio
 06:00 Bom Dia Sertão
 08:00 Ontem, Hoje e Sempre
 09:00 Show da Manhã
 11:00 Mulher Sempre Mulher
 11:30 Vida em Comunidade
 12:00 Pagode



Monte Grave – Rádio FM do Povo
 Foto: Catarina Farias



Estúdio da Rádio Fm do Povo
 Foto: Catarina Farias



Cidade de Monte Grave
 Foto: Catarina Farias

13:00 **Sábado Legal**
 16:00 **Forrozão 103**
 19:00 **In Concert**
 20:00 **Ritmos da Noite**
 23:00 Encerramento

DOMINGO

05:00 **Programa ao Vivo**
 05:30 **Domingo Também é Dia de Forró**
 07:00 **Santa Missa**
 08:00 **Criança Feliz**
 09:00 **Domingo Alegre**
 11:00 **Igreja Presbiteriana Renovada**
 14:00 **Toca Tudo**
 23:00 Encerramento



FM do Povo
Foto: Catarina Farias

Observei que as músicas predominantes na programação eram o forró, a sertaneja e o pagode, incluindo principalmente os sucessos do momento. Quando analisei a programação a partir de ideais de uma comunicação educativa, o diagnóstico podia fechar-se na compreensão de que a rádio repetia simplesmente o modelo da comunicação de massa. Pensei sobre essa realidade e constatei que o educativo aparecia na rádio de forma sucinta através da veiculação de CDs do projeto SENAC³¹, do apoio que a emissora dava aos agricultores do bolsão da seca em suas reivindicações perante os prefeitos e do trabalho em grupo dos locutores e técnicos. Tomando essa observação cheguei à conclusão que o teor do conteúdo da programação que emitia o forró e as músicas internacionais e românticas, produtos da indústria fonográfica, precisava ser compreendido dentro da rediscussão sobre o universo da sociedade de massa em que as

³¹ O SENAC produz CDs com informações sobre as mais diversas temáticas (segurança e direitos do trabalhador, amamentação, acesso às tecnologias etc.). Estes CDs são difundidos a nível nacional para as rádios.

manifestações dos movimentos sociais e culturais populares organizam-se e do qual a rádio FM do Povo e seus ouvintes fazem parte. Portanto, a compreensão dessas práticas precisa levar em consideração esse contexto das dimensões particulares e mais amplas da cultura. O forró, o pagode, a missa, o terço, o culto evangélico, as músicas internacionais são partes da cultura no sertão de hoje, interligados a esse universo pelos meios de comunicação de massa, efetivada principalmente através do rádio e da televisão. Numa outra perspectiva, a MPB, as músicas instrumentais e os *spots* educativos do programa SENAC que a rádio veicula, também são integrantes do projeto cultural que a rádio desempenha. Observada em conjunto, a programação da rádio FM do Povo de Monte Grave insere-se tanto no universo social do interior, quanto a coloca dentro do contexto cultural dos receptores, situados em suas interações com a sociedade de massa. Essa presença de elementos massivos na programação das rádios comunitárias encaminha novamente minhas reflexões para a constatação já discutida de que ao longo dos últimos três séculos as atividades culturais e sociais das classes populares intensificaram um processo de interação com o universo de consumo.

A emissora de Monte Grave reforçou a necessidade de abordar o processo de transformação das vivências culturais das classes populares no contexto da sociedade de massa. A cada observação das emissoras, percebi que uma dimensão socioeducativa não-formal era mesclada com elementos massivos. O ideal em termos teóricos é compreender o que surge dessa relação e dessa mistura aparente, ou seja, a pergunta que faço é o que ocorreu com as culturas populares nesse processo de interação. Para muitos, essa relação representa uma descaracterização que tem ocasionado o desaparecimento da cultura popular. Por esse motivo, procuro compreender o processo de transformação ocorrido nas expressões culturais populares para afirmar como se configuram e como podem ser nomeadas as expressões das culturas populares na contemporaneidade.

Após Monte Grave, fui conhecer a rádio Comunitária Planalto FM, localizada no Município de Itapiúna a 120 km de Fortaleza, na boca do sertão e próxima a serra de Baturité. Em 1995, quando ensinava na Universidade em Quixadá, município vizinho a Itapiúna, um de meus alunos, conhecendo minha formação em comunicação social e meu trabalho na área de rádio, mostrou um pequeno transmissor que estava montando para uma rádio em Itapiúna. Alguns anos depois fiquei sabendo que aquele

minúsculo transmissor deu origem à rádio Planalto FM. A emissora surgiu através de um grupo de professores que desenvolviam atividades artísticas e culturais nesse município. Morava na cidade um casal que havia participado da experiência de radiadoras comunitárias ocorrida na década de 80 em Fortaleza. Na época, ambos faziam Filosofia na Universidade Estadual do Ceará e ao voltar para a cidade integraram-se com outras pessoas e montaram a emissora. Na primeira visita que fiz à rádio, o estúdio localizava-se num prédio da Igreja Católica, sendo utilizada apenas uma mesa de som e um pequeno gravador. Depois a emissora integrou-se às atividades do projeto do Fundo Cristão para a Criança, CCF, e construiu uma sala para o estúdio vizinha ao centro comunitário onde funcionava o projeto da CCF. Repetia-se o trabalho voluntário dos jovens e dos coordenadores. A emissora envolvia principalmente professores e estudantes que assumiam a função de locutores, técnicos e coordenadores. Nas três visitas que fiz percebi que sua programação dialogava com a programação da Rádio FM Maior, emissora comercial de Baturité, concentradora de maior audiência nos municípios vizinhos. Como a programação básica da FM Maior era o forró, a Planalto FM passou a variar sua programação tocando prioritariamente as músicas sertanejas e o pagode. Incluiu na programação ainda músicas bregas e o rock nacional. À medida que observei a presença da cultura de massa na programação das rádios comunitárias, ficou evidente que, além de uma tática para a aproximação dos ouvintes, essa interação representa uma forma de representação cultural influenciada pelos padrões hegemônicos na sociedade moderna. No entanto, as emissoras comunitárias usam os sucessos da indústria cultural, mas procuram ressaltar outra lógica³² que não esteja presa simplesmente aos interesses políticos hegemônicos ou aos interesses comerciais e consumistas das rádios comerciais. É possível perceber essa característica através da programação da rádio Planalto FM:

PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO PLANALTO FM³³

SEGUNDA A SEXTA- FEIRA

HORA PROGRAMA

³² Essa lógica será melhor explicitada quando analisarmos as propostas das rádios comunitárias.

³³ Essa programação foi observada em janeiro de 1999, período em que viajei para Itapiúna.

07:00 Só Forró
 08:00 Revista Planalto (musical variado)
 11:00 Resumo Esportivo
 12:00 Musical
 16:00 Momento Brega
 20:00 Ritmos da Noite (romântico)
 21:00 Encerramento

SÁBADO

HORA PROGRAMA

07:00 Musical
 08:00 As Meninas da Planalto
 09:00 Emissário Pop
 12:00 É tempo de Notícia
 14:00 É o Bicho



Estudio da Rádio Comunitária
 Planalto FM

Foto: Catarina Farias

16:00 Love Dance
 18:00 Musical Sertanejo
 19:00 Musical
 21:00 Encerramento

DOMINGO

HORA PROGRAMA

07:00 Musical
 10:00 É o Grito
 11:00 A Voz da Paróquia

12:00 Musical
 21:00 Encerramento

A rádio tornou-se à primeira vista uma repetição da programação de outras emissoras comerciais. Entretanto, vista no conjunto de sua programação e no contexto cultural onde se desenvolve, observei que, a FM Planalto estrutura sua programação baseada nos gostos musicais massivos predominantes na região. Essa definição parte do pressuposto de que a utilização de elementos massivos legitima a programação da rádio e promove a aproximação com o público. Nesse caso, a Planalto FM compõe um projeto cultural existente na cidade de Itapiúna que inclui grupos de teatro, coral e capoeira. Essa proposta vem sendo implementada por jovens e professores

do ensino fundamental e médio, residentes em Itapiúna. Na intercalação dos programas encontrei também as mensagens educativas contra drogas, dicas de educação sexual para os jovens e um noticiário que não se vinculava à política da prefeitura. Em outras cidades é comum o noticiário funcionar como porta voz da prefeitura ou do poder político local ao qual a rádio comercial está ligada. Estou observando as rádios comunitárias a partir de seu contexto cultural, que é necessário para compreender a proposta comunicativa das emissoras. Acredito que não é possível compreender a rádio isolada das atividades culturais promovidas pelo grupo que a criou. A realização de peças teatrais, grupos de capoeira e outras atividades de cunho educativo que ocorrem no contexto em que se encontra a Planalto FM representam parte de seu projeto socioeducativo. Também não é permitido esquecer que a Planalto FM está inserida no processo da cultura de massa implementado na sociedade moderna e conseqüentemente desenvolvido na cidade onde está localizada. Entretanto, mesmo que essa emissora evidencie mais a expressividade do massivo na programação, não se pode perder de vista a preocupação inicial em trabalhar a presença de elementos massivos e populares nas expressões da cultura das classes subalternas.

Em Fortaleza voltei a visitar rádios no conjunto Ceará, outro bairro de periferia, mas as emissoras estavam ligadas à atividade de políticos e comerciantes. Esse projeto ficou evidente quando observei a programação e o trabalho de locutores. Todos compravam horários e veiculavam seu programa, não seguiam nenhuma orientação ou projeto cultural da rádio. Na verdade, essas rádios não apresentavam nenhuma ligação com as lutas ou grupos culturais existentes no bairro. Eram sempre relacionadas a um proprietário.

No interior também conheci emissoras promovidas por prefeitos e por famílias de políticos em decadência que usavam rádios para uma projeção política. A cidade de Icó é um exemplo que deve ser destacado. A 350 km de Fortaleza, esse município tem duas rádios comunitárias, uma do irmão do atual prefeito e outra da família de tradição política na cidade, mas que se encontra atualmente em decadência no processo político local. A Rádio Icó FM foi criada em nome da Fundação José Valfrido Monteiro, ex- prefeito da cidade, e o diretor da emissora era Valfrido Filho. Em 1999,

Valfrido Filho foi eleito presidente da ABRAÇO - CE, com o apoio do deputado estadual Mauro Benevides PMDB-CE.

A ligação dessa emissora com a promoção do comércio local era evidente. Os programas promoviam grandes premiações conseguidas com o apoio comercial das lojas locais. A Icó FM transformava alguns horários em programas shows com uma tonalidade essencialmente publicitária. Em emissoras desse tipo, o trabalho das associações que as promovem não é visível, constando apenas no documento de liminar que dá direito ao funcionamento da rádio. Como pude observar na programação, a grade de programas apresenta semelhanças com os programas que mostrei até o momento, entretanto, o projeto cultural da Icó FM evidencia uma proposta de cunho político e comercial.

PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO ICÓ FM ³⁴.

SEGUNDA A SEXTA-FEIRA

HORA PROGRAMA

05:00 Os Violeiros	12:00 Show do Esporte
06:30 Professor Fernandes (Horóscopo)	13:00 Ritmos 101
07:00 Forró	16:00 Forrozão 101
08:00 Marcondes Reis	19:00 Forró do Ar
11:30 Programa Católico	20:00 Bye Time
	23:00 Encerramento

SÁBADO

HORA PROGRAMA

05:00 Violeiros	14:00 Informativo Musical 101
06:00 Professor Fernando	16:00 Forrozão
07:00 Bahia e Pagode	18:00 Especial 101
08:00 Sábado Total	16:00 Jovem Guarda
12:00 Show do esporte	20:00 Toque de Amor
13:00 Brincadeira de Criança	

³⁴ Conheci essa emissora e analisei em parte sua programação em abril de 1999.

DOMINGO

HORA PROGRAMA

05:00 Sertaneja	11:00 Programa Roberto Carlos
06:00 Só Forró	14:30 Tarde Jovem
09:00 Paradáio 101	19:00 Domingo Total 101
10:00 Brega e Chique	23:00 Encerramento

Foi importante conhecer essas emissoras porque a aparência de sua programação, quando analisada do ponto de vista musical, é semelhante a muitos programas veiculados nas rádios comunitárias organizadas por movimentos sociais e culturais populares. Entretanto, quando observadas nos detalhes de seu projeto, percebi que a pluralidade da programação não esconde o teor político ou comercial que essas emissoras possuem, principalmente porque não encontrei nenhum projeto social ou cultural maior orientando a organização da rádio.

Tive a curiosidade de conhecer e o desejo de pesquisar a Rádio Educativa FM de Icapuí, localizada a aproximadamente 230 km de Fortaleza. Este município está há doze anos sob a administração do Partido dos Trabalhadores. Essa rádio surgiu no mesmo contexto das rádios comunitárias, mas denomina-se educativa e funciona sob o amparo financeiro da prefeitura com a coordenação da assessoria de comunicação do município. Os locutores são contratados pela prefeitura e fazem uma programação musical que acompanha o modelo de qualquer FM comercial. A presença de elementos massivos não seria obstáculo para situar a FM Educativa em minha pesquisa. O que pesou no corte dessa emissora na delimitação da pesquisa foi o fato da rádio ser uma emissora da prefeitura e não envolver os grupos mobilizados do município na produção de seus programas. Embora se colocasse implicitamente aberta à participação da comunidade de Icapuí, não encontrei a presença de lideranças do movimento popular, nem de grupos culturais do município na apresentação ou produção de programas.

No contexto mais amplo de organização política e administrativa de Icapuí, a emissora situa-se entre as atividades da prefeitura que prioriza a educação, a saúde, a comunicação e a cultura. Assim, o município destaca-se pela baixa taxa de evasão escolar e mortalidade infantil, mas sem deixar que essas atividades de saúde, cultura e educação fujam ao controle da administração municipal. Nesses termos, constatei que não há participação de grupos dos movimentos sociais e culturais populares locais devido ao caráter concentrador da administração municipal.

A última rádio que visitei foi a Casa Grande FM, localizada em Nova Olinda, cidade vizinha ao Crato, um dos maiores municípios do Ceará. Nova Olinda fica a 640 km de Fortaleza, no sertão, na boca da serra. Ouvi falar dessa emissora no curso de Comunicação da Universidade Federal do Ceará. Presenciei comentários de que a emissora situada numa das regiões mais tradicionais do sertão, o Cariri, terra de padre Cícero, estava criando adeptos do *rock*, *reggae* e outros gêneros que não pertenciam àquele povo. Esses mesmos comentários entravam em contradição com a constatação de que a Casa Grande FM veiculava programas que difundiam Luis Gonzaga e o forró do pé de serra. Entre esses dois extremos, fiquei sabendo da divulgação da emissora nos jornais e na televisão local e nacional, além de ser informada sobre as premiações do Projeto Casa Grande a nível internacional. Todos esses detalhes soltos e sem nenhum nexos fizeram-me ir conhecer a Rádio Casa Grande FM. Observei, em primeiro lugar, a programação e o projeto cultural do qual a rádio faz parte, procurando conversar com alguns comunicadores e ouvintes da rádio.

Logo desfiz as primeiras impressões de que a emissora inovava, impondo gostos ou procurava preservar antigos ritmos musicais. Concluí que os programas veiculados pela Casa Grande FM necessariamente não criam público, embora o ampliasse, trabalhando sempre a partir das vivências culturais já existentes e consagradas, além de incentivar as expressões culturais mais recentes da região. Fundamentalmente situei o Projeto Casa Grande no qual a rádio comunitária Casa

Grande Fm está situada. Este projeto envolve outras atividades que incluem iniciativas culturais com crianças e jovens: um museu, uma escolinha de formação que integra as crianças menores no projeto, uma biblioteca, um estúdio de TV, uma editora, uma banda e a rádio Casa Grande FM.

A programação da rádio é feita por jovens, crianças e alguns adultos da cidade que também fazem um trabalho voluntário. Embora essa emissora seja a única que não reproduz programas musicais com os gêneros de sucesso da indústria fonográfica (o pagode, as músicas sertanejas e o forró eletrônico), não deixa de manter sua relação com a cultura de massa através de um eixo que identifiquei como expressão da memória fonográfica dessa indústria, identificada através da veiculação dos sucessos nacionais e internacionais de décadas anteriores. Essa observação fica mais evidente quando se conhece a grade de programação da Casa Grande FM e se encontram musicais de antigos sucessos da indústria fonográfica das décadas de 60, 70 e 80.

PROGRAMAÇÃO DA CADA GRANDE FM³⁵

SEGUNDA A SEXTA

HORA PROGRAMA

06:00 Seu Luiz, O Rei do Baião

07:00 Estação da Música³⁶

09:00 Toque Internacional

10:00 Jovens a Serviço da vida
e da esperança

11:00 Nação Jegueira

12:00 Palavra Viva

13:00 Som da Rua

15:00 Submarino Amarelo³⁷

16:00 Repentes e Violas

17:00 Forro de Pé de Serra

18:00 Terço

19:00 Hora do Brasil

20:00 Show da Noite

22:00 Encerramento



Fundação Casa Grande
Foto: Catarina Farias



Programa Estação da Música
Foto: Catarina Farias

SÁBADO

HORA PROGRAMA

17:00 Baú do Raul

19:00 Viagem ao Mundo da Música

20:00 Chico Petrolina e os
Cantores do Povo

22:00 Encerramento

³⁵ Dados obtidos em janeiro de 2000.

³⁶ Azul petróleo – musical jovem informativo.

³⁷ Rosa claro – infantil cultural com histórias infantis.

DOMINGO

HORA PROGRAMA

07:00 Clássicos na Educação

09:00 Autógrafo Musical

10:00 Quarto Crescente

11:00 Nação Jegueira

13:00 Você é o Entrevistado

14:00 MPB Especial

16:00 Soldados da Jovem Guarda

18:00 Terço

20:00 Emoções de Roberto Carlos

22:00 Encerramento



Programa Sub-marino amarelo
Foto: Cartarina Farias

Conhecendo as rádios comunitárias, organizadas por movimentos sociais culturais populares, percebi suas relações com o processo de estruturação da sociedade de massa. Em todas as emissoras o projeto de mobilização social e cultural está relacionado com o universo da cultura de massa. No entanto, acredito que as rádios Mandacaru FM e Casa Grande FM oferecem a possibilidade de compreender a relação massivo e popular porque ambas trabalham esses dois ângulos ressaltando um ou outro. As duas emissoras procuram diferenciar-se das rádios comerciais com programas educativos e culturais, mas não conseguem fugir ao contexto social e cultural massivo no qual estão inseridas e acabam transmitindo programas musicais que se aproximam do padrão massivo. Outro motivo que me levou a escolher as duas rádios diz respeito à aproximação entre as grades de programas de ambas. Elegi essa semelhança não para

estabelecer comparações, mas para entender a penetração da cultura de massa e o processo de uma cultura mundo numa grande metrópole e numa cidade do interior.

Iniciarei a partir de agora a apresentação das propostas comunicativas das rádios comunitárias Mandacaru FM e Casa Grande FM para perceber em que medida as emissoras conseguem ter um papel socioeducativo quando estão inseridas no interior dos processos de consumo. Objetivo apreender como as rádios comunitárias analisadas constituem uma proposta comunicativa no meio desses elementos. Em segundo lugar, conhecendo, mais uma vez, que a investigação das rádios comunitárias é um estudo de comunicação e cultura, admito mais uma vez que por esse motivo não posso deixar de incluir nessa pesquisa o estudo da recepção, pois como afirma Barbero (1995), a recepção não é apenas uma etapa de chegada no processo de comunicação. Para esse autor, ela é um lugar novo para repensar as investigações sobre comunicação, incluindo nessa análise a dinâmica da cultura, os processos de mobilização social e o cotidiano dos receptores. Para mim, adotar a pesquisa de recepção significou fazer afirmações concretas sobre a escuta dos programas. Desse modo, observo as rádios, seus produtores e ouvintes compreendendo ações que vão além do ato de ouvir os programas e se expandem para as mobilizações sociais, o lazer e o entretenimento dos ouvintes, suas memórias, ações individuais e coletivas. O estudo de recepção tornou possível fazer uma discussão do universo cultural dos ouvintes, ressaltando grupos e modos de vida que se estruturam na sociedade.



3.- OS CONTEXTOS SOCIAIS E CULTURAIS DAS EMISSORAS

3.1- MANDACARU: O CONSUMO NA METROPOLE

Situarei agora os contextos socioeconômicos e culturais em que as rádios comunitárias atuam e estabelecem suas relações, colocando no ar sua programação e recebendo os reflexos dessa realidade. Estarei desse modo reforçando a idéia de que a produção comunicativa desses veículos, bem como sua recepção devem ser compreendidas a partir das transformações que continuamente acontecem na cultura na sociedade. Nesse sentido, o conceito de cultura popular, compreendido em termos de uma mundialização da cultura, precisa ser pensado levando em conta essa contextualização que se reflete nas configurações dos movimentos culturais que ocorreram nas últimas décadas do século XX. Sabe-se que esses movimentos criam espaços de crítica e representam expressões alternativas de produção cultural e comunicação ao mesmo tempo que fazem parte de um universo de consumo que abarca os bairros onde eles acontecem. É meu interesse, portanto, deixar claro que os espaços onde os receptores das rádios comunitárias se localizam estão necessariamente em interação com a sociedade de consumo, seja interligados pelas ofertas dos meios de comunicação (TV e rádio comercial) ou ainda através dos contatos com os corredores de consumo que têm surgido nas últimas décadas em Fortaleza. É importante ficar claro que nesses espaços as pessoas nem sempre são compradoras, mas apenas transeuntes que circulam no meio das ofertas mercadológicas, estabelecendo assim consumos simbólicos. Nesse sentido, entendo que na cidade de Fortaleza os seus universos de

moradia, espaços de consumos e de lazer influenciam a composição cultural simbólica dos grupos receptores das emissoras comunitárias.

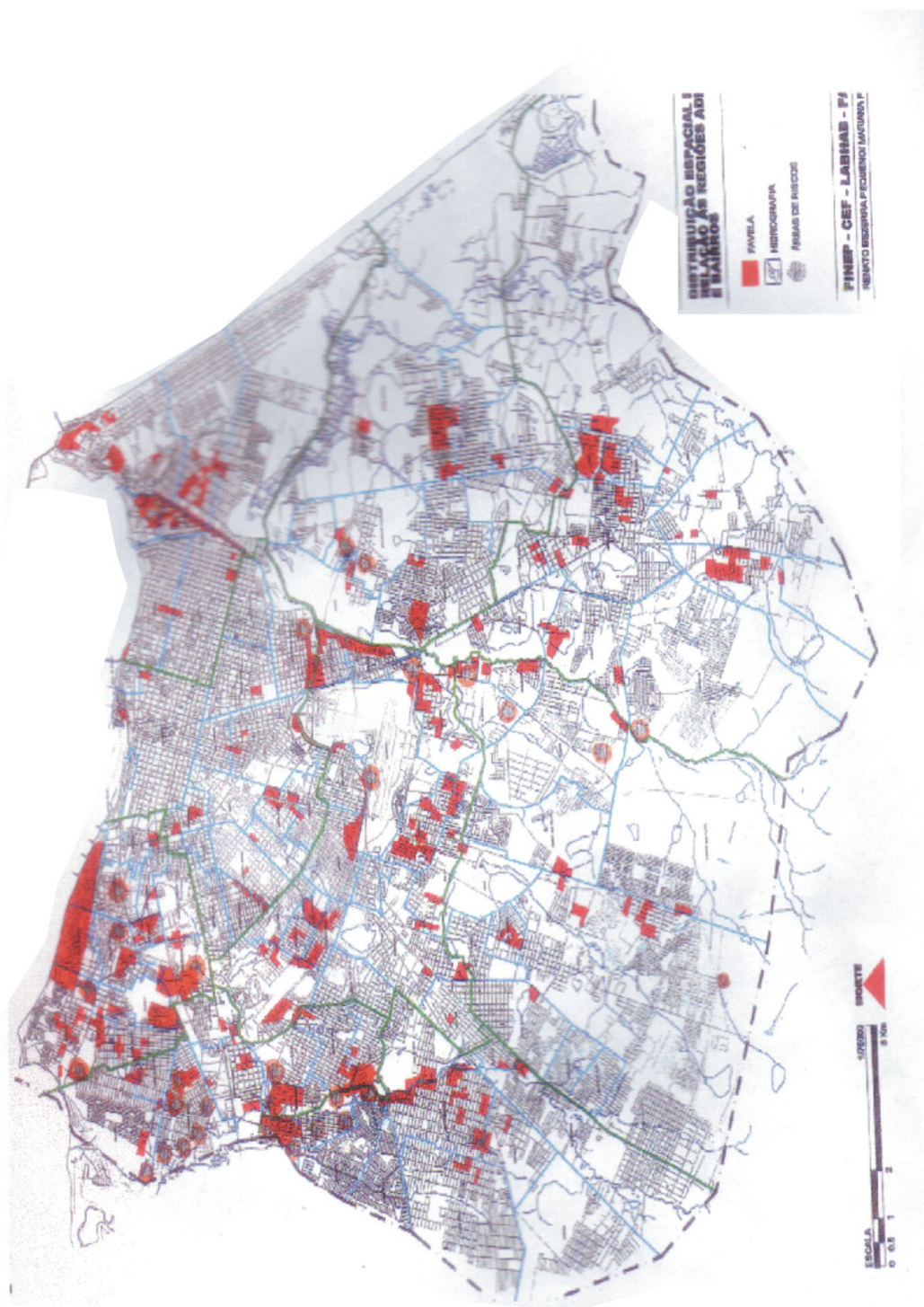
A princípio, vou apresentar A Rádio Mandacaru FM situada no bairro Éllery, localizado na zona norte de Fortaleza entre os bairros de Monte Castelo, Pirambu, Carlito Pamplona, Presidente Kennedy e Morro do Ouro. Todos são bairros de periferia, caracterizados por problemas de coleta de lixo, saneamento básico e moradia. Na área de transporte, o bairro não enfrenta muitas dificuldades, pois é cercado pelas avenidas Sargento Hermínio, Olavo Bilac e Francisco Sá com acesso a ônibus para todas as áreas da cidade. Sua formação social é heterogênea entre uma classe média baixa com boas condições de moradia (sobrados e apartamentos) e trabalhadores assalariados que moram em casas alugadas ou pequenas casas próprias. Existe também uma parte das moradias no bairro que surgiu através de movimentos de ocupação e foram construídas em mutirão. Faz parte do cotidiano do bairro um constante processo de autoconstrução.³⁸

A mistura de diferentes segmentos sociais dentro da realidade de Fortaleza, num mesmo espaço, não é novidade e caracteriza essa capital como um todo. Essa composição social pode ser constatada na formação histórica da cidade. Fortaleza possui 2.138234 milhões de habitantes.³⁹ Seus bairros apresentam uma composição heterogênea de classe, pois em todos se encontram favelas e constantes processos de ocupação, inclusive os bairros onde residem a classe média e em alguns casos as famílias mais ricas do estado. Essa observação é importante para entender que a diversidade social encontrada na zona norte onde se encontra a Rádio Mandacaru aparece em toda a cidade, embora nas zonas norte, leste e oeste a concentração dos

³⁸ Os bairros que compõem a vizinhança do bairro Éllery como Monte Castelo, Presidente Kennedy, Carlito Pamplona, Pirambu, Jardim Iracema, Álvaro Weyne, têm a mesma composição social do bairro Éllery.

³⁹ Dados do IBGE. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/index2htm>- com atualização de 2000.

segmentos populares seja maior. O mapa abaixo demonstra a localização das favelas e confirma essa observação.



Em termos de crescimento da área comercial é possível dizer que a cidade hoje conta com um conjunto de shoppings e pequenas lojas descentralizadas dando opção de lazer e de consumo para todos que têm poder aquisitivo bem como oferece oportunidade para todos transitarem, conhecerem e possivelmente consumirem mesmo que simbolicamente. Dados fornecidos pelo Departamento de Geografia da Universidade Federal do Ceará confirmam que a cidade vive o fenômeno de polinucleação do comércio que corresponde ao surgimento de novos eixos comerciais. O centro, que na década de 50 era a sede dos governos municipal e estadual e espaço dos principais centros de lazer, o Teatro José de Alencar e o Cine São Luís, hoje é palco do fechamento de muitas lojas, aparecendo como o principal lugar de compra das classes subalternas com suas lojas de produtos de baixo custo, suas constantes mercadorias em promoção, além das ofertas dos camelôs. O bairro da Aldeota, localizado na zona leste da cidade e antigo espaço de moradia de famílias nobres de classe média alta, transformou-se em espaço de clínicas e pequenos shoppings, com a construção de prédios de apartamentos e consultórios médicos dentre outros serviços. São encontrados nesse espaço os shoppings Aldeota, Avenida e Iguatemi, além de inúmeras lojas e de espaços construídos especialmente para o consumo do turismo(hotéis, centros de artesanato e restaurantes). De acordo com os estudos realizados pelo Departamento de Geografia da Universidade Federal do Ceará, essa área ainda domina os serviços mais sofisticados da cidade, embora seja encontrado o desenvolvimento de novos corredores comerciais em Fortaleza. Outro centro de consumo emergente em Fortaleza que caracteriza a polinucleação do comércio fica na zona norte e oeste da cidade. Esse universo cresceu, principalmente a partir da década de 90, após a construção do North Shopping o qual localiza-se na Avenida Bezerra de Menezes que hoje também está ocupada por uma zona de comércio com lojas de todos os estilos e clínicas médicas. A Rádio Mandacaru localiza-se nas imediações desta área, próxima aos bairros já citados . As mediações do bairro Éllery constituem uma zona de concentração de fábricas de castanha de caju, área caracterizada pela moradia de segmentos populares, trabalhadores dessas fábricas. Tem-se ainda na zona centro sul, onde se situa o aeroporto da cidade e a Avenida Godofredo Maciel um centro de bares e lojas se formando.⁴⁰

⁴⁰ Jornal O Povo ***O Comércio Migra para A Periferia***. Fortaleza: 28/01/01. As informações foram dadas pelos professores do Departamento de Geografia da UFC, Clélia Lustosa e José da Silva Bozachiello.

Para completar essa descrição é possível destacar ainda o consumo cultural difundido pelos meios de comunicação em Fortaleza. Nessa área a cidade conta hoje com a recepção de seis redes de televisão, sendo a produção local, como em quase todas as capitais brasileiras, restrita a programas de jornalismo, de variedades e de auditório. Na maior parte do tempo de programação, as emissoras de televisão são repetidoras das grandes cadeias nacionais. Na área de jornalismo impresso temos três jornais: Diário do Nordeste, Jornal O Povo e Tribuna do Ceará, cada um ligado a grupos empresariais que por sua vez se relacionam e defendem os interesses políticos de grupos locais. Na área de produção radiofônica há sete emissoras AMs e quatorze FM's. Todas as redes de TV, jornais, FM's e AM's localizam-se na zona leste, no bairro da Aldeota.

Nesse contexto no qual o consumo material e cultural se expande é que situarei a produção cultural da Mandacaru bem como o universo de seus ouvintes. No meio de tantas opções, mesmo que essa intensidade de ofertas não represente consumo imediato, transitam os ouvintes da Rádio Mandacaru FM. Antes de ser ouvinte da emissora comunitária, esse público é morador de uma grande metrópole e propenso consumidor cultural nesse universo, portanto, estou falando de uma emissora que está imersa nas contradições sociais e culturais da cidade e em constante relação com a produção radiofônica das emissoras comerciais de Fortaleza e do núcleo de meios de comunicação que formam a rede de informação estruturada em Fortaleza.

Para entender a especificidade do espaço no qual a Mandacaru FM atua e difunde sua proposta de comunicação é necessário conhecer o universo da produção radiofônica em Fortaleza, afinal a emissora comunitária realiza sua proposta levando em consideração tanto a heterogeneidade social e cultural de seu contexto quanto os projetos comunicativos do conglomerado de rádios existentes em Fortaleza. Em termos de heterogeneidade social e cultural procuro demonstrar que a cidade de Fortaleza é um centro de consumo para o Estado do Ceará e estados circunvizinhos oferecendo em todas as suas zonas espaços de consumos, portanto, pelo menos em termos simbólicos, grifes, marcas e estilos de vida estão sendo ofertados a todos. Essa difusão é complementada pelos meios de comunicação e particularmente no caso desse estudo explorarei o rádio como difusor desses modelos sociais tentando perceber como as emissoras comunitárias inserem-se, atuam e são percebidas, por seus receptores, nesse contexto social e cultural.

As rádios AMs atualmente têm seus horários em sua maioria arrendados por igrejas protestantes. Nesse sentido, os programas evangélicos e esportivos são a marca central dessas emissoras. As exceções ficam por conta da rádio Verdes Mares do grupo Edson Queiroz, também proprietários do jornal Diário do Nordeste e da rádio AM do Povo, pertencente ao grupo do Jornal O Povo. Nessas emissoras são encontrados programas de variedades com emissões de utilidade pública, musicais e produção jornalística. As emissoras FM, conhecidas por sua produção eminentemente musical, segmentaram sua produção musical e inovaram seus quadros com a divulgação de pequenas informações e quadros cômicos, mas ainda veiculam preferencialmente a música. A padronização da locução torna semelhantes as FM em qualquer lugar do país. O que é encontrado de especificidades locais nas rádios AMs existe em menor escala nas emissoras FM, principalmente a partir da década de 80 com as transmissões via satélite ⁴¹. A padronização observada nas emissoras FM não se refere apenas a sua modernização técnica, afinal não são essas inovações que resultam no processo de segmentação que executam, padronizam e incentivam gostos e consumos. A melhoria tecnológica acompanha as modificações da proposta cultural da radiodifusão comercial.

Quando alguém sintoniza uma emissora FM, ouve geralmente qualquer tipo de música. A cada rodada musical três estilos diferentes são executados. Em alguns casos veiculam-se três músicas de estilos totalmente diferentes como o rock, o forró e uma canção sertaneja. Dessa forma as FM conquistaram a audiência que as mantém no ar. Em Fortaleza segmentaram sua difusão musical entre aquelas consideradas populares (que tocam de tudo e procuram atender a todos os gostos em programas de variedade musical, do Forró à MPB) e as emissoras voltadas para o estilo jovem (que veiculam primordialmente a música dancing internacional e o rock nacional e internacional). Podem ser encontradas ainda as emissoras que se apresentam como clássicas, dirigidas às ditas pessoas de bom gosto, pois veiculam canções da Música Popular Brasileira, temas de filmes e novelas através de músicas internacionais e nacionais. Em todas as emissoras o ouvinte aparece como um consumidor nato que “curte” todos os estilos de músicas ofertados pela emissora e essa escolha remete sempre a gostos individuais. É

⁴¹ O satélite começou a ser utilizado na década de 80. Com a implantação do satélite uma emissora pode unificar sua programação e retransmitir para diversos estados ao mesmo tempo. Esse serviço acontece no Ceará desde 1992.

constituída assim a produção cultural segmentada das FMs apresentando a compreensão de que o ouvinte é esse “sujeito” sem rosto ou lugar social definido e pertencente a uma cultura musical múltipla. Até ser encontrada outra forma de pensar o rádio a produção radiofônica aparece como um modelo plural que oferece as mais variadas opções para seu público. Embora essas emissoras não se constituam no objeto de estudo dessa pesquisa, a observação das FMs comerciais tornou-se inevitável. A consideração dessas rádios ocorreu principalmente porque compreendi que existe uma diferença enorme entre o que essas emissoras consideram pluralidade cultural e procuram apresentar em sua programação, quando comparada à diversidade cultural apresentada nos programas das rádios comunitárias. Encontrei nessa relação que tanto as emissoras comerciais quanto as rádios comunitárias trabalham a partir da difusão de universos plurais de cultura, no entanto, existe uma diferença significativa nas duas formas de apresentar a segmentação cultural.

Quando iniciei a pesquisa na Rádio Mandacaru FM, enfocada no conjunto das emissoras organizadas por movimentos sociais e culturais populares, ficou evidente a diferença entre as emissoras comunitárias e as comerciais. Em primeiro lugar nas comunitárias a segmentação comercial ganha outro formato, assumindo uma tonalidade de identificação com os grupos de identidades mais definidas existentes na sociedade. Essa diferença está melhor explicitada no item que fala sobre segmentação de mercado e diversidade cultural que tratarei ainda nesse capítulo. Com essa reflexão ficaram evidenciados, portanto, dois estilos de segmentação: aquela de mercado e a segmentação cultural que organiza a veiculação musical e informativa dando ênfase específica às diversidades culturais e sociais dos grupos detectados entre os ouvintes⁴². A primeira acompanha o contexto do mercado industrial da cultura fonográfica, a segunda está inserida nesse contexto, mas respeita a dinâmica cultural dos grupos identitários atuantes na sociedade. Veja como essa aproximação com os grupos identitários se apresenta na proposta da rádio Mandacaru FM.

Vou apresentar a programação das emissoras comunitárias selecionadas para essa pesquisa para em seguida fazer uma reflexão mais detida sobre a segmentação

⁴² Grupos de: *reggae*, *rap*, *funk* e *capoeira*.

estabelecida nos espaços comunicativos, bem como refletir sobre o estilo de segmentação que as rádios comunitárias propõem.

3.2- A PLURALIDADE CULTURAL NA MANDACARU

Em 1991 a Associação dos Moradores do Bairro Éllery criou um sistema de alto-falantes que passou a fazer parte da mobilização de suas assembléias e reivindicações na luta por melhorias no bairro. Desde 1986 os moradores do Bairro Éllery tinham iniciado sua organização comunitária, primeiro mobilizando-se pela construção da igreja e da sede da associação dos moradores do bairro, depois essas atividades voltaram-se para a distribuição do tiquete do leite. Esse último evento deu às mobilizações um caráter assistencialista e de atuação religiosa. Posteriormente pessoas ligadas ao PCdoB (Partido Comunista do Brasil), passaram a fazer parte do movimento e se juntaram aos membros da igreja na organização da associação dos moradores. Esse último segmento era identificado com uma tendência tradicional católica. Em 1987 o movimento popular iniciou diversas ocupações e mutirões no bairro. Esse fato interrompeu o processo de integração entre católicos e militantes. Os integrantes da igreja voltaram-se mais intensamente para um trabalho religioso, enquanto a associação dos moradores definiu um trabalho de mobilização por moradia, creche, dentre outros direitos. A partir de então essas mobilizações passaram a ter uma característica mais política. A presença do PCdoB no movimento popular do bairro Éllery não deu às mobilizações e à organização no bairro uma característica eminente deste partido. Há sem dúvida uma presença marcante do partido na associação comunitária deste bairro, entretanto, as atividades que a associação comunitária desenvolve exige do grupo uma relação com setores da igreja, com membros do Lyons Clube e inclusive diálogos com as mais diversas instâncias do Estado, bem como relações com os moradores e comerciantes da comunidade que não são ligados ao Partido Comunista do Brasil. A rádio comunitária Mandacaru FM é um dos projetos desenvolvidos pela associação que não assume a dimensão de mero instrumento

político partidário⁴³.

A intensificação de mobilizações por ocupação de terrenos no bairro a partir de 1989 exigiu uma postura de maiores confrontos com a prefeitura e com as tropas da polícia que reprimiam as ações dos moradores entre 1989-1991. À medida que as mobilizações cresciam, mais assembléias e eventos passaram a ser realizados e neste contexto os líderes comunitários sentiram necessidade de um meio de comunicação, assim, no dia 13 de agosto de 1991, montaram o sistema de som, denominando de rádio comunitária do bairro Éllery⁴⁴.

A programação inicial divulgava as assembléias, repassava informes sobre as atividades dos mutirões e chamava os moradores para atender chamadas no telefone público, instalado na sede da associação. Aos poucos, o sistema de som passou a acompanhar as lideranças em suas manifestações, foi integrado e utilizado nos mutirões para tocar música e também em manifestações de confronto com a prefeitura. Programas musicais, informes e mais tarde a transmissão de jogos amadores nos bairros caracterizaram os primeiras programações do sistema de alto-falantes que em 1998 transformou-se na Rádio Mandacaru FM.

Durante a atuação das lideranças no bairro Éllery, Fortaleza viveu junto com muitas cidades brasileiras o movimento de radiadoras comunitárias (sistemas de alto-falantes), entretanto os moradores do bairro ressaltam que não fizeram parte desse movimento que se integrava através do Centro de Produção em Comunicação Alternativa (CEPOCA), criado em 1988. Somente em 1995 o bairro Éllery passou a fazer parte do CEPOCA quando Aguinaldo José Aguiar, liderança do movimento popular foi eleito presidente dessa entidade. Nesse período o CEPOCA recebeu a denominação de Associação de Rádios Comunitárias, ARCOS-CEPOCA. Ainda na década de 90 começaram a surgir a nível nacional muitas rádios comunitárias FMs,

⁴³ Essa constatação pôde ser confirmada quando analisei a rádio comunitária Mandacaru FM e evidenciei que durante as eleições municipais de Fortaleza em 2000, o candidato a prefeito pela coligação PT, PCdoB e PSB, Inácio Arruda, deputado federal e histórico militante do Pcdob, não encontrou nessa emissora nenhum espaço de divulgação. Isso não significa que a emissora tenha uma neutralidade política, mas indica que o trabalho da rádio procura representar uma proposta política e educativa que não se transforme em espaço doutrinário deste partido ou de qualquer outro. Na verdade, é possível perceber que a expressão política tanto da Mandacaru quanto da Casa Grande FM não se dá pela relação direta com a política partidária, mas acontece através de uma dimensão socioeducativa e se concretiza através dos programas e grupos que compõem a equipe da emissora.

⁴⁴ - Dados colhidos através de entrevistas com as lideranças mais antigas do bairro.

estimuladas pelo Movimento de Democratização da Informação e da Comunicação. É importante ressaltar que, embora o Movimento de Democratização da Informação tenha influenciado o surgimento de rádios comunitárias no Brasil, essas emissoras nem sempre fazem parte diretamente desse movimento.

A participação no CEPOCA e a existência do sistema de som estimulou os moradores a montarem a Rádio Comunitária Mandacaru FM em 1998. Entretanto, o processo de montagem da emissora foi gradativo. Em meio às dificuldades financeiras comuns ao movimentos populares, a montagem da rádio só foi possível com o financiamento de quatro mil reais conseguido através de empréstimo concedido pelo Cearah Periferia⁴⁵ e a quantia de 500 reais conseguida com o Sindicato da Castanha, entidade da qual fazem parte diversas lideranças do bairro. A quantia conseguida com o Cearah Periferia foi emprestada e deveria ser paga após o funcionamento da emissora.⁴⁶

Após a instalação da rádio, as lideranças passaram a preocuparem-se com a formação dos comunicadores da emissora, com a composição dos programas e com a administração da rádio. Para iniciar a organização da emissora vinte e cinco pessoas participaram em 1997 de um curso de formação de comunicadores populares, promovido pela ARCOS-CEPOCA. No curso foram ministrados módulos de técnicas de entrevista, notícia popular, disco-forum, sociodrama e discutido o papel das rádios comunitárias no contexto de comprometimento político e comercial no qual os meios de comunicação estão inseridos. Após o seminário, ficou por conta dos participantes do curso pensar a grade de programação da Mandacaru FM.

Montamos uma estratégia de fazer o curso e depois realizar um seminário para sistematizar o aprendizado do curso. Depois desse seminário, nós fizemos outro seminário para distribuir a grade de programação. Tinha que ser uma rádio que tivesse identidade com a comunidade. Ela não podia ser paternalista, mas envolver a comunidade diretamente na programação. Essa é uma dificuldade que até hoje nós temos. Queremos fazer uma rádio plural para vários segmentos da comunidade: igrejas, times de futebol, movimentos culturais e vários ritmos musicais, uma rádio identificada com o movimento comunitário, uma

⁴⁵ O Cearah Periferia é uma Organização Não Governamental que atua no Ceará apoiando projetos sociais e culturais voltados para as comunidades organizadas.

⁴⁶ Até outubro de 2000 a Mandacaru FM não tinha liquidado a dívida com o Cearah Periferia .

rádio onde o objetivo não fosse comercial e que tivesse uma gestão democrática. (Entrevista com Aguinaldo José Aguiar, liderança comunitária e um dos fundadores da Mandacaru FM, 1999).

Assim surgiu a Mandacaru FM que passou a ter uma gestão coletiva desenvolvida por seus próprios comunicadores. Em termos práticos a equipe procurou organizar-se através de uma Executiva, um Conselho de Programação e Comissões de programação. O trabalho da Executiva é dividido entre cinco pessoas que realizam a administração da emissora através de cinco coordenações: coordenação geral, coordenação de programação, coordenação financeira e comercial, coordenação de formação e coordenação técnica. A executiva organiza as reuniões e cursos de formação para os comunicadores, estrutura a emissora tecnicamente e desenvolve o marketing social e contatos de apoio cultural, além dos eventos de confraternização. O conselho de programação é composto por um representante de cada programa que se reúne uma vez por mês para avaliar as propostas para a programação. Este conselho procura envolver os comunicadores nas atividades da emissora. Finalmente, tem-se as comissões de programação que têm a função de colaborar na observação e análise dos programas para sugerir modificações na reunião do Conselho de Programação. Na prática, essa gestão funciona com muitas dificuldades, mas foi observado que há uma preocupação da Mandacaru FM em descentralizar a administração da rádio.

Além das preocupações mais objetivas com a gestão da rádio, existia uma preocupação com a formação das equipes de comunicadores da emissora e com a grade de programas. Esses dados refletem o cuidado de alguns comunicadores com a construção de uma proposta comunicativa plural, com princípios educativos voltados para a cidadania e conscientização dos excluídos. No entanto, é necessário esclarecer que existem comunicadores que sequer se envolvem com esta preocupação. Eles participam da emissora essencialmente com interesses individuais e almejam tornarem-se locutores reconhecidos.

É importante definir que as reflexões teóricas que norteiam as propostas de comunicação das rádios comunitárias organizadas pelos movimentos sociais e culturais populares reúnem tanto as concepções que vêm problematizando as abordagens sobre a educação não escolar, quanto as discussões sobre a diversidade cultural. No

debate sobre a dimensão educativa concretizada no processo dos movimentos sociais populares pode ser encontrada uma luz para a compreensão da proposta educativa desenvolvida nas emissoras comunitárias. Ao analisar os movimentos sociais populares Gohn (1994) afirma que a percepção do processo educativo nas atividades dos movimentos populares exige que se amplie a compreensão da educação do aprendizado de conteúdos específicos, transmitidos através de técnicas e instrumentos do processo pedagógico formal. A autora defende que os processos de luta e os processos de identidades políticas e culturais que as lutas cotidianas do movimento popular geram constituem-se por si próprios em movimentos educativos. Gohn aborda, na verdade, a dimensão não formal na qual o aprendizado se efetiva. Compreende que os processos educativos não- formais são decorrentes de atividades e projetos que se desenvolvem no interior dos movimentos sociais e culturais populares. Essa concepção amplia o significado do aprendizado para além das atividades escolares predeterminadas em propostas curriculares fechadas. Tomando essa primeira visão apontada por Gohn é possível afirmar que as rádios comunitárias representam apenas uma parte da proposta de educação não-formal quando procuram inserir em seus programas, além do entretenimento, mensagens relativas aos direitos dos consumidores, aos direitos de cidadania e quando dão oportunidade de aprendizado e expressão a indivíduos e grupos culturais que pertencem à estrutura interna da emissora ou estão fora e podem ser localizados como ouvintes nas mais diversas posições, sejam elas individuais ou articuladas em movimentos culturais.

A discussão sobre educação não-formal pode contribuir para a compreensão da proposta comunicativa, efetivada pelas rádios comunitárias, principalmente porque aborda o processo educativo levando em consideração diferentes vivências culturais e sociais que atuam de forma conjunta. Entretanto, na minha concepção não é possível tomar a concepção de educação não formal somente em seu sentido libertador ou como experiência na qual educadores e educandos partilham em condições idealizadas a interação de suas bagagens culturais. Esta concepção almeja que neste contexto ocorra uma dimensão educativa que está relacionada a trabalhos voluntários com objetivos que ressaltam as convivências solidárias e que incentivam a participação coletiva entre seus membros em torno de um processo educativo crítico e

emancipatório. Neste caso, a educação não formal tem sido pensada como um termo de situações ideais, carregadas de expectativas dialógicas entre educador e educando. Não estou definindo que estas práticas ou qualquer outra experiência social, principalmente aquelas que se aproximam das classes populares, não priorizem mudanças e objetivos emancipatórios. No entanto, creio que é necessário ao pesquisador não limitar os conceitos quando as práticas sociais se concretizam em meio a situações contraditórias. A discussão realizada sobre a educação não escolar (Janela, 2001) abre perspectiva para este trabalho não pelo teor idealista que toma nos trabalhos científicos que têm pesquisado esta temática, mas pela abrangência que esta linha de abordagem dá ao princípio educativo, ampliando-o em relação ao significado restrito que assumiu na educação escolar. As rádios comunitárias envolvem este princípio educativo quando se preocupam com o formato padronizado com o qual a comunicação tem sido desenvolvida nos meios de comunicação de massa. Sua proposta é rever o conteúdo da comunicação explorada no contexto da indústria cultural e redimensionar o valor e o lugar ocupado pelas expressões culturais na sociedade de consumo. Para efetivar esta propostas, as emissoras comunitárias priorizam a concretização de um princípio educativo que está relacionado ao valor da educação debatido nas experiências não formais e aos princípios informais que ocorrem na família e nos encontros cotidianos.

O debate sobre a dimensão educativa nas rádios comunitárias diz respeito também à pluralidade cultural ressaltada na proposta da emissora. Percebe-se que o teor da pluralidade apresentado na proposta comunicativa redireciona o olhar dos participantes e líderes, os quais já vivenciam cotidianamente as atividades do movimento popular para outras linguagens e modelos capazes de complementar e enriquecer a proposta comunicativa da emissora,. As reflexões sobre a pluralidade cultural tiveram ênfase primeiro a nível teórico com as abordagens relativistas questionadoras do etnocentrismo cultural. O olhar etnocêntrico, definidor de um modelo superior e único para as representações culturais, não deu conta das diversidades que se tornaram cada vez mais explícitas nas sociedades. Entretanto, segundo Canclini (1988), não basta aceitar as diferenças culturais e fazer a defesa dessas particularidades como fez a abordagem relativista. É preciso compreender também os processos de desigualdades que circundam e acentuam as diferenças culturais. Para fazer concretamente a defesa das

diversidades sociais e culturais surgiram os movimentos culturais, étnicos, de gênero, de mulheres etc. Os movimentos culturais dessa natureza tiveram como eixo central em suas mobilizações o direito à diferença. Nesse sentido, acredito que essas manifestações, juntamente com o debate do relativismo, são responsáveis pela explicitação do problema da pluralidade hoje evidente na proposta das rádios comunitárias.

No debate realizado pelos educadores, as reflexões sobre a pluralidade cultural têm sido efetivadas pelas pesquisas que adotaram os estudos culturais como parte da fundamentação que tem pautado as investigações sobre os processos educativos. Essas reflexões, sem dúvida, tiveram a influência, tanto do relativismo quanto da explicitação que os movimentos culturais fizeram de suas demandas e diversidade. Além de problematizar a legitimidade de padrões e normas nos projetos curriculares e processo de escolarização, os estudos culturais têm redimensionado a compreensão da escolarização para além dos espaços formais da escola e considerado a diversidade cultural e social no aprendizado, conforme ressalta Giroux (1995. p. 85).

Ao analisar toda a gama dos lugares diversificados e densamente estratificados, de aprendizagem tais como a mídia, a cultura popular, o cinema, a publicidade, as comunicações de massa e as organizações religiosas entre outras, os estudos culturais ampliam nossa compreensão do pedagógico e de seu papel fora da escola como o local tradicional de aprendizagem.

A dimensão educativa dos movimentos apresentada por Gohn, complementada com as reivindicações dos movimentos culturais e com a concepção dos estudos culturais, ganha a projeção de uma proposta realizada nos moldes dos movimentos populares com objetivos socioeducativos. Na prática das rádios comunitárias o que muda é a explicitação da pluralidade cultural que passa a significar um elemento definidor da proposta comunicativa e socioeducativa que toma como base o lazer. Nesse sentido, as rádios comunitárias caminham pela dimensão de uma educação não formal que ocorre no âmbito da organização popular tecida pelas classes subalternas. Entretanto, com as mudanças no universo da cultura, essa preocupação com os objetivos socioeducativos da emissora inclui no seu processo educativo não somente as diretrizes dos direitos considerados comuns às mobilizações dos movimentos sociais

populares. A renovação dessa concepção educativa passou a considerar as repercussões que o lazer, a música e as expressões culturais podem ter nos processos educativos efetivados fora da escola e no contexto de uma sociedade na qual os meios de comunicação e a indústria cultural ocupam uma posição central. Portanto, admitir que a educação fora do espaço escolar envolve o trajeto dos movimentos sociais populares em suas lutas e processos de aprendizado, requer considerar também que esse processo educativo tem um alcance maior, à medida que é considerada a importância das linguagens que se constituem no universo dos grupos populares. É fundamental levar também em conta a amplitude das diversidades que cercam os receptores. Nesse sentido, o cuidado em expressar a pluralidade cultural que se constitui na sociedade é um elemento de importante definição na proposta das rádios comunitárias. Entretanto, mais relevante ainda é compreender como essa pluralidade se expressa na programação das emissoras comunitárias e de que forma ultrapassa politicamente a diversidade trabalhada no processo de segmentação efetivado pelo mercado com o objetivo primordial de consumo.

Antes da emissora entrar no ar, o seminário de formação ministrado pela ARCOS-CEPOCA e as reuniões com as primeiras pessoas que chegaram à rádio foram definindo a programação da Mandacaru. Entre as propostas de criar programas de debates e entrevistas, surgiram também os musicais que não estavam sendo pensados pelas lideranças, mas que apareceram como uma demanda cultural da comunidade. Entre esses pode ser citado o programa de *funk* que se identifica com a vivência das galeras *funks* existentes em Fortaleza, no Brasil e em diversos países, compostos principalmente por jovens da periferia. Outro exemplo é o programa de jovem guarda que está relacionado à cultura vivida na década de 60 difundida pela indústria cultural e que hoje reúne diversos grupos através do clube da jovem guarda em Fortaleza. Observando a organização da programação da Mandacaru, pude perceber que o objetivo de expressar a diversidade cultural levava a emissora a considerar o contexto de uma cultura de massa que já fazia parte do universo cotidiano dos ouvintes. Desse modo, o programa que difundia as canções da jovem guarda passou a ser apresentado, desde que fossem difundidas, no meio dos quadros musicais, mensagens que ressaltassem o projeto cultural e social da emissora.

Você pode ter dentro de um programa em tese que não diz nada, programas que as pessoas gostam e estão habituadas a ouvir, algumas mensagens. Mesmo no programa de funk você pode ter mensagens de paz e de organização da juventude. Você pode ter por toda a programação da rádio alguns bordões que unifiquem a programação da emissora. Até hoje nós estamos tentando implementar isso. (Entrevista com Aguinaldo José Aguiar, liderança comunitária e um dos fundadores da Mandacaru FM).

O comunicador enfatiza que a implantação do projeto comunicativo para a Rádio Mandacaru FM é uma tentativa que apresenta muitas dificuldades. Coloca-se em jogo a hipótese de se trabalhar com as identidades culturais existentes tanto nos bairros atingidos pela emissora como na sociedade e nesse momento as expressões da cultura de massa também aparecem. Nesse caso, a emissora comunitária vê-se diante da necessidade de definir seu projeto seguindo parâmetros que não são mais os idealizados por uma concepção de comunicação popular distanciada do contexto massivo. A rádio depara-se, na verdade, com problemas reais. À medida que fui conhecendo a instalação da Mandacaru FM percebi como esses impasses foram resolvidos na prática e conheci a essência do projeto comunicativo das rádios comunitárias que se preocupam em expressar a pluralidade cultural vivida na sociedade, mas se deparam com a concretização de que trabalhar com a pluralidade cultural implica considerar tanto as expressões da cultura de massa quanto as práticas culturais e educativas populares que estão mais próximas de seus ideais comunicativos.

Após os primeiros seminários, a emissora entrou no ar em agosto de 1998 com uma programação apenas nos finais de semana, pois nesse período ainda não tinha conseguido a liminar que autorizava o seu funcionamento, conforme define a legislação que rege a emissão das rádios comunitárias no Brasil.⁴⁷ Gradativamente, os programas foram surgindo no sábado, os primeiros foram os programas musicais *Funk* na Veia, *A Volta da Jovem Guarda* e o programa temático *Letra por Letra*, seguidos posteriormente pelos musicais *The Reggae Moving*, *Hip Hop* Cultura de Rua e o temático *Vida de Mulher*, além do programa religioso para jovens, *Ele Vive*. Aos domingos foram ao ar a

missa da igreja do bairro, os jogos de futebol amador, os programas “Aquarela Nordestina”, Não Deixa o Samba Morrer e o Domingo Romântico. O olhar aparente para a grade de programação percebe a mistura de programas específicos de grupos com abordagens informativas, educativas e musicais de ritmos já difundidos pela comunicação de massa. Nos programas de maiores audiências, como os de *Funk*, *hip hop* e Jovem Guarda, é possível perceber que, embora a emissora funcionasse somente nos finais de semana, o público já era cativo. Aos poucos passei a relacionar essa audiência ao fato de não serem encontrados com frequência nas rádios comerciais programas específicos desses gêneros. Desse modo supus que a baixa veiculação desses ritmos deixava as rádios comunitárias como foco dessa programação.

Em março de 1999 a Mandacaru conseguiu sua liminar e passou a funcionar diariamente. Foram colocados então no ar os demais programas da emissora. Abrindo a programação: No Batente, feito para os sindicatos; depois o programa Cidadão no Rádio, com uma programação musical variada e dicas para os consumidores; logo depois vinha o programa de MPB no Balanço da Rede; outro programa de variedades era o Tarde e Companhia, com variedade musical e dicas culturais (cinema e shows); em seguida veio o programa Passageiros do Forró, veiculando o forró comercial e depois o programa esportivo Quando a Bola Rola, seguido da transmissão da Hora do Brasil, do Programa Tempo de Música, encerrando com a programação evangélica da Assembléia de Deus.

Destacarei em cada programa a construção do projeto comunicativo e cultural da Mandacaru FM. De 1998 a 2000, período da pesquisa, muitas foram as mudanças e readequações ocorridas na programação. À medida que for analisando os programas e suas propostas, relatarei essas modificações e refletirei sobre as implicações dessas mudanças no projeto cultural implementado pela Mandacaru FM. A música será descrita como uma das principais estratégias de comunicação e atrativos do ouvinte. Em alguns casos ela é usada para manter o receptor sintonizado na rádio e em outros, para repassar as idéias da proposta cultural e educativa da emissora e dos grupos que apresentam programas na Mandacaru.

⁴⁷ Esse aspecto já foi discutido no primeiro capítulo, incluindo a apresentação da lei 9612.

3.3 POLÍTICA, LAZER E EDUCAÇÃO NA PROPOSTA DA MANDACARU FM

A constituição da programação da Mandacaru FM referente ao período 1999 - 2001, por mim pesquisada, seguia um conjunto de influências políticas e educativas dos movimentos sociais que geraram a emissora, bem como incorporava os processos de industrialização da cultura que fazem parte do cotidiano dos ouvintes e que refletem a pluralidade da sociedade moderna nesse final de século. Tem-se, assim, a presença de elementos da cultura de massa e expressões da cultura popular no cotidiano da programação das emissoras comunitárias organizadas por movimentos sociais e culturais populares. Nesse caso, falar na proposta comunicativa e educativa da Mandacaru não implica apresentar somente os valores críticos e educativos da emissora idealizados por muito tempo nas teorizações sobre educação e comunicação popular. Como práticas de comunicação popular gestadas em contexto massivo, encontrei na Mandacaru FM e na Casa Grande FM uma proposta comunicativa diferente dos ideais participativos e emancipatórios teorizados anteriormente. A partir da programação da emissora do bairro Éllery pretendo repensar o que representam concretamente as propostas das rádios comunitárias

A Volta da Jovem Guarda é o nome do programa dedicado a esse gênero que vai ao ar todos os sábados das 20 às 22 horas. Seu apresentador é Antônio Pessoa,⁴⁷ anos aposentado e “amante” desse estilo. O programa foi sugerido por Antônio Pessoa, quarenta e sete anos, no primeiro curso da emissora. Na prática, durante A Volta da Jovem Guarda, os ouvintes comunicam-se e pedem músicas. É comum também a divulgação das festas do Clube da Jovem Guarda. São encontros que reúnem eventualmente em festas e bailes as pessoas que gostam das canções nesse estilo. Embora em outras cidades do estado sejam encontradas pessoas que gostam das canções da Jovem Guarda, Fortaleza é a única cidade onde tais eventos são realizados com maior frequência.

A característica desse horário é eminentemente musical no estilo dos anos 60. Entre os blocos musicais são colocados os apoios culturais e as vinhetas da emissora que trazem mensagens comerciais (os apoios culturais). É comum também durante o programa a emissão de recados que são enviados diretamente de bares do

bairro, realizando a troca de mensagens entre grupos de amigos. Observa-se nesse programa a possibilidade de explorar um potencial de grupo que não se concretiza. Esse objetivo poderia ser pensado através da articulação do Clube da Jovem Guarda, mas nem o locutor nem a emissora exploram esse potencial. Na verdade, este clube reúne as pessoas com o objetivo maior de entretenimento. A partir desse primeiro programa fica evidente que a dimensão articuladora de grupos culturais que será encontrada em outros programas da Mandacaru não é resultante de iniciativa exclusiva da emissora. Posteriormente ficará claro que a presença dos grupos culturais na apresentação do programa é um elemento definidor na constituição da proposta comunicativa da Mandacaru.

O mesmo locutor de A Volta da Jovem Guarda, apresenta também o programa Nelson Gonçalves e seus convidados que vai ao ar todos os domingos das 12 às 14 horas. Esses dois programas representam parte da relação que a emissora estabelece com os modelos de produção radiofônica comercial. O reflexo dessa dimensão padrão e comum ao rádio brasileiro será percebido quando for analisado o quadro de seus receptores no último capítulo A Volta da Jovem Guarda e o programa Nelson Gonçalves e seus Convidados juntamente com os programas juvenis que serão descritos a seguir, estão entre os programas que mais recebem telefonemas na Mandacaru.

O Letra por Letra, que é transmitido todos os sábados das 14 às 16 horas, compõe um dos pioneiros da programação. Este programa faz sua abertura com a música “Assaltaram a Gramática” de Lulu Santos. O programa transmite dicas de português, literatura e cultura, conforme pode ser percebido na fala da locutora.

BG.⁴⁸ Música de Lulu Santos.⁴⁹

BG. Vinheta da Rádio⁵⁰

*LOC.⁵¹ É isso aí! Estamos começando mais um programa
Letra por Letra nessa tarde super gostosa pra gente fazer*

⁴⁸ Letra BG, sigla para back ground que tecnicamente significa fundo musical.

⁴⁹ Trecho principal da Letra da Música BG do Letra por Letra - assaltaram a gramática. Seqüestraram a fonética, assassinaram a lógica, botaram poesia na bagunça do dia a dia, seqüestraram a fonética violentaram a métrica meteram poesia no meio da boa língua...”

⁵⁰ A Rádio Mandacaru FM possui muitas vinhetas, mas aquela que identifica a emissora diz “Mandacaru FM, a rádio comunitária que escuta você”.

⁵¹ LOC - Abreviação para locução.

uma festa, aqui com você, eu Ivonildo Miranda, Rosana Teles, e aí Rosana tudo tranqüilo?

LOC. Tudo tranquilíssimo, quero saber se você aí que está ligado por Letra que nos acompanha todos os sábados de duas às quatro da tarde e está de bem com a vida? Se você não tá, você vai ficar a partir de agora porque o Letra por Letra tem muita novidade pra você. Você já conhece esse programa. Você conhece esse programa como educativo, dinâmico, jovem e cultural. É, é isso mesmo. Esse programa é feito exatamente para você, Então fique ligado porque hoje no programa que deixa você em dia com a língua portuguesa tem: Gramática em Cena, Português Astral e Em Foco. (Trecho do programa Letra por Letra, transmitido em 14 de agosto de 1999).

O programa Letra por Letra procura dar dicas de Português e representa um dos programas mais específicos da emissora. É apresentado por Rita de Cácia, trinta e dois anos, e Rosana Teles, vinte e sete anos, ambas participantes do primeiro curso de formação ofertado pela Mandacaru FM, as duas são professoras de português, formadas em Letras. Ao longo dos dois anos em que observei a produção, difusão e recepção da Mandacaru, três locutores de apoio passaram por este programa.⁵²No entanto, Rosana Teles e Ritinha consagraram-se como as locutoras mais identificadas com esse programa.

O Letra por Letra é composto por três quadros fixos. O primeiro deles é o Gramática em Cena que traz dicas gramaticais durante a primeira parte de emissão do programa, sua duração vai das 14 às 15 horas. Outro quadro que perpassa todo o programa é o Português Astral que apresenta um horóscopo inventado para reforçar dicas de linguagem e escrita, utilizando para isso a astrologia.

LOC. Você já ouviu essa musiquinha? Então você tá sabendo que vai entrar no pedaço o nosso Português Astral.

LOC. É isso aí, então vamos começar por aquário, você precisa observar o emprego de palavras e expressões parecidas, cuidado para não trocar as bolas quando escrever mas ou mais. Mas dá idéia de contraste,

⁵² Todos homens: José Domiciliano (o Zezão), Ivonildo Miranda e Ulisses Lima, ex-locutor do programa Cidadão no Rádio da própria Mandacaru. Atualmente Rosana e Rita apresentam o programa em dupla.

adversidade, pois é uma conjunção adversativa e mais dá idéia de soma, adição e é uma conjunção aditiva. Se você não entendeu ainda, ouça atentamente as frases: Fui à rua, mas não comprei nada. Fui à rua, porém não comprei nada. Outra: Fui a rua para comprar mais mercadoria. Certo. Então aí fica a dica. (Trecho do programa Letra por Letra, transmitido em 18 de setembro de 1999).

Existe ainda o quadro Em Foco que apresenta um escritor com produções literárias reconhecidas e o Papo Cabeça que traz um convidado que escolhe uma música de sua preferência e procura interpretar o significado desta canção para os ouvintes. Durante a pesquisa observei que este convidado variou entre uma liderança comunitária, um professor, um poeta e até mesmo um ouvinte da rádio. Mas é importante salientar que em muitos programas as locutoras fizeram os contatos, mas os convidados não vieram. Nesse caso, é possível interrogar se este convidados não levaram a sério a programação da rádio comunitária.

A proposta central do Letra por Letra era dirigir o programa para os jovens, entretanto, a emissão deste programa não concentra a audiência pretendida do público jovem. Essa afirmação está fundamentada a partir da observação e da comparação da transmissão do Letra por Letra em relação a outros programas também direcionados ao público jovem no estúdio da Mandacaru. Os programas de *hip hop*, de *funk*, de *reggae* e de capoeira superam o Letra por Letra em termos de telefonemas e visitas ao estúdio. O porquê das diferentes relações entre o público e os programas será percebido quando for analisada a recepção nos próximos capítulos.

Numa das emissões com maior participação dos ouvintes foram recebidos seis telefonemas, nesse dia, observei que a pergunta do dia, quadro adotado informalmente no programa, enfatizou o conteúdo de uma novela de sucesso da época, perguntando: qual o significado da palavra usurpadora? Este era o nome de uma novela de grande audiência do SBT (A Usurpadora). Em termos de difusão musical o Letra por Letra toca Milton Nascimento, Elba Ramalho, priorizando assim gêneros consagrados da MPB na década de 70. São veiculadas também músicas dos grupos Engenheiros do Havai, do Legião Urbana, dentre outros gêneros no estilo jovem. Quando o público liga e pede um forró, música brega ou outro gênero, as locutoras, que também são as

produtoras do programa, abrem exceção para esses pedidos. Percebi neste programa o objetivo de uma emissão voltada para jovens e ao mesmo tempo um programa intelectualizado. Entretanto, acredito que a proposta do programa é contraditória, pois ao mesmo tempo que existe a intenção em direcionar o programa para os jovens, este horário também difunde os estilos de música da MPB da década de 70 e 80, estilos musicais mais identificados com a época em que as locutoras viveram sua juventude. Além disso, em determinados momentos, as locutoras utilizam uma linguagem rebuscada. Embora essa opção obedeça à proposta do programa, acredito que esse é um fator que afasta os jovens do programa, pois essa realidade está distante do cotidiano da juventude. Como relatei antes, a Mandacaru FM atinge basicamente bairros de periferia onde moram jovens trabalhadores que estão fora da escola ou a juventude de baixa renda que estuda em escolas públicas e não tem o vestibular como prioridade.

Em determinados momentos a proposta do programa em repassar dicas gramaticais e conhecimentos literários e culturais acaba afastando-se do estilo de linguagem dos jovens que normalmente ouvem a rádio. Esse afastamento ocorre principalmente no momento em que são dadas as dicas gramaticais. Observei que neste quadro o perfil da educação formal está presente no programa, mas não recebe muita aceitação do público.

Loc. Concisão: a concisão consiste em dizer muito em poucas palavras. A expressão concisa e sóbria se desenvolve no sentido retilíneo, evitando as digressões inúteis, as palavras supérfluas, a desmedida adjetivação e os períodos extensos e emaranhados. O vício contrário é a prolixidade. Quem não costuma falar com concisão, usar a linguagem concisa, comete o vício da prolixidade. Você é uma pessoa prolixa? (Trecho do programa Letra por letra, transmitido em 18 de setembro de 1999).

O uso de elementos da educação formal não acontece em todos os momentos do programa, mas representa parte da proposta do Letra por Letra. É perceptível na proposta do programa uma vertente da educação formal mesclada com objetivos educativos não-formais. A vertente formal aparece quando o programa é utilizado apenas para repassar as normas gramaticais. As locutoras realizam, na verdade,

uma leitura de trechos da gramática sem inovar ou modificar a linguagem escrita gramatical. Outro momento formal é quando as apresentadoras lêem biografias dos escritores e citam suas obras, no quadro Em Foco ou quando enfatizam durante todo o horário dicas de acentuação e ortografia lidas diretamente da gramática. Nestes casos, fica evidenciado que a utilização de um meio de comunicação para o repasse de aulas ou informações educativas não retira da mensagem seu caráter de formalidade. Na vertente não formal, a música, as perguntas e o horóscopo através do português astral procuram exercer uma função educativa através do lazer e do entretenimento. Um reflexo da proposta mais formal encontrada no Letra por Letra é percebido através da observação do público, este não responde com altos índices de audiência ao programa Letra por Letra. Essa constatação é confirmada porque a emissora tem maior audiência quando a proposta socioeducativa supera os aspectos formais e se aproxima do universo cultural dos ouvintes. No caso da Mandacaru o universo cultural não é representado unicamente no suporte comercial. A emissora promove programas e grupos culturais que não aparecem ainda como personagens centrais no campo do consumo.

O programa *Funk* na Veia surgiu logo no início da rádio e está associado a participações anteriores de jovens *funkeiros* nos programas do sistema de alto-falantes do bairro Éllery. Na época os *funkeiros* faziam pedidos musicais no sistema de alto-falantes da associação dos moradores. Com a montagem da rádio, eles procuraram a associação dos moradores e solicitaram um horário para apresentar o programa que se chamaria *Funk* na Veia. Conheci este programa no ar com o estúdio lotado por jovens (rapazes e moças) que todos os sábados das 18 às 20 horas participavam, ao vivo, da emissão do programa. Os *MCs*, Mestres de Cerimônias, que se apresentariam no programa *Funk* na Veia também apareciam em grande número em busca de divulgar suas composições na programação. *MCs* são cantores de *funk* que têm suas canções gravadas artesanalmente em fitas cassetes, porém com ótima qualidade. A difusão musical do *funk* era peculiar a este programa. Muitas gravações ou montagens, como denominam os *Djs*, são caseiras e privilegiam os *MCs* locais. Percebi que a promoção de jovens cantores ganhava uma proporção mais distanciada do esquemas empresariais da indústria fonográfica. Estas canções são conhecidas quase exclusivamente do público

funkeiro porque muitas delas são produzidas artesanalmente em pequenos estúdios ou em casa.

Conversei com muitos dos jovens *MCs* e constatei que todos vinham de bairros de periferia e representavam dentro do *funk* uma espécie de mensageiros das idéias do movimento. A equipe do programa era composta pelo *MC Drak*, vinte e três anos, que fazia a locução em conjunto com o Disque Jôquei, *DJ Noel*, trinta anos. Durante a apresentação do programa o telefone não parava de tocar com pedidos de “alôs”⁵³ e mensagens de galeras. Na maioria das vezes elas se cumprimentavam e se desafiavam solicitando músicas.

A audiência do programa era enorme, prova disso era que o *Funk na Veia* contava com uma recepcionista, Grace Brilhante, aclamada pelos jovens *funkeiros* como rainha do *funk*. A cada sábado a movimentação dos jovens crescia no pátio da rádio, entretanto, a fama do movimento *funk* em promover rivalidades nos bailes preocupava a direção da emissora. A apresentação do programa também expressava essa ambigüidade refletindo momentos de incentivo às rivalidades entre as galeras e momentos de estímulo ao fim da violência no movimento. As mensagens que eram veiculadas geralmente pelas músicas dividiam-se entre *raps* que falam do fim da violência no *funk* e aqueles que salientavam a força de cada galera. É importante ressaltar que no programa não havia uma preocupação específica com vinheta de abertura, tempo de locução e de músicas que eram veiculadas, encontrei casos em que uma montagem durou cerca de dez minutos.

No programa do dia 28 de setembro de 1999, o *Funk na Veia* foi iniciado com duas montagens que demonstraram a ambigüidade percebida na proposta do programa a que nos referimos acima. A primeira montagem: (letra de um *rap*)

*A situação dentro e fora do salão, mas sem
violência chega de confusão. Eu queria ver a
juventude mais unida, se lembre que Jesus por
nós . Ele deu sua vida. Deus é nosso pai, mora no
nosso coração. Então parem as brigas e se
lembrem que somos irmãos. Eh! Eu vou lembrar*

⁵³ Alôs – mensagens enviadas pelo rádio para amigos e membros de galeras reforçando o espírito de grupo do movimento e salientando a rivalidade entre as galeras o bairro e de outros setores da cidade.

um fato triste que aconteceu, que com uma bala perdida até inocente morreu, É, e esse fato no tempo ficou marcado em consequência do tiro, foram oito baleados . Então parem com isso que isso não é brincadeira não, em troca de tiro morreu mais um cidadão. Vamos lá galera! Parem mais para pensar, parando as brigas o Pirambu vai melhorar...

Em seguida foi veiculada outra montagem:

*Uh! É lado C quebra eta máfia fúria jovem. Alto do Bode, Tocantins, Henrique Jorge. (BIS)
Ala terrorista é a maior de Fortal, GSIMDM na moral. (BIS)
Ala Cristo tá presente então, vai assim oh. Comando Ceará é o bonde mais sinistro se você vacilar, cuidado com Ala Cristo. (BIS).
Então para TUF a rapaziada está ligada. De frente com a TUF, o alemão é fraco, oitavo segundo e décimo quarto. (BIS). (Trecho do programa Funk na Veia, transmitido em 14 de agosto de 1999)*

Nessa última montagem o programa narra musicalmente as rivalidades entre as galeras. Durante o horário do *Funk na Veia* seguem-se por duas horas os alôs de turmas para turmas que ocupam de cinco a dez minutos de locução e difundem-se em seguida com a emissão de um pedido musical. Esse momento de mensagens ou alôs, tanto pode ser percebido como um espaço de comunicação, como um momento de projeção de galeras. Na verdade, o programa acaba por refletir as tendências do *funk* que está dividida entre as mensagens de MCs que ora defendem a paz no movimento e hora pregam a rivalidade que se concretiza em atos de violência. Essa ambigüidade na representação do movimento tem sido ponto de exploração nas investigações sobre o *funk*. Glória Diógenes problematiza as denominações gangues e galeras freqüentes na classificação da aglomeração juvenil, principalmente nas décadas de 80 e 90.

A classificação entre ser galera durante a semana e no momento do baile funk assumir a galera como gangue, tem como fronteira uma idéia que recorta o depoimento dos participantes das gangues- o que dá pra rir, dá prá

chorar- em que a violência torna-se prática habitual, como o tributo que deve ser pago por aqueles que atravessam as áreas inimigas e ousam “rir” nos bailes. Observa-se que existe entre os integrantes fronteiras delimitadoras entre o lugar da violência e o da não violência, quais sejam, não é em todos os momentos que uma galera se assume como gangue e, desse modo, não é em todas as ocasiões que se dinamizam as práticas da violência. Assim sendo, deve-se evitar a correlação linear e simplificadora entre gangues e violência que certamente pode levar a uma reprodução mais moderna da teoria do desvio social que estigmatizou nos anos 60, as denominadas populações marginais no Brasil. (Diógenes, 1998. p. 109).

A relação entre gangues e galeras na promoção da violência no *funk* apresentada pela autora sugere a problematização para a situação ambígua que encontrei no programa. Não é possível com uma classificação fechada no modelo da violência compreender a presença do *funk* na Mandacaru. Embora não estude especificamente os grupos de *funkeiros*, fica explícito neste programa que dentro de cada galera existem conflitos quanto as práticas e posturas assumidas pelo *funk*.

Nas reuniões quinzenais que a emissora realizava, era sempre discutida a necessidade de repensar a proposta do programa e inserir na estrutura deste mensagens de paz, diminuindo os alôs e mensagens que incentivavam a rivalidade entre as galeras. A preocupação da diretoria da emissora confirmou-se quando em 1999 aconteceram brigas no pátio da rádio. Este fato levou à suspensão do programa por dois sábados até que fosse repensada a proposta do mesmo. Foram realizadas reuniões nas quais observei a discussão sobre a conduta do programa. Os produtores, Drak e Noel, defendiam a continuidade da proposta e se negaram a fazer qualquer modificação no programa. O *Funk na Veia* voltou ao ar, mas, em virtude de novos conflitos, foi retirado da grade de programação da Mandacaru FM, pois os membros de emissora argumentavam que não estava na proposta da rádio promover a violência entre os jovens. Para os organizadores da rádio o *Funk na Veia* exercia também esse papel e por esse motivo foi decidido finalmente o corte do programa no dia 2 de janeiro de 1999. No lugar do *Funk na Veia* foi inserido o programa Vem Cá Poeira, reivindicado pelos grupos de capoeira dos bairros Éllery e Olavo Oliveira.

Até 1998, quando a Mandacaru iniciou a difusão do programa *Funk* na Veia, Fortaleza contava apenas com um único programa de *funk*, o programa Super Dance veiculado na rádio Cidade de Fortaleza. O Super Dance estava vinculado à promoção dos bailes *funks* em Fortaleza, principais espaços de rivalidades, brigas e consumo de drogas. Quando conversei com receptores da Mandacaru que se identificavam como antigos *funkeiros*, observei denúncias de que existia um grupo de pequenos empresários do *funk* que viam nesses jovens possíveis consumidores de marcas e da moda jovem.

É mais ou menos assim, há uns oito anos a gente andava no agito jovem circuito. No tempo que prestava. Hoje eles não botam música relaxante não. Eles botam o legítimo pancadão que incentiva as pessoas a brigarem. Não querem nem saber de letra, é só vinheta. Na época não tinha CD. Eu fui pro negócio de break. Aí deixamos de andar no som e ficamos nas rodas de break. Tinha uma rádio que tava lançando e botava o dia todo. Na melhor de três, botava sempre o racional. Hoje em dia já virou comércio. Também o pessoal está pedindo música pra brigar e tá vendendo, eles não ligam não. Chegou um amigo meu, o pessoal, ele disse que o dono do bandeirantes chegou a dá dinheiro pro curativo e pagar o táxi. Ah! Ele quis cuidar da imagem dele. Aí ele diz, os pilantras jogaram uma pedra em mim, mas o Osmundo foi legal, pagou o meu taxi e o curativo e tudo. Quer dizer que ele ainda ia voltar lá, ia ficar com raiva dos caras, mas não ia deixar de andar lá não. Ele só faz isso porque tá vendendo. Por isso que tá vendendo. Esses quites que eles sorteiam, vamos dizer que eles vão sortear 10 quites. Aí nos quites vêm camisas com o dinheiro que eles arrecadam ali, acho que já dava pra eles comprarem uns 10 milhões de quites. Aí os bestas se iludem e dizem, meu irmão vou ganhar um quite e vou inaugurar no outro sábado. São dessas marcas de surf. Olha só o nome da marca: atrito. Tá no reggae também. O César Nunes ganha quinhentos só pra falar o nome da marca atrito. (Entrevista com Fly, vinte e oito anos, ouvinte do programa Nas Ondas do Reggae e ex funkeiro, 2000).

Com a retirada do programa *Funk* na Veia da grade de programação da Mandacaru alguns de seus membros foram para a rádio Brisa do Mar, uma rádio comunitária, localizada no bairro do Pirambu. Essa emissora funciona com o apoio da comunidade e ocupa uma sala do projeto Quatro Varas, uma atividade de extensão da Universidade Federal do Ceará que realiza atendimento de psiquiatria comunitária. A Brisa do Mar tem muita semelhança com a Mandacaru FM. Entretanto, aquela FM também já havia enfrentado problemas com seu programa anterior de *funk*, mas voltou a veicular novamente esse ritmo no programa Explosão Hits. No entanto, isso só aconteceu quando os *funkeiros* repensaram a veiculação das músicas e das mensagens que estimulavam a violência e a rivalidade entre as galeras. Através do programa Explosão Hits, a emissora delimitou sua difusão apenas para o *funk* melode, uma canção romântica do *funk*, e para as mensagens que incentivassem a paz entre os *funkeiros*. Observei essa proposta acompanhando o programa Explosão Hits. Durante sua veiculação constatei que as mensagens desse programa voltavam-se para o combate à violência dentro do *funk*. Para atingir esse objetivo, passou-se a utilizar slogans de pacificação social que promoviam a integração entre as galeras. Em determinado momento do Explosão Hits, o MC e locutor dizia que era preciso acabar com a violência nos bailes *funk*, pois se essa ação não acabasse o movimento *funk* iria morrer”. Se o programa conseguia realizar ou não esse papel, somente um trabalho específico sobre a trajetória cultural e social do *funk* em Fortaleza pode chegar a tais conclusões.

Em termos mais amplos, as diversas letras dos *raps* que representam o estilo *funk* expressam temas que variam entre mensagens de violência, de paz e mensagens melódicas e românticas. Essa variedade demonstra a diversidade que esse gênero representa. Encontrei essa diversidade de expressões no programa *Funk* na Veia, entretanto o aspecto violento do *funk* predominou e entrou em contradição com a proposta cultural e educativa da Mandacaru FM. No episódio de exclusão do programa *Funk* na Veia, a rádio precisou isolar uma dimensão social da diversidade cultural que defendia. Nesse momento ficou em questão até que ponto essa emissora poderia expressar a pluralidade cultural existente na sociedade sem ferir a proposta da emissora. Nesse sentido, pode-se afirmar que a proposta cultural e socioeducativa da Mandacaru delimitava trabalhar com uma pluralidade cultural que resgatasse o lazer e a mobilização

cultural de uma juventude que luta contra a violência e não com os movimentos culturais jovens que promovam esses atos. Na verdade, os grupos mais envolvidos com a promoção da violência eram eleitos como alvo da programação e não como difusores de mensagens na programação. A intenção é educar para a paz numa linguagem jovem, utilizando os movimentos sociais e culturais da juventude que correspondam a esse projeto. Nesta proposta, a figura do receptor como consumidor é substituída pela imagem do receptor que possui identidade e que não representa apenas um número nas contas financeiras das empresas de comunicação. A preocupação com os reflexos do programa *Funk* na Veia no cotidiano do *funkeiro* exemplifica essa situação. Nessa ocasião fica evidente que a rádio luta também por interferir nos índices de violência predominante nos bairros de periferia e na cidade de uma forma geral. Quando repensa os processos de violência que ocorrem no cotidiano do *funk*, a emissora ressalta sua função comunicativa, educativa e reflexiva construída a partir da consideração que passa a dar à pluralidade cultural, revendo a segmentação meramente comercial explorada pela radiodifusão. No modelo comercial a programação do rádio exerce um princípio educativo voltado para a consolidação de estilos de vida consumistas e essencialmente voltado a promover a lógica mercadológica hegemônica. Por esse motivo, vejo na proposta educativa não formal das emissoras comunitárias os parâmetros de uma lógica cultural que rever os objetivos consumistas predominantes na programação dos meios de comunicação.

O *funk* é uma expressão cultural que ganha seu significado próprio na sociedade e incorpora, portanto, as demandas enfrentadas nesse contexto: desigualdades, paz, violência, consumo, drogas, política etc. O que as rádios comunitárias procuram ressaltar desse universo passa, na verdade, por uma releitura das situações instituídas às classes populares. Desse modo, as emissoras comunitárias objetivam reconstruir com os programas juvenis a importância dos atores em seus estilos culturais jovens na contemporaneidade, procurando repensar a relação desses movimentos com os excessos de violência ou com as práticas que estimulam a utilização das drogas e a relação dos jovens unicamente em torno do modismo e do consumo. Nas emissoras comerciais e nas rádios ditas comunitárias o *funk* é explorado como oportunidade de expandir a segmentação de mercado. Mas nas rádios comunitárias, organizadas por movimentos

sociais e culturais populares esse segmento jovem é percebido como estratégico para articular e mobilizar os jovens, divulgando através desse ritmo musical uma proposta comunicativa que procura trabalhar a cultura emergente na sociedade, ressaltando, entretanto, preceitos educativos de paz, consciência política e solidariedade. Com o fim do programa de *funk*, é possível perceber a construção do processo educativo na Mandacaru através de outros programas que se voltam para essa proposta.

O *reggae* é outro gênero que não aparece frequentemente no mercado fonográfico. É veiculado em pequena escala nas emissoras comerciais e quando é difundido nessas emissoras fica restrito apenas aos mais reconhecidos nomes do *reggae*, como Bobby Marley. No caso do *reggae*, a baixa difusão está relacionada com o fato de os *regueiros* serem minorias no universo dos consumidores. Na verdade, esse estilo musical emergente da Jamaica tem ainda uma difusão concentrada no Brasil e se expande com maior força em Salvador e no Maranhão. Além desses estados o *reggae* está aparecendo como ritmo importante na Baixada Fluminense, nas periferias do Rio de Janeiro e de São Paulo, em Fortaleza, dentre outros estados.

A análise da difusão do *reggae* na Mandacaru exigiu um certo conhecimento sobre este ritmo, pois somente a partir da compreensão da trajetória do *reggae* da Jamaica para o Maranhão e de São Luís para Fortaleza fica evidente o quadro das vivências culturais que se formou em torno deste ritmo musical. Portanto, foi a partir do conhecimento das formas como o *reggae* se difundiu no Brasil que passei a entender o modo como o programa da Mandacaru se caracterizou, bem como o estilo de recepção dos ouvintes desse programa.

O contexto pós independência da Jamaica em 1962 não mudou na prática as condições de desemprego e marginalidade dos jamaicanos. Na verdade, essa realidade social acabou influenciando o surgimento de gangues formadas por jovens entre quatorze e trinta anos que adotaram a filosofia Rastafari e intitularam-se Rastamen. Entre expressões de violência e perseguições policiais, os rastafarianos foram denominados de foras da lei ou plebe de drogados pelo discurso instituidor, mas na verdade constituíram uma alternativa de construção da nacionalidade jamaicana e formaram um amplo movimento popular na Jamaica. Enquanto a filosofia Rastafari inspirou este movimento, o *reggae* transformou-se em símbolo musical dessas

manifestações. De acordo com Silva. C. B.. (1995), na sua gênese o *reggae* representou um redimo musical que envolve a trajetória de luta cultural e política jamaicana, carrega um acentuado caráter de contestação política, marcando uma revolução na música negra em todo o mundo. Para este autor o *reggae* expandiu-se mundialmente e nesse trajeto sofreu as modificações em cada espaço onde propagou-se. Desse modo, é possível que a base jamaicana permaneça no *reggae* que se expandiu no Brasil e mais precisamente no estado do Maranhão, mas, nesse caso, é importante ressaltar as modificações na vivência deste ritmo em Fortaleza, pois o modo como o *reggae* caracteriza-se nesta cidade influencia a relação que os *regueiros* estabelecem com essa música.

Segundo Silva C. B. (1995), a indústria cultural, apesar de participar na difusão do *reggae*, não pode ser considerada o espaço decisivo na difusão deste ritmo. Em São Luís o acervo de *reggae* não se encontra nas emissoras de rádio e não são comprados em lojas. A música chega através de exportação restrita a poucas pessoas conhecedoras do *reggae* jamaicano. Na verdade, a difusão do *reggae* é consagrada através das famosas festas de radiolas que são realizadas em clubes populares com a utilização dos sistemas de som de grande potência, as radiolas. Encontram-se também neste esquema informal de difusão os programas de rádio comerciais com horários que são apresentados por amantes do *reggae*. Neste caso, os apresentadores são geralmente os promotores das festas de radiola e ao mesmo tempo, os detentores do acervo de *reggae* em São Luís. No Maranhão o *reggae* tornou-se essencialmente um estilo dançante, repleto de coreografias, propagado pelo caráter de entretenimento das festas de radiolas.

Eu considero que um dos principais motivos para que o reggae não seja legítimo movimento social é devido a um fator interessante. Primeiro é que o reggae foi curtido no Brasil, principalmente nas áreas onde ele é mais forte, puramente como música de entretenimento, ou seja, o Maranhão não vive o reggae como música de movimento cultural de uma coisa assim realmente uma revolução social. Tem como um ritmo que é altamente identificado como um estilo de festa e um estilo de dança maranhense. É como se fosse o forró aqui e que o forró está longe de ser um movimento social. É puramente uma opção de festa para as classes mais baixas. Outra coisa

não só pelo fato de ser em inglês, mas talvez se o reggae fosse em português, de tanta mensagem que é jogada dentro do reggae, principalmente mensagem consciente em relação a questão da raça, da questão política contra o imperialismo. Talvez já tivesse sido percebida uma coisa mais forte e tivesse se tornado um movimento desse tipo, mas o inglês e não somente inglês o patoá que é a língua em que os reggaes, principalmente rudes são cantados que é um dialeto jamaicano. Tudo isso dificultou essa unidade em torno da letra do reggae. (Entrevista com Gianni Zion, cantor e compositor da banda Rebel Line, 2000).

O depoimento do regueiro é confirmado nas reflexões teóricas de Guimarães (1998. p. 152.). A autora constata que em São Luís, diferentemente de Salvador, da Baixada Fluminense e das periferias do Rio de Janeiro e de São Paulo, o *reggae* não estava, até a década de 90, articulado às entidades do movimento negro. Este fato contribuiu para a propagação do *reggae* pouco politizado e distanciado de suas raízes. Embora seja válido afirmar que em São Luís, como acontecerá em Fortaleza, o *reggae* não assumiu uma característica de movimento cultural de afirmação da juventude negra, é inegável reconhecer que através do *reggae* ocorrem oportunidades das pessoas conversarem sobre seu cotidiano comum e destacarem as barreiras impostas pelas condições sociais ou discriminação racial que cerca esse segmento. Em Fortaleza, a difusão do *reggae* no rádio FM começou por iniciativa de amantes deste gênero musical. A primeira difusão específica de *reggae* no rádio ocorreu na rádio FM do Povo, em 1992, com o programa *Sko Reggae*, apresentado por Gianni Zion. Nesse período as rádios comerciais ainda abriam espaços para apresentadores independentes, conforme ressalta Gianni Zion.

A gente encontrava um patrocínio e esse patrocínio era dividido entre a gente e a rádio. Isso é uma coisa que até hoje não existe mais. Existia muito mais flexibilidade em liberar para pessoas que tivessem interesse em fazer um programa, inclusive com comentário, com informação. Mesmo as rádios comerciais naquele momento tinham mais abertura. Hoje não, funcionam quase igual à televisão. Os horários são caríssimos, tudo depende de

patrocínios e os patrocínios têm que ser altos. (Entrevista com Gini Zion, 2000).

Em 1994 passou a ser veiculado pelo mesmo apresentador na rádio Cidade FM, o programa *Reggae Night*. Este programa teve três anos de duração, mas foi substituído pelos programas *Reggae Point* que depois foi denominado *Reggae Surf Point*. Dessa vez o programa passou a ser apresentado na mesma emissora pelo regueiro Fauzy Beydoun, cantor da banda maranhense Tribo de Jah. O término do programa *Reggae Night* justifica-se pelo caráter comercial que Fauzy representou para a emissora. Beydoun era dono de uma grife de *surf* e representava maior possibilidade de concentrar patrocinadores para um programa de *reggae*. Após essas mudanças Fauzy Beydoun foi atuar com a banda Tribo de Jah em São Paulo e Fortaleza ficou sem programas de *reggae* no rádio.

O *reggae* em Fortaleza viveu, portanto, essa difusão através dos programas de rádio que posteriormente foi complementada por alguns espaços regueiros que existem na cidade. Semelhante a São Luís, Fortaleza vive o *reggae* afastado de associações com o movimento negro e aqui o ritmo assume mais a característica de entretenimento, com a exceção de alguns regueiros que estudam e procuram dar ao *reggae* um significado mais político. Espaços, como os bares e os shows, também compõem o circuito de modismo e consumo dos regueiros em Fortaleza, fazendo com que os valores comerciais sejam predominantes no *reggae*.

Outros colegas nossos que são bem dedicados regueiros e que pra mim são os mais fortes na difusão do reggae é o César Nina e o Rubinho Star, ou seja, eles não são na verdade colecionadores no sentido do meu estilo que coleciona discos LPs, que eu dou muita atenção ao nome das músicas, as letras das músicas. Eles são, na verdade, o que pode se chamar de DJs, aqueles que estão sempre atualizando o que está rolando na Jamaica e no Maranhão e que fazem festas também no estilo do Maranhão, festas de radiola. Eles são os únicos DJs de radiola do Ceará (Entrevista com Gianni Zion, 2000)

Após o momento em que o *reggae* ficou ausente do rádio cearense, o ritmo voltou à radiodifusão através das rádios comunitárias. Hoje encontram-se

programas de *reggae* nas rádios comunitárias organizadas por movimentos sociais e culturais populares e nas emissoras ditas comunitárias. Nesse último grupo, o *reggae* está mais associado aos patrocínios até porque as emissoras não têm como preocupação principal uma proposta socioeducativa, mas simplesmente destacar e difundir o *reggae* enquanto gênero musical.

O programa *The Reggae Moving* da Mandacaru diferencia-se do esquema dos Djs promotores de festas de radiola em Fortaleza porque se encontra dentro da proposta maior da rádio, mas ao mesmo tempo não deixa de ser um programa mais voltado para o entretenimento conforme a realidade deste ritmo em São Luís e em Fortaleza.

Em 1998, logo após o primeiro mês de funcionamento da Mandacaru, teve início a transmissão do programa *The Reggae Moving* sob a locução de Nelton, trinta e nove anos, também conhecido pelo nome regueiro Fera Mansa⁵⁴. O programa *The Reggae Moving* surgiu com o objetivo de divulgar o *reggae* e, nesse sentido, seguiu o mesmo propósito dos primeiros programas de *reggae* já citados. Difundia todos os estilos de *reggae* com espaços para mensagens e alô entre os ouvinte. Nesse sentido, a difusão do *reggae* era uma das principais metas do programa, aqui definida pelo locutor.

LOC. Oi, Oi tou chegando pra pegar pesado e hoje aqui no estúdio tá lotado, com certeza The reggae Moving é assim pra cima. A “porochinha” mais “porochona” no pedaço, tá aqui marcando presença. E a gente quer dá uma palavrinha rapidinha com você ouvinte porque a partir de hoje vai ser a despedida temporária do Fera Mansa do programa, porque com certeza eu vou fazer participações especiais durante a programação, com pedras novas, com novidades, até porque a partir dessa próxima semana eu vou passar a viajar, aí vai ser uma coisa totalmente melhor organizada, melhor estruturada. E grande Galego, como nós fizemos o programa The Reggae Moving? Nós fizemos com o seguinte intuito de divulgar prá você regueiro, pá moçada esperta de Fortaleza, uma música que até então estava sendo um

⁵⁴ No *reggae*, na capoeira e no *funk* é comuns os apelidos para os membros desses movimentos. Nesse caso os regueiros ou funkeiros se conhecem pelo nome de guerra e, mais cedo ou mais tarde, um participante é batizado pelos amigos. Essa característica também é comum a muitos grupos culturais e esportivos.

pouco deixada par lá no contexto musical cearense, ou seja, nas rádios e tal. Então surgiu uma oportunidade nas rádios alternativas. E aqui nós estamos em termos cumprindo esse um ano e pouquinho que estamos aqui, termos cumprido o nosso papel. E Espero que você Galego Jones que vai ser junto com o Erasmo e com o Valdo Nunes, nova equipe peso pesado aqui do The Reggae Moving, portanto, você já começa aí entrando no seu clima e dando a sua ciência, quer dizer, você veio pra que mesmo meu irmão? – G.J. Realmente eu vim para dar continuidade a esse programa, que é um programa de primeira mesmo, o programa The Reggae Moving que eu sempre curti mesmo e tive muita vontade de participar. Então você nos deu essa oportunidade pra gente fazer esse programa, então é com muita vontade que a gente continua esse programa pra fortalecer mais e mais o reggae em Fortaleza, não deixar cair. (Trecho do programa The Reggae Moving, transmitido em 18 de setembro de 1999)

Em 1999, o Fera Mansa optou em sair da rádio onde realizava o programa aos sábados das 12 às 14 horas para ocupar um espaço em outra rádio dita comunitária localizada no Benfica, bairro de classe média. Com a saída do locutor, o programa permaneceu na Mandacaru com a apresentação de Galego Jones⁵⁵, trinta e quatro anos. Após alguns meses na Mandacaru, Galego assumiu seu próprio estilo e mudou o nome do programa para “Nas Ondas do Reggae”. O contato com as comunidades de regueiros de Fortaleza permaneceu semelhante ao que já vinha sendo realizado no programa anterior. O locutor deu continuidade à veiculação de *reggae*, mensagens de paz e recados transmitidos pelos ouvintes. A visita dos regueiros à rádio era menor se comparada ao programa de *funk*, mas apresentava sua audiência condizente ao crescimento de grupos de regueiros na cidade de Fortaleza. Esse programa também ressalta a proposta da Mandacaru FM e o objetivo de valorizar as diferentes identidades e minorias no universo social, bem como a proposta da rádio em resgatar e promover a paz e estimular a formação de grupos culturais e sociais populares. Entretanto, em virtude do processo de organização do *reggae* em Fortaleza este está influenciado pelo consumo e entretenimento, com o qual esse gênero musical caracterizou-se em São Luís,

⁵⁵ - Galego é o termo cearense para vendedor ambulante ou mascate. Galego é, portanto, nome reggueiro do novo locutor. Esse apresentador é mascate (vendedor ambulante) e por isso foi batizado com este nome pelos regueiros.

observei uma lacuna entre os objetivos da rádio em promover a articulação identitária entre os regueiros e a realidade do *reggae* enquanto vivência sociocultural nesta cidade. Na verdade, o que a Mandacaru consegue concretizar é um programa de *reggae* que se refere ao receptor deste ritmo sem projetar nele a figura do mero consumidor de marcas de surf ou qualquer outro gênero do mercado de consumo. Entretanto, mesmo estando ligado a um contexto de consumo comum ao *reggae*, esse ritmo representa um elemento estratégico para atingir tanto um público que não encontra nas emissoras comerciais espaço para seus ritmos quanto a valorização da pluralidade cultural que existe e transformam-se constantemente na sociedade. Isso acontece ao mesmo tempo em que a emissora torna-se conhecida e ouvida. No entanto, o objetivo da rádio comunitária de estimular a integração das pessoas para a formação de grupos em torno de problemas sociais que atinjam os jovens fica impedido e realiza-se somente na concretização de relações mais solidárias entre os regueiros nos cenários das festas que se realizam em bares e shows. No capítulo sobre os receptores ressaltarei que a situação do programa de *reggae*, mais identificado como espaço de entretenimento e como horário difusor deste ritmo, encontra explicação no próprio contexto dos regueiros vivido em Fortaleza.

Outro fator relevante a ser percebido na proposta da emissora é que o *reggae* difundia no programa as músicas predominantemente em inglês. Este fator demonstra que a proposta da Mandacaru FM não se prende à defesa da música brasileira, o que indiretamente nos levou a perceber que os estilos de *reggae*, *funk* e *rap* estão relacionados a movimentos mundiais e apresentam músicas de todo o mundo. Nesse caso, a pluralidade projetada pela Mandacaru apóia-se no reconhecimento dessas relações mundiais que perpassam pela cultura popular gerada e recriada no contexto sociocultural brasileiro.

A emissora também foi procurada por membros de um segmento do movimento *hip hop* de Fortaleza que passaram a veicular o programa *Hip Hop, Cultura de Rua* ainda em 1998. A princípio o programa era apresentado todos os sábados das 16 às 18 horas, mas após um ano de difusão, passou a ser diário de segunda à sábado. Entre todos os programas apresentados na Mandacaru, o *Hip Hop, Cultura de Rua* é o espaço de difusão da emissora que articula grupos e mobiliza os jovens em torno de temáticas sociais. Através do programa observei a ênfase dada à difusão do *rap* e as promoções

artísticas e sociais do movimento *hip hop*. Entretanto, é importante perceber que a trajetória do *hip hop* em termos mundiais e particularmente em Fortaleza é o ponto de reflexo na condução do movimento e conseqüentemente a responsável pelas características desse programa. Em outras palavras, estou afirmando que a dinâmica assumida pelo programa *Hip Hop, Cultura de Rua* não é um resultado da proposta definida pelas rádios comunitárias. O processo de organização do movimento *hip hop* encontra nestas emissoras apenas um espaço coerente e propício para a difusão de sua filosofia e proposta. Em virtude de ter encontrado muitos trabalhos sobre a temática do *hip hop* retomarei apenas alguns detalhes importantes para situar as reflexões que realizarei sobre esse programa na Mandacaru e na Casa Grande FM (Guimarães, 1998; Silva. C. B. 1998; Silva. R. A.,2000).

O programa *Hip Hop, Cultura de Rua* veiculado na Mandacaru difunde em particular o *rap*, considerada a expressão poética e musical do movimento *hip hop*. Segundo Guimarães (1998. p. 153), o *rap* significa a expressão do ritmo e da poesia, portanto, “se destaca por ser uma música discursiva (*poetry*) com a parte rítmica desenvolvida do *reggae* e do *funk* e que também incorpora vários outros estilos musicais (*rittm*)”.

O programa também funciona como propagador das demais atividades características do movimento *hip hop*: o *break* e o grafite. A junção destes três elementos dentro da filosofia de crítica social da periferia das grandes cidades caracteriza o movimento *hip hop*. mundialmente. Nesse sentido, para explicitar as origens do movimento é preciso compreender as reflexões já realizadas sobre a constituição artística do *hip hop*. Aqueles que investigaram a origem do movimento destacaram a tradição africana na gênese deste movimento cultural. Essa relação é percebida primordialmente na musicalidade do *rap* que remete aos relatos orais africanos.

Os estudos pioneiros sobre o rap localizaram suas raízes no contexto das heranças africanas. O canto falado se inscreveria no universo da tradição oral. Segundo David Toop (1991), seria possível identificar no canto falado dos rappers heranças das culturas africanas do noroeste, especialmente na tradição dos griots de Gana que são

conhecidos pela forma como narram as epopéias das famílias tradicionais tendo como apoio um instrumento melódico conhecido como kara. Os pesquisadores viram nesta forma de cantar musicalmente a história da Costa Ocidental da África uma das possíveis origens do rap. A oralidade como característica da tradição africana teria logrado prosseguimento na diáspora através de práticas poéticas na América. Neste sentido, (os griots) poderiam ser tomados como ancestrais do rap (...). (Silva, J. C., 1998. p. 23).

A origem da poética *raper* é atribuída também às tradições orais da cultura afro-americana. Nesse campo Silva. J. C. (1998) relaciona os chamados contadores de histórias (historytellers) como reelaboradores da tradição oral afro que teve continuidade nos EUA. O autor cita ainda a influência mais moderna dos pregadores negros (pastores protestantes) e coloca em destaque líderes como: Martin Luther King e Malcon X.

De acordo com Guimarães (1998. p. 154). essa tradição do *rap* deve ser compreendida a partir de suas transformações contemporâneas que aliam este gênero musical às novas utilizações das tecnologias e a modernidade ocidental. Na verdade, há nos três estilos do movimento essa relação entre a modernidade e as tecnologias, além da dimensão de crítica política e sociocultural que implementa a filosofia do movimento *hip hop*. Nesse caso, o *break* também nasce dessa relação com as tecnologias e a modernidade. Há pelo menos duas explicações para o seu surgimento no final dos anos 70. A primeira enfatiza que esta dança é uma expressão dos movimentos dos corpos debilitados dos soldados norte-americanos que participaram da guerra do Vietnã. A coreografia do *break* trabalhava, portanto, os temas da guerra (Guimarães, 1998. p 154). Numa segunda explicação é enfatizado que o *break* é uma reação à linearidade da dança realizada nas discotecas. Nesse caso a *breakdance* representa uma ruptura no plano da dança. No mesmo sentido o *rap* também representa musicalmente rupturas rítmicas. O estilo de produção do *rap* explicita através de seu processo de elaboração a apropriação das tecnologias que esse movimento realiza. Essa apropriação ocorre ao mesmo tempo que o *hip hop* constitui-se como expressão de jovens na sua maioria negros e mestiços da periferia das grandes cidades (Silva. J.C. 1998). p. 35).

A difusão do *hip hop* do Bronx para diversos países do mundo ocorreu através da própria mídia, conforme já explicitarei no primeiro capítulo. No Brasil os elementos do *hip hop* foram a princípio elaborados separadamente, mas gradativamente assumiram em conjunto a filosofia do movimento vivido nos Estados Unidos. Em todo o Brasil o *hip hop* apresenta-se como forma de mobilização cultural e crítica social, principalmente dos problemas vividos na periferia das grandes cidades. Em Fortaleza o surgimento do movimento data do início dos anos 90, conforme relatam os autores que o estudaram (Damasceno, 1997; Diógenes, 1998; Silva. R. A., 2000). Atualmente o movimento constitui-se em diversos grupos que se distinguem entre si na relação que devem estabelecer com a mídia, com o consumo e com os partidos políticos. Entretanto, todos os grupos definem de formas diferentes que a aproximação com a mídia deve ser tomada com cuidado. Em Fortaleza o MH₂0, pioneiro do movimento, e o Cultura de Rua são as expressões maiores do movimento *hip hop*, ambas se distinguem na forma como definem suas relações com a mídia e o campo de consumo.

Diferente do *reggae* e do *funk*, o *hip hop* assumiu características do movimento cultural e expressão dos jovens da periferia em todos os contextos onde se desenvolveu. Nesse sentido, o programa *Hip Hop*, Cultura de Rua é um importante espaço de difusão também das promoções sociais realizadas pelas posses.⁵⁶ O programa *Hip Hop*, Cultura de Rua está diretamente ligado ao grupo Cultura De Rua do movimento de *hip hop* em Fortaleza. Divulga em maior escala o *rap* nacional e em alguns momentos o *rap* internacional. Nos últimos tempos, após um congresso do movimento, realizado em 1999 em São Paulo, que discutiu a produção regional do *hip hop*, tem preocupado-se em divulgar as composições do norte e nordeste. É um dos programas musicais mais ouvidos e dos que mais recebem telefonemas da emissora⁵⁷. As visitas de jovens que fazem parte do movimento são constantes. O estúdio conta no

⁵⁶ As posses são associações de grupos de jovens do movimento *Hip Hop*. Elas reúnem-se para definir as ações do movimento, seja em torno do aperfeiçoamento das apresentações do *rap*, *break* e grafite ou da promoção de atividades sociais.

⁵⁷ Durante os dois anos em que observei a programação da Mandacaru, percebi que entre os programas que receberam mais telefonemas estavam: Funk na Veia, Clube da Jovem Guarda, *Hip Hop*, Cultura de

mínimo com três apresentadores que têm mudando no decorrer da pesquisa, mantendo sempre um número igual ou superior a três locutores. Neste programa as músicas difundidas e a fala dos apresentadores integram-se no combate à violência e às drogas, temáticas centrais do *hip hop*. Como programa identitário, o *Hip Hop, Cultura de Rua*, além de difundir o *rap*, é um espaço de articulação dos grupos, divulgação de encontros, festas e lançamentos musicais.

Os locutores do programa *Hip Hop, Cultura de Rua* utilizam termos específicos do cotidiano do movimento. Entretanto, nos trabalhos que estudaram este movimento não encontrei nenhuma abordagem detalhada sobre a linguagem particular do *hip hop*, embora exista a preocupação de ressaltar a relação dessa linguagem com os relatos orais africanos e se enfatize que há nessas expressões a construção cotidiana de uma linguagem própria do movimento que incorpora a fala, os atos, a roupa, o corpo bem como as variadas formas de manifestação destes grupos culturais. Há também em algumas pesquisas a preocupação de apresentar um glossário dos principais termos utilizados pelos membros do movimento *hip hop* (Diógenes, 1998; Damasceno, 1997). Através da observação das falas dos locutores percebe-se a especificidade dos termos utilizados pelos membros do movimento⁵⁸.

LOC. E nós já voltamos na 98.5 a rádio Mandacaru, FM. Mandacaru é uma rádio comunitária verdadeiramente comunitária onde toca o nosso som do rap e no BG a gente bota sempre um Jazz. E aí Carlinhos você tem algum alô pra galera aí? Essa sequência vai só de gringo e puxa aí de quem é os alôs Carlinhos, vai, diga lá.

LOC. Vamos de Marcelo Brown pra Cristina e do Força de Rua, Alcione, Augusto, Samuel, Márcio, Bolívar, Regis e pro Savaça lá no Morro do Ouro sangue bom e tal, ligou pra gente tá e mandou um alô pro Eugênio, Jaqueline, Bobó e para todos da rádio. Valeu meu mano, tá fechado, daqui a pouco a gente tá tocando o som prá você. Fala aí Bergue, um alô pra quem, diz aí!

LOC. Um alô pra minha irmã a Regisneide que a essa hora tá nos escutando em casa.

Rua, Nelson Gonçalves e seus convidados, Nas Ondas do Reggae. O demais recebiam telefonemas, mas esses ocorriam apenas em tempos espaçados não ultrapassando a dez chamadas por programa.

⁵⁸ Este programa é apresentado por uma equipe de locutores que na maioria das vezes é composto por cinco locutores com idades entre vinte e um e vinte sete anos.

LOC. Pode crer, Bergue manda lembrança para a Regisneide. O terceiro bloco vai de gringo. (Trecho do programa Hip Hop, Cultura de Rua, transmitido em 14 agosto de 1999).

LOC. É o seguinte: primeiro, é vou de alô com o Valdo que pediu Detentos do Rap, a gente não tá com o CD, mas o seguinte, vou botar aquele som prá você, vou oferecer pra você e pra Nancir e os dois pivetes como você pediu: e o seguinte é isso, pra rapaziada do Morro do Ouro que tá ligando aí vamos puxar o bonde, mas vamos puxar o bonde da paz, tá ligado e vamos que vamos que o som não pode parar. E pra toda a rapaziada que tá atrás do muro aí no IPPS⁵⁹, a gente tem muito mano nas tranca aí, mas o seguinte é esse, as coisas mudam né meu irmão.

LOC. E o mundo dá muitas voltas e também lembrando que tem a mostra de hip hop lá na Serrinha, é o pessoal da Posse Nordeste e Consciência hip hop vai tá lá com um projeto bom.

Aberto ao público. O pessoal que quiser descer lá, fica na avenida Dedé Brasil na praça da Cruz Grande. Vamos colar todo mundo, mostrar que o hip hop tá crescendo de ponta em ponta e na seqüência RZO, esse som rodou muito, se liga! (Trecho do programa Hip Hop, Cultura de Rua, transmitido em 18 de setembro de 1999).

O movimento *hip hop* tem na rádio um espaço representativo para suas atividades, pois divulga através da música e das mensagens veiculadas no programa as apresentações artísticas do movimento. Para essa pesquisa é importante observar que através deste programa a emissora ganha uma parte significativa do público jovem da periferia, lugar onde está instalada essa emissora. Entretanto, gostaria de enfatizar que a audiência dos jovens para esse programa não inclui todo e qualquer jovem da periferia. Neste espaço urbano nem todo jovem ouve e gosta de *rap*. Uma visão que parte dessa evidência generaliza e caracteriza homogeneamente o jovem da periferia, quando, na verdade, esse segmento etário aproxima-se dos mais diversos gêneros musicais.

A percepção da abrangência que o *rap* toma no contexto juvenil foi problematizada por Guimarães (1998. p. 204) quando a autora afirma que a partir de 1991 o *rap* vendeu mais de 500 milhões de cópias apenas com o disco “Forget the

Hanner”, além de ter passado a ser difundido pelo circuito de televisão comercial e posteriormente no final da década de 90 na MTV. A autora refere-se à difusão do *hip hop* através da mídia, mas não deixa de citar as resistências do movimento *hip hop* ao circuito de consumo hegemônico. Apresentando a relação do *rap* com a mídia, bem como sua penetração no público de classe média e alta, Guimarães ressalta o sucesso deste ritmo junto ao público jovem. Essa penetração do *rap* no mercado e sua aprovação por jovens que não teriam uma identificação social com o movimento lança duas preocupações. A primeira relacionada à apropriação que o mercado faz deste estilo musical e do movimento cultural. Como apresentei no primeiro capítulo, mesmo diante das críticas e da resistência que os *rapers* fazem à mídia, essa relação parece inevitável e ocorre mesmo diante do questionamento à exposição ao mercado de consumo. Entretanto, dentro da filosofia do *hip hop* o *rap* é apenas um componente do movimento, o que significa dizer que o consumo do *rap* pela classe média e sua difusão no mercado fonográfico precisa ser compreendida dentro das implicações que essa apropriação representa para a continuidade deste movimento. A segunda preocupação que diz respeito à aceitação do *rap* por jovens que não conhecem a periferia é explicada por Guimarães quando ela se pergunta por que jovens de uma realidade distante da imagem da periferia, cenário predominante nas letras do *rap* identificam-se com esse ritmo? A resposta apresentada pela autora afirma que a idéia de exclusão presente no *rap* liga-se à própria condição de exclusão vividas pelos jovens de uma forma geral. “Essa exclusão seria social no sentido de que o jovem ainda não tem autonomia para gerir sua própria vida, ele depende economicamente e socialmente de sua família”(Guimarães, 1998. p. 213). Nesse sentido, quando o playboyzinho assimila o mundo cantado no *rap* assume-se também como um excluído. No programa da Mandacaru FM não investigo o consumo do *rap* por segmentos da classe média; em virtude do contexto do objeto, procuro perceber apenas nos segmentos populares os diferentes estilos de consumo do *rap*. Defendo que este estilo de recepção está relacionado com a interação que os ouvintes mantêm com o *rap*, seja mais distante ou mais próximo do movimento *hip hop*. Nesse sentido, pretendo analisar em que medida o trabalho desenvolvido pelos *rapers* influencia na condução dessa recepção.

⁵⁹ Instituto Penal Paulo Sarazate.

Com essa abordagem, deixo em segundo plano as reflexões que se preocupam em perceber em que medida o *rap* é apropriado pela mídia e pelo mercado de consumo e procuro destacar a relevância das análises que priorizam discutir como se constituem as diferentes formas de relação do movimento *hip hop* com o público jovem da periferia. O enfoque dado ao público da periferia neste trabalho não desconsidera a importância dos jovens de classe média e alta que consomem o *rap*. A delimitação da pesquisa no segmento do público jovem da periferia é, na verdade, uma exigência do objeto de pesquisa. Nesse caso, deixo para outras pesquisas a investigação sobre os demais segmentos juvenis consumidores do *rap*. A priori adianto que as diferentes formas de recepção estão relacionadas às diferentes formas de vivências culturais nas quais estão inseridos os receptores. A esse respeito voltarei a falar no quinto capítulo.

Com esse programa a Mandacaru FM garante espaço de comunicação para mais um estilo cultural que na emissora conta com doze horas por semana para divulgar suas atividades e projetos. Em termos amplos o projeto da rádio abrange também com este programa a proposta de educação através da cultura e do lazer. Pode-se dizer que o programa *Hip Hop, Cultura de Rua* está integrado à proposta da Mandacaru e tem apresentado uma mobilização através da produção musical e artística. No entanto, a dimensão educativa do programa de *hip hop* não é uma construção apenas da Mandacaru, na verdade, o movimento *hip hop* encontra na emissora um ponto de apoio para difundir sua filosofia, impulsionar a conquista de novos membros para o movimento e articular seus participantes para atividades artísticas. No programa a idéia de equipe e coletividade aparece tanto no momento da locução que reveza entre três ou cinco pessoas a apresentação do *Hip Hop, Cultura de Rua* quanto nas promoções que este grupo efetiva com os receptores, incentivando o conhecimento da proposta do movimento *hip hop* ou discutindo com o receptor as letras das músicas veiculadas nos programas. Outro exemplo de trabalho em grupo ocorreu em dezembro de 2000, quando a equipe do programa e membros do movimento realizaram uma campanha de natal para as crianças e pessoas carentes do bairro e utilizaram a rádio para a promoção da idéia.

Afirmar que o movimento *hip hop* desenvolve sua filosofia e conseqüentemente reforça o proposta educativa da Mandacaru, não significa negar que este programa e o movimento *hip hop* inserem-se no modismo e consumo hegemônico.

É nosso propósito ressaltar neste caso que existe uma participação tanto da emissora quanto do movimento no campo de consumo, mas com uma preocupação em questionar as problemáticas sociais que envolvem as vidas dos consumidores, destacando inclusive uma lógica diferenciada que não se volta eminentemente para a implementação do consumismo, mas insiste em destacar a pluralidade cultural dentro de um caráter socioeducativo não formal.

O programa *Rock História* ia ao ar todos os sábados de 11 às 12 horas, mas atualmente é apresentado das 18 às 20 horas. Seu apresentador é Sérgio Lira, trinta e cinco anos, atual presidente da Associação das Rádios Comunitárias de Fortaleza, ARCOS. Serginho, como é conhecido, apresenta um programa de revalorização do *rock* dos anos 60 e 70 e identifica o programa com velhos roqueiros, na medida em que veicula em menor escala o *rock* dos grupos mais contemporâneos.

Bom dia, Bom dia amigos ouvintes da sua Mandacaru FM 98,5. A rádio comunitária que escuta você está começando agora o programa Rock História até o meio dia. É, e como de costume nossos cinco blocos, Seqüência Livre, História do Rock, Rock Balades com uma bonita rodada do Kiss, Rock nacional com muito Raimundos pra você e o Rock debate que vai fazer uma homenagem ao Raul I Seixas. (Trecho do programa Rock História, transmitido em 14 de agosto de 1999).

Essa identificação do programa com a revalorização da história do *rock* ressalta o compromisso da Mandacaru FM com a cultura e com pessoas que vivenciaram esse gênero musical na década de 70. Entretanto, os jovens que “curtem” o *rock* das últimas décadas não se aproximam da proposta do Rock História. Isso fica refletido na audiência do programa. Observei várias emissões que sequer recebiam telefonemas ou visitas, situação diferente da que acontecia nos programas *Hip Hop* Cultura de Rua, *Funk* na Veia, Jovem Guarda, Nelson Gonçalves, Vem cá poeira, dentre outros.

Com a análise dos programas e do público ouvinte fui verificando também que gêneros apresentavam na sociedade grupos ou indícios de formação de movimentos em torno da música. O *rock*, por exemplo, cultivava geralmente uma dimensão de lazer mais individual que se reflete nos estilos de encontros mais restritos a

grandes festas e shows, enquanto o *reggae* demonstra uma aglutinação de grupos em torno de festas em espaços mais reduzidos ou em bares típicos deste gênero musical, o *funk* move-se em torno dos bailes e da organização de galeras, a capoeira estrutura-se a partir de grupos culturais e o *hip hop* revela em particular uma mobilização em torno da organização de grupos de jovens com apresentações de *break*, grafite e música. Desse modo, a desmobilização percebida no programa Rock História é o resultado tanto da condução particular do programa que se volta para a difusão de um rock mais tradicional e histórico na tentativa de reconstruir a identidade do público roqueiro quanto do contexto mais comercial, fragmentado e individualizado no qual a figura do roqueiro vem sendo inserida.

Ainda no sábado a Mandacaru apresentava o programa religioso Ele Vive. A temática do programa estava ligada à ação de jovens carismáticos do bairro e de bairros vizinhos. Esse programa difundia as músicas jovens desse movimento religioso e promovia uma função educativa em torno das questões religiosas. Percebi uma disparidade dessa proposta educativa com proposta educativa defendida pela Mandacaru. Entretanto, a base de sua proposta plural não pode simplesmente eliminar programas dessa natureza.

Com a saída do programa *Funk* na Veia, passou a ser veiculado no mesmo horário o programa Vem Cá Poeira, voltado especificamente para grupos de capoeira da cidade. Na programação encontram-se músicas exclusivas da capoeira, dicas sobre a história deste esporte e esclarecimentos das gírias utilizadas nas rodas de capoeira. Esse programa é apresentado em média por dez capoeiristas. Os locutores utilizam o sistema da roda de capoeira e se revezam na apresentação. Observando a emissão deste programa, fica evidente o sucesso entre os capoeiristas pelo número de ligações durante a transmissão do Vem Cá Poeira. São recebidos em torno de vinte a trinta telefonemas em duas horas de programa.

A programação do sábado na Mandacaru FM procura demonstrar principalmente a pluralidade dos estilos jovens que são reduzidos apenas à veiculação variada e fragmentada de ritmos nas rádios comerciais (do *rock* nacional, *dance* e canções românticas). No sábado a proposta da Mandacaru concretiza sua função educativa quando estimula através do lazer a articulação dos jovens através de seus

movimentos culturais. No entanto, observei que a construção dessa mobilização no contexto dos receptores depende tanto da valorização da diversidade cultural que necessariamente não corresponde à segmentação explorada pelo mercado de consumo quanto da colaboração que os grupos mobilizadores têm dado à proposta da emissora. Nesse sentido, a abertura que a Mandacaru faz para os movimentos culturais constituiu parte importante de seu projeto comunicativo.

No domingo, a programação volta-se para a produção mais local do bairro e para os gêneros regionais. Neste dia é possível sintonizar pela manhã a transmissão da missa, o programa Aquarela Nordestina e o musical Nelson Gonçalves e Seus Convidados. À tarde a transmissão de jogos amadores dos bairros de periferia ou as informações sobre futebol fazem o horário esportivo. Em seguida vem o programa Pequenos Mandacarus que depois passou a ser denominado WW Livre e à noite é produzido o Domingo Romântico, mais identificado com uma programação padrão no estilo das emissoras comerciais. A transmissão da missa é realizada da igreja que se localiza ao lado da rádio. Os jogos de futebol são transmitidos a partir dos campos nos bairros próximos ou do estádio de subúrbio do Parque Rio Branco. Percebi aqui outra forma de relação da emissora com as dinâmicas do cotidiano do bairro Éllery e das adjacências.

A cultura regional em seu estilo tradicional é veiculada através do programa Aquarela Nordestina. Poesias, dísticos e ditados populares são lidos pelo locutor Paulo Pereira, cinquenta e três anos todos os domingos das 10 às 12 horas. O lugar da música regional é cativo neste programa que encontra nos mais velhos o seu público preferencial. A emissora ressalta neste momento o tradicionalismo musical e regional. Após transmitir os aspectos novos dos movimentos culturais que se cristalizam na sociedade através dos programas de *funk*, *rap*, *reggae* e *rock*, a Mandacaru apresenta também uma dimensão mais tradicional dando espaço à cultura regional de cantorias do nordeste.

O programa Pequenos Mandacarus começou a ser veiculado no espaço experimental que a rádio reserva para aqueles que trazem propostas de programas para a emissora. Nas reuniões de quarta-feira aparecem visitantes que se candidatam a apresentar programas na rádio. Esse espaço é denominado caldeirão. Foi como programa

experimental que surgiu das 15 às 16 horas de domingo os Pequenos Mandacarus. Este programa que adota o estilo infanto-juvenil, é apresentado por dois irmãos, Wyarllen, quinze anos, e Willame, doze anos, ambos de 14 e 12 anos respectivamente. O programa Pequenos Mandacarus reproduz o estilo de programas infanto-juvenis da TV. Os locutores conheceram a rádio através do programa Letra por Letra que se identifica com o universo estudantil dos dois. Wyarllen e Willame são alunos de colégios reconhecidos em Fortaleza e têm nos estudos uma de suas principais metas para o futuro. No programa tocam músicas de Sandy e Junior, pagode, axé e realizam enquetes estimulando a participação dos ouvintes. A semelhança que esse programa apresenta com os de estilo juvenil veiculados por outros meios de comunicação parece quebrar a proposta da rádio, mas, na verdade, a emissora parece abrir este espaço para conquistar a participação de todos os estilos jovens na sintonia da emissora. Neste mesmo espaço a proposta da rádio aparece nas enquetes que refletem sobre temas ecológicos, políticos e comemorativos que os dois jovens produtores e locutores realizam. Após a aceitação dos Pequenos Mandacarus na grade fixa da emissora, sustentada pela idéia de que os locutores deste programa abriam espaço para a participação de crianças e adolescentes no quadro de locutores da Mandacaru, esse programa passou a se chamar WW Livre. Entretanto, a mudança de nome não implicou modificações no programa. O WW Livre apresenta uma proposta educativa mais identificada com o mercado fonográfico, mantendo uma certa fidelidade ao estilo comercial.

No horário do programa Domingo Romântico que vai ao ar das 18 às 22 horas, a emissora difunde músicas variadas e mais uma vez utiliza-se dos grandes sucessos da indústria fonográfica para manter-se no ar⁶⁰. Observei que a Mandacaru se utiliza da cultura da sociedade de massa para compor sua proposta plural. Dessa forma, quando a programação das rádios comunitárias tem uma proposta preocupada em apresentar uma pluralidade cultural presente na sociedade desse final de século, fica comprovado que, no meio dessa representação da diversidade cultural, as emissoras comunitárias acabam divulgando também a cultura de massa como parte da pluralidade cultural vivenciada na sociedade moderna deste final de século.

⁶⁰ Observei que este programa teve vários locutores durante a pesquisa.

O final de semana representava, no período de surgimento da Mandacaru, o horário no qual os programas identitários⁶¹ eram veiculados. No entanto, posteriormente dois desses programas passaram a ser diários e obtiveram uma regularidade continuada. A organização da programação da rádio durante a semana foi sendo construída pouco a pouco. Na primeira fase encontrei os programas de variedade e algumas iniciativas de programas jornalísticos, estes últimos não deram certo e logo foram substituídos. O horário da manhã que faz a abertura da emissora foi iniciado com o programa No Batente, uma proposta de produção ligada ao movimento sindical com músicas e informações sobre as reivindicações e lutas dos trabalhadores. Os locutores iniciais eram Aguinaldo José, trinta e quatro anos, Fernando Barbosa, trinta e sete anos, Freitas, trinta e seis anos, e Iran, trinta e oito anos, os dois primeiros, militantes do movimento popular e os dois últimos, líderes sindicais. Com três meses de apresentação do programa surgiram problemas com o tempo livre dos apresentadores. Nesse caso, No Batente passou a ser apresentado por Nacélio, também apresentador do programa AA na Comunidade⁶². Aos poucos ficou clara a impossibilidade de manter a proposta deste programa. Nacélio não era militante do movimento popular e como nenhuma entidade prestou assessoria ao programa, No Batente foi substituído pelo programa Varandão da Madrugada, um musical regional e brega. A mudança refletiu numa transformação de um programa mais identificado com o movimento operário para outro de caráter mais popularesco com informações, mas que guarda espaço para veicular vinhetas educativas presentes em toda a programação da emissora.

No mesmo gênero do programa No Batente, a emissora iniciou no horário das 12 às 13 horas às quartas e sextas-feiras o programa Falando Sério, uma hora de debate com temáticas variadas: moradia, desemprego, transporte entre outros que compuseram os temas abordados neste horário. Entretanto, este programa também não teve continuidade. Seu apresentador era novamente Aguinaldo José, que precisava se dividir entre as tarefas de locutor, produtor, diretor da rádio, militante do movimento popular e do PCdoB, além de trabalhar para sustentar sua família. Diante do excesso de atividades de Aguinaldo, o programa saiu do ar ainda em 1999. Com a finalização da

⁶¹ Os programas *Hip Hop* Cultura de Rua e Nas Ondas do Reggae passaram a ser diários, entretanto, o reggae deixou os sábados, tendo seu horário ocupado pelo programa Brasil de Cabo a Rabo enquanto o *Hip Hop*, Cultura de Rua permaneceu inclusive aos sábados.

⁶² AA na comunidade é um programa apresentado por Nacélio e Vânia, membros do grupo de alcoólicos anônimos.

transmissão do programa Falando Sério ficou comprovado que a Mandacaru não conseguia manter a veiculação de programas mais voltados para a linha política e social que identifica o trabalho dos movimentos populares desenvolvido pela Associação Comunitária do bairro Éllery. Isso significa que o movimento gerador da emissora fica mais na organização burocrática da rádio, conduzindo os debates e organizando os encontros e reuniões que pensam a proposta da emissora. É deixada em segundo plano a necessidade de manter um programa do movimento popular no ar. Nesse sentido, acredito que este fato está relacionado à cultura política que prevalece no cotidiano dos movimentos sociais populares. Esta cultura ainda sente dificuldade em estabelecer uma relação entre os problemas sociais e econômicos que atingem as classes subalternas e os momentos de lazer e entretenimento, bem como as expressões culturais vivenciadas por seus pares ou grupos que estão no mesmo contexto que envolve as lutas populares. Nesse caso, as lideranças acabam priorizando as questões de caráter econômico e político da luta urbana, reservando pouco tempo para as atividades culturais em sua atuação. Enquanto isso a programação da emissora acaba sendo composta em parte por elementos culturais, gerados na sociedade de massa e em parte por expressões dos movimentos culturais e de grupos artísticos que estão no mesmo universo sociocultural das emissoras comunitárias. Estes grupos culturais ao explicitar a produção artística como elemento importante em sua proposta, não eliminam a proposta política e social de seus ideais. Na verdade, apresentam uma forma distinta de sociabilidade que envolve a cultura, a tecnologia e as coreografias na difusão de seus propósitos.

Cidadão no Rádio era um programa da Mandacaru que procurava ser um musical e apresentar debates. Era transmitido de oito às 11 horas com a difusão de músicas variadas, informações sobre os direitos dos consumidores, enquetes sobre temas sociais e polêmicos que saíam na imprensa local. Apresentava entrevistas de convidados ou pessoas que ligavam ou visitavam a emissora para divulgar atividades e trabalhos sociais realizados na cidade. A difusão musical era variada e atendia a pedidos de ouvintes.

Num estilo mais leve, Tarde e Companhia era um programa apresentado das 14 às 16 horas com agenda cultural e músicas variadas, trazia para a emissora uma certa semelhança com os programas de variedade apresentados nas emissoras comerciais AMs. Essa aproximação continuava com a apresentação do programa Passageiros do

Forró, um espaço de divulgação dos forrós que faziam sucesso no momento. No final de 99, com as saídas dos locutores dos programas Tarde e Companhia e Passageiros do Forró, a emissora aproveitou a audiência dos programas de *rap* e de *reggae* e passou a transmitir estes programas diariamente. A Mandacaru FM ainda o programa AA na Comunidade que é produzido em forma de musical informativo pelos participantes do grupo de Alcoólicos Anônimos do bairro ÉLLERY, além dos programas católicos e evangélicos. Como é possível perceber, a grade de programação da Mandacaru FM é flexível e acompanha tanto a trajetória dos grupos culturais e populares que se estruturam na sociedade de massa quanto a difusão de sucessos da indústria fonográfica.

Fica evidente que a proposta socioeducativa da Mandacaru define-se pela promoção do lazer e da dinâmica musical que a emissora prioriza. Na verdade, esse estilo mais do que uma definição a priori é o resultado da abertura que a emissora vem dando aos diversos grupos culturais que estão presentes na rádio. Portanto, uma emissora estruturada pela Associação Comunitária do bairro Éllery, entidade tradicionalmente fundamentada numa filosofia polarizadora que se apóia em atividades como o debates, reuniões, mutirões, passeatas e mobilizações de cunho político, distanciadas do vínculo com o lazer, passou a desenvolver através da rádio comunitária Mandacaru FM uma aproximação mais sólida com uma proposta comunicativa que destacou um processo educativo mais amplo do realizado anteriormente. Isso ocorre porque, além de utilizar elementos de mobilização política e de priorizar as assembléias, reuniões, cursos e debates como estratégias de mobilização e educação política, passou-se a destacar através da música, da produção artística e do lazer uma proposta educativa mais sedutora. Enquanto a aceitação de instrumentos sedutores na concretização de uma proposta educativa é algo ainda emergente nas práticas dos grupos culturais populares, nas empresas do capital privado este princípio foi desenvolvido principalmente a partir dos anos 30 do século XX.

Até o momento foi constatado que a ampliação das propostas educativas dos movimentos sociais nasceu com o objetivo de expressar a diversidade cultural. Quando a Mandacaru definiu por trabalhar com uma programação plural, tinha por objetivo expressar a diversidade cultural e social que se encontra em seu contexto e estava a princípio efetivando os questionamentos realizados no campo da comunicação popular que realizava uma autocrítica de sua proposta comunicativa predominantemente

fechada a estilos que não representassem o popular político e revolucionária idealizado na década de 60 pelos cepecistas no Brasil. Com essa ampliação a Mandacaru FM terminou deparando-se com pontos comuns à sua trajetória de mobilização e pontos que refletiam uma certa contradição com seus ideais. Os pontos comuns à proposta da Mandacaru vieram dos grupos culturais populares que desenvolvem uma prática cultural e educativa através de atividades de lazer, seja utilizando a arte ou a música. Essa complementação ocorreu pela identificação dos projetos socioculturais realizados tanto pela Mandacaru quanto por estes grupos culturais. Os pontos contraditórios apareceram porque a proposta de trabalhar com a pluralidade envolve também as expressões sociais e culturais que não estão sintonizadas com a filosofia dos movimentos que definem construir uma lógica distante da dimensão educativa voltada para o consumo ou para as ideologias legitimadas e hegemônicas. Na Mandacaru essa relação é evidente através dos programas que apresentam uma estrutura semelhante aos veiculados nas emissoras comerciais ou aos ligados às entidades de caráter tradicional como as igrejas católicas e protestantes. Estes programas não deixam de exercer uma função educativa não formal, mas nesse caso os objetivos estão vinculados a interesses que se distanciam da proposta política e cultural da Mandacaru. Até o momento fica definido que a Mandacaru realiza uma proposta educativa que é o reflexo da pluralidade cultural de sua programação. Por esse motivo as ambigüidades encontradas na proposta da Mandacaru são referidas aos grupos que constituem a grade de programação dessa emissora. Essa ambigüidade divide-se, portanto, entre uma proposta educativa questionadora da lógica consumista predominante na produção comunicativa hegemônica e uma projeção que reforça parâmetros da lógica de consumo dominante no mercado cultural.



Programa A Volta da Jovem Guarda
Foto: Catarina Farias



Programa Vem Cá Poeira
Foto: Catarina Farias



Programa Não Deixa o Samba Morrer
Foto: Catarina Farias



Programa Hip Hop Cultura de Rua
Foto: Catarina Farias

3.4- A EDUCAÇÃO MUSICAL NA CASA GRANDE FM

A cidade de Nova Olinda está localizada a aproximadamente 600 km de Fortaleza, situa-se na região do sul do Estado, na Chapada do Araripe. Tem uma população aproximada de 12.079 habitantes distribuída entre a zona urbana e rural⁶³. O centro de Nova Olinda é pequeno com apenas algumas lojas, um posto telefônico, algumas lanchonetes, bares, padarias e mercearias. Fica no centro também a catedral, cujo padroeiro é São Sebastião. O maior prédio da cidade é a prefeitura, seguido das escolas públicas e da Fundação Casa Grande, que recentemente teve suas obras ampliadas com a ajuda da Secretaria de Cultura do Estado. Até o surgimento da Rádio Comunitária Casa Grande FM e da Nova Olinda FM, que se diz comunitária, mas é organizada pelos parentes do prefeito, a cidade não tinha nenhuma outra emissora radiofônica e recebia esse serviço das cidades vizinhas. Os municípios mais próximos que influenciam culturalmente Nova Olinda são Juazeiro do Norte e Crato. A migração para São Paulo também ocasiona o reflexo de novos hábitos na cidade.

Juazeiro, famosa pelas romarias de Padre Cícero, tem sido recorte de estudo para muitos teóricos. Entretanto, as pesquisas têm preocupado-se mais em explorar as diversas dimensões sobre as histórias do Padre Cícero sem priorizar a compreensão do quadro cultural mais complexo desta região. Enfoques sobre a influência do cordel na construção da imagem de Padre Cícero (Carvalho, 1999) e análises sobre a construção que os devotos fazem do padroeiro (Lopoes, 1998), bem como outros trabalhos deste gênero com diferentes abordagens históricas ou sociológicas trazem a marca das pesquisas realizadas sobre o contexto religioso e cultural de Juazeiro.

Apesar de as investigações delimitarem suas reflexões na temática religiosa e na problemática de uma tradição cultural folclórica, é notório que o quadro cultural desta região, apesar de distante das grandes metrópoles, sempre viveu os reflexos da cultura de massa que chegou primeiro através do cordel (Carvalho, 1994), depois através do rádio, do cinema e posteriormente foi fortalecida com a transmissão

televisiva. Em Juazeiro encontram-se seis emissoras radiofônicas comerciais, 4 AMs e 2 FM. No Crato situam-se duas AMs e uma FM. Estas são as principais emissoras que sempre chegaram a Nova Olinda e fizeram, até o surgimento da Casa Grande FM, o modelo de comunicação que esta cidade recebeu. É portanto, para questionar esse modelo de rádio comercial, difusor de sucessos da indústria fonográfica, que a emissora da Fundação Casa Grande implementará sua proposta.

Um dos fatores que demonstra a penetração e a predominância da cultura industrializada na pequena cidade de Nova Olinda é que este município possui em seu contexto pessoas que consomem os mais diversos sucessos produzidos pela indústria fonográfica. Um bom exemplo é o consumo das canções da jovem guarda, sucesso nas décadas de 60 e 70. Estes receptores consumiram os sucessos da Jovem Guarda e trazem essas lembranças em suas memórias, hoje despertada pelos programas desse gênero que a Casa Grande FM apresenta. Para comprovar mais um pouco essa penetração da difusão fonográfica em Nova Olinda, constatei que muitos moradores gostavam das músicas de Altamar Dutra, Valdíque Soriano, veiculadas no Programa Chico Petrolina e os Cantores do Povo, veiculado pela Casa Grande FM. Entre os ritmos mais recentes, encontrei os propensos consumidores de *reggae*, *rap* e *rock*, ritmos mais atuais da juventude das décadas de 80 e 90. Estou destacando a complexa compreensão que tive do universo cultural de Nova Olinda e dessa região de uma forma geral. Esta constatação é para destacar que no contexto em que existe a predominância de tradições folclóricas também foram gestadas expressões e gostos culturais influenciados pela difusão industrializada da cultura. Trata-se de desfazer a imagem de que nas cidades do interior o forró é o único gênero musical apreciado ou que o destaque das tradições religiosas representa a complexidade cultural dessa região. Esses componentes são fundamentais na análise de Juazeiro e Crato, mas juntam-se também à cultura de massa que está presente através do consumo de seus moradores. Pretendo com este trabalho explorar a diversidade cultural de Nova Olinda. Para concretizar este objetivo utilizarei a programação musical da Casa Grande FM além de realizar a observação dos gostos musicais e das expressões culturais dos receptores desta emissora.

⁶³ Dados obtidos no site do IBGE, Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/index2htm>. Este são referentes a 2001.

A Casa Grande FM é apenas uma parte do projeto da Fundação Casa Grande. Este projeto nasceu a 24 de dezembro de 1992. No entanto, esta é somente a data em que a Fundação teve seu museu inaugurado, mas até sua inauguração o projeto Casa Grande tem uma trajetória anterior. A Fundação teve início através de pesquisas arqueológicas realizadas por Alembargue Quindins e Roseane Lima Verde. Este casal começou a colecionar peças arqueológicas e a compor músicas sobre as lendas da região adquirindo conhecimento sobre a origem da cidade de Nova Olinda. Posteriormente sentiram necessidade de repassar para os moradores do local esses conhecimentos. Através da família de Alembargue conseguiram a casa onde hoje funciona a Fundação Casa Grande. Na verdade, esse não é um lugar qualquer, foi a primeira casa de tijolo da região, construída ainda na época em que Nova Olinda chamava-se Tapera.⁶⁴ A inauguração do museu em 1992 trouxe para a Casa Grande a visita de muitas crianças do município. À medida que as crianças se aproximavam do museu, Alembargue e Roseane perceberam que seria possível criar uma Fundação cultural que trabalhasse os problemas sociais da realidade que as crianças e jovens enfrentam na cidade de Nova Olinda. Neste contexto as crianças e jovens ou estão sujeitas ao trabalho no campo ou à prostituição que tem tornado-se freqüente na cidade, principalmente devido à localização de Nova Olinda às margens da CE-292. Exatamente neste trecho os caminhoneiros encontram na realidade social e econômica dessa região um ambiente propício à prostituição juvenil. Para trabalhar esses dois problemas o Projeto Casa Grande iniciou em 1992 a efetivação de diversas atividades sociais e culturais.⁶⁵

A primeira atividade do projeto foi a organização do museu com peças antigas, pinturas rupestres, desenhos e fotografias. O museu retrata a origem indígena de Nova Olinda e a história da região. Entretanto, a partir do museu a Fundação Casa Grande organizou novos projetos. O primeiro projeto foi a criação da escola de iniciação à história e à arte da cidade. A escolinha, como é chamada pelos membros da Casa Grande, objetivava formar as crianças dentro da filosofia e da tradição histórica e arqueológica que deu início ao projeto. Quando as crianças adquirem mais

⁶⁴ A primeira casa de tijolos da cidade pertenceu à família de Alembargue Quindins. Na época a cidade de Nova Olinda era denominada pelo nome de Tapera.

⁶⁵ As informações sobre a origem do projeto foram adquiridas através de entrevista com os criadores do projeto.

conhecimentos sobre o projeto Casa Grande e dominam o conteúdo das lendas, tornam-se recepcionistas do museu. Além da organização do museu e da escola de formação, a fundação ativou um antigo sistema de alto-falante, mais conhecido como radiadora ou amplificadora no estado do Ceará. A amplificadora tinha funcionado nos anos 60 fazendo reclames comerciais da época, transmitindo recados e atendendo a pedidos musicais. O resgate da radiadora deu ao projeto um pequeno retorno financeiro para manter as atividades com os jovens e crianças. Mas, na verdade, a programação da radiadora restringia-se à transmissão de músicas, um programa infantil e à veiculação dos comerciais locais. A ajuda financeira vinha dos comerciais que arrecadavam uma quantia insignificante, suficiente apenas para pagar as contas de água e energia. A frequência modulada só passou a existir em 1998. A essa altura o projeto estava reconhecido a nível estadual e a quantia para a montagem da rádio veio através da colaboração da Unicef. Desse modo, surgiu a Casa Grande FM.

A rádio passou a desempenhar um papel cultural que vai além da preservação histórica e cultural desempenhada pelo Museu e pela escolinha de formação. Enquanto no museu são retratadas a origem da cidade e as lendas e na escolinha tais lendas são narradas para as crianças, na rádio, através da programação, é possível observar que a diversificação das atividades passa a interagir com uma proposta mais ampla que envolve, inclusive, um diálogo com a cultura industrializada que se estruturou na região ao longo de sua trajetória histórico-social. Nesse sentido, a Fundação Casa Grande apresenta tanto atividades que estão mais comprometidas com um objetivo histórico e cultural tradicional quanto trabalhos que se identificam com uma reconstrução cultural situada nas transformações que a modernidade tem implementado à área cultural. As atividades mais identificadas com a tradição são encontradas na rádio através dos programas que veiculam desde os ritmos mais tradicionais como o forró de pé de serra e cantorias de violas até o acervo do museu. Na dimensão mais moderna são encontrados os programas que transmitem os gêneros musicais como o *reggae*, o *rock* e o *rap*, e no trabalho realizado pela editora que, além de desenhar as lendas da região, cria histórias em quadrinhos e desenvolve estas histórias em CD. Podem ser citadas ainda as atividades desenvolvidas pela TV Casa Grande que no momento realiza apenas trabalhos internos através de um estúdio que faz filmagens do projeto e das festas e

acontecimentos da cidade e a bandinha de lata que está iniciando um trabalho de formação musical com as crianças. Todos os projetos compõem o que a fundação vem denominando de Escola de Comunicação do Sertão.

Cada atividade é um pequeno projeto dentro da Fundação Casa Grande e conta com o trabalho das crianças e jovens que são formadas dentro da própria fundação através da escola de formação e de cursos promovidos por outras instituições. Hoje a Fundação Casa Grande conta com o apoio do Unicef, do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará, do governo do Estado do Ceará, da Fundação Aírton Sena, dentre outras colaborações. Diferente da Mandacaru FM que se localiza dentro de uma associação comunitária que desempenha fins mais sociais do que culturais, priorizando demandas de formação política que destacam os direitos da mulher, dos consumidores, dos cidadãos e de trabalhos que enfatizam as necessidades básicas do bairro (saneamento, mutirão limpeza, saúde etc). A Casa Grande FM surgiu dentro de um projeto que trabalha eminentemente com atividades culturais e artísticas. A dimensão social do projeto é essencialmente formar cidadãos para atuarem como profissionais críticos na área de comunicação e música. A prioridade dada à área cultural pelo projeto Casa Grande e à realidade sociocultural de Nova Olinda resultará em diferenças entre essa e aquela emissora.

A programação da Casa Grande FM é um reflexo do contexto em que a emissora está situada. Reúne desde programas difusores dos ritmos mais tradicionais, como Forró no Pé de Serra, até os musicais mais contemporâneos, como Nação Jogueira e Arrepiando o *Rap*. Esta programação retrata a cidade de Nova Olinda em seus aspectos tanto ligados à cultura tradicional da região, como também apresenta as transformações culturais contemporâneas que fazem parte da dinâmica sociocultural da cidade. Destaquei que em Fortaleza a programação da Mandacaru insere-se dentro da lógica de um universo urbano, cercado por uma cultura de consumo explicitamente presente em cada canto da cidade. É importante observar também em Nova Olinda em que medida explica-se a presença de diferentes gêneros culturais expressos em um quadro de consumo diverso do de Fortaleza. A nível do município não é encontrado nenhum corredor de consumo em desenvolvimento, mas é importante considerar a influência da televisão e do rádio como focos propagadores do modismo e do consumo. Outro ponto

de influência são as cidades de Juazeiro e Crato, ambas possuidoras de shopping e cinemas, este último pouco comum nas cidades do interior do Nordeste.

Até a criação da Casa Grande FM em 1992, Nova Olinda não tinha emissora de rádio, recebia as transmissões radiofônicas primeiro através de emissoras AMs da região e de Fortaleza, depois de FMs da mesma natureza. Isso leva a entender-se que tradicionalmente a difusão musical na Cidade de Nova Olinda sempre esteve presa às normas da indústria fonográfica e explica porque a Casa Grande FM surge com a proposta de ampliar as opções musicais que os moradores tinham acesso na produção radiofônica.⁶⁶

Eu acho do jeito que ta aí só o forró e só essa linguagem comercial, ela dá um canal mono, ela não dá um canal estéreo. Então nossa proposta é estéreo onde não se bitole só a um tipo de música. Então o rock, o rap e essas duas músicas são uma linguagem bem atual e a gente foge desse atual forró, do atual dessa música sertaneja que é assim comercial e a gente passa a falar uma linguagem jovem sem ter que apelar para isso. Por exemplo agora mesmo nós estamos começando um programa no sábado e domingo às 6 horas que é o programa O Som da Terra. Esse programa é apresentado por Aureliano e ele resgata a música caipira, não a música sertaneja, mas a música caipira. Por exemplo: toca Chitãozinho e Chororó na época da música caipira quando eles começaram, toca Pena Branca e Chavantino, Tonico e Tinoco, não quando eles fazem uma fusão com a música americana como um produto brasileiro americano como se o sertão fosse country, que eu não tenho nada contra isso. Mas o programa resgata as origens da música caipira. Vai ser de manhãzinha porque é um programa voltado pro homem do campo. Aureliano é um menino que trabalha com o meio ambiente, plantas

⁶⁶ No mesmo período em que a Casa Grande FM foi criada, a prefeitura montou uma rádio que se diz comunitária. A emissora Nova Olinda FM localiza-se na entrada da cidade e pertence oficialmente ao irmão do prefeito. A utilização das rádios comunitárias por políticos acontece em quase todas as cidades do interior. Nestas cidades as administrações municipais criaram rádios FMs utilizando geralmente o nome de uma fundação ou associação. Desse modo, a legislação 9.612 permite a montagem de rádios comunitárias.

medicinais aqui na Casa Grande, então ele vai falar de temas como a farmácia viva, coisas da região.[...]. No rádio cearense você vê rádios que só tocam forró, é Limão com Mel, é Capim Cuado, é só isso, é só isso, então isso bitola. Então é preciso que a gente dê choques, esses choques musicais.(Entrevista com Alemborgue Quindins, idealizador do Projeto Casa Grande, 2000).

A programação da Casa Grande FM apresenta semelhanças com os programas apresentados na Mandacaru. A grade da Casa Grande é eminentemente musical e também apresenta a proposta de difundir a pluralidade dos grupos culturais existentes na sociedade. Verifiquei que 100% da programação da emissora é musical, correspondendo à mesma opção da Mandacaru FM que, apesar de ter buscado a apresentação de programas de debates, não os sustentou por muito tempo.

Seguindo a tradição de que o Nordeste é a região do forró, a Casa Grande FM transmite dois programas desse gênero. Das seis às sete horas da manhã é veiculado o programa Seu Luiz, o Rei do Baião, musical com Luiz Gonzaga. Este programa é apresentado atualmente por Alexandre, um jovem de dezoito anos que faz parte do projeto Casa Grande. A música é interrompida apenas para as saudações do locutor aos ouvintes e para a veiculação de vinhetas e apoios culturais da emissora. A rádio Casa Grande tem na produção musical sua principal forma de concretizar sua proposta educativa. Entretanto, a forma como esta emissora idealiza sua proposta educativa é diversa do caminho seguido pela Mandacaru. A Mandacaru não prioriza a educação musical na sua proposta de comunicação, na verdade, a música apareceu como elemento educativo, na medida em que os programas musicais foram surgindo na emissora. Na Casa Grande FM, a música é apresentada desde o início da criação da emissora como um elemento importante na proposta comunicativa desta rádio. Entretanto, a emissora opõe-se à difusão da produção musical consagrada através da indústria fonográfica. O caso do forró é um exemplo da forma como a emissora definiu conservar e estimular a audiência do forró de pé de serra e das músicas de Luiz de Gonzaga como forma de contrapor-se à difusão em massa do forró eletrônico. O forró eletrônico, como são conhecidas as atuais produções desse gênero, não é veiculado pela emissora. O mesmo acontece em relação aos carros chefes da indústria fonográfica que a emissora se recusa

a difundir. A proposta da rádio Casa Grande FM é na realidade realizar um trabalho de educação musical e para isso procura diferenciar-se dos modelos de comunicação difundidos no circuito comercial. Com esse propósito a rádio procura realizar seu objetivo através de programas musicais, priorizando a veiculação dos gêneros mais antigos e das músicas menos veiculadas pela mídia.

Em termos de difusão musical a organização da grade de programação da Casa Grande FM é definitiva e categórica na oposição a produção musical radiofônica comercial. “ Quando eu digo que não toco essa música eletrônica, forró eletrônico, eu não tou criando empecilho, não é barreira para mim porque já tá todo mundo fazendo isso” (Entrevista com Alemborgue Quindins, -2000).

Acredito que esta emissora não esteja criando barreiras culturais em torno de seus ouvintes e muito menos impondo hábitos a seu público. Penso dessa forma, principalmente, porque a Casa Grande FM é uma experiência pequena se comparada à amplitude da rede de comunicação que envolve os consumidores culturais de Nova Olinda. Afirmo que a Casa Grande não está criando nenhum gosto porque, apesar da rádio trabalhar com os gêneros musicais diversos e procurar despertar um senso de educação musical nos moradores de Nova Olinda, os ritmos veiculados na grade de programação de certa forma estão ligados à memória e ao cotidiano dos receptores. Demonstrarei gradativamente que antes de serem veiculados na Casa Grande FM, o *reggae*, o *rap* e o *rock* eram consumidos por uma parcela de jovens do município. Nesse sentido, a emissora não está criando estes gostos musicais, mas abrindo espaços para a difusão de músicas que têm um espaço reduzido nas rádios comerciais. No capítulo sobre recepção fornecerei mais detalhes sobre essa interação.

Os programas musicais de tradição regional à medida que difundem estilos que estão fora do esquema comercial reforçam a proposta educativa da emissora. Esse é o caso dos programas: Repentes e Violas, apresentado de segunda à sábado das 16 às 17 horas, e do Forró de Pé de Serra, transmitido nos mesmos dias das 17 às 18 horas. O primeiro programa, Repentes e Violas, é essencialmente musical e dá continuidade à característica musical da emissora. Bergue⁶⁷, dezenove anos, é o apresentador deste programa, mas restringe sua locução à divulgação dos nomes das

músicas e de seus intérpretes, bem como às saudações aos ouvintes. O Forró de Pé de Serra mantém o mesmo estilo dos demais programas veiculados na Casa Grande FM, as saudações para

os sítios, a transmissão das vinhetas da rádio e a difusão dos apoios culturais. Esse modelo marca o ritmo da locução do apresentador André que tem apenas doze anos. Nesse horário são veiculados os antigos sucessos de forró acompanhados por instrumentos tradicionais como o triângulo e a sanfona. É importante ressaltar que este estilo, veiculado desde 1998 na Casa Grande FM, retornou aos programas das emissoras comerciais como sucesso da indústria fonográfica em 2001. A volta do forró de pé de serra ao esquema comercial da música deve ser compreendida dentro da “renovação” do esquema de consumo da música e de uma nova fase do forró no universo industrial da cultura. O ritmo, que era apresentado na Casa Grande FM como alternativo ao modelo comercial das bandas de forró, está sendo readaptado aos novos instrumentos musicais e recolocado no mercado. Os cantores e as bandas que circulam nas emissoras comerciais não podem ser simplesmente identificados com o forró veiculado na Casa Grande FM porque no contexto contemporâneo esse ritmo surge sob uma “nova” roupagem e sob a interpretação de grupos novos musicalmente modernizados e lançados no mercado fonográfico.

Além do forró, a Casa Grande FM oferece opções musicais nos mais diversos estilos jovens, bregas e MPB. Essa variedade não se resume à divulgação fragmentada em programas de variedade musical, mas à criação de programas específicos, difusores de estilos particulares. Na Casa Grande FM não existe um só programa que não veicule um único gênero musical. Com essa estratégia a emissora procura desenvolver a sua proposta educativa musical.

Em virtude da prioridade que a emissora passou a dar à pluralidade de estilos musicais comecei a interrogar por que essa emissora transmitia tantos gêneros numa região onde os gostos musicais geralmente são pensados ou através de relações com um contexto mais tradicional (o forró de pé de serra e de Luiz Gonzaga e as cantorias) ou como espaço reprodutor de estilos musicais difundidos pela indústria fonográfica (o pagode, a música sertaneja e o forró eletrônico) . Com essa reflexão

⁶⁷ Bergue é deficiente visual e por esse motivo tem um ajudante que assume a direção técnica do programa

passei a observar que, além dos ritmos tradicionalmente consumidos no sertão nordestino, como o forró, que é atribuído com unanimidade a esse contexto, é possível encontrar no presente ou no passado da trajetória da música a apropriação de ritmos que dividem com o forró a memória dos receptores do sertão. Nesse sentido, a Casa Grande FM procura divulgar os gêneros musicais que são consumidos em menor escala no cotidiano dos receptores de Nova Olinda. Na compreensão dos idealizadores do projeto essa produção musical representa uma expressão menos comprometida com a sociedade de consumo ora apresentando-se como mais próxima da realidade dos moradores dessa região ora difundindo letras mais críticas que repensam as condições socioculturais da sociedade brasileira.

No meio dessas reflexões observei que, embora a emissora apresentasse uma proposta de não veicular os atuais sucessos da indústria fonográfica, acabava difundindo em muitos de seus programas produções musicais que já foram em outras décadas exemplos de grande vendagem. A veiculação desses gêneros é realizada através de diversos programas. Entre eles o musical Soldados da Jovem Guarda, famoso pelo sucesso que este ritmo fez entre as décadas de 60 e 70 é um exemplo. Esse programa é apresentado por Luis Alberto, quarenta e nove anos, um dos três locutores que não faz parte do projeto. Difunde as músicas dos cantores desse estilo e também se caracteriza por ser um programa eminentemente musical. Chico Petrolina, uma figura conhecida em toda a região e lembrado por todos devido a sua espontaneidade na locução, é o apresentador de dois programas também difusores de estilos que fizeram sucessos nas décadas de 60 e 70. Ele é o segundo apresentador que não faz parte do projeto Casa Grande. O programa Chico Petrolina e os Cantores do Povo transmite os estilos considerados bregas, veiculando os sucessos interpretados por cantores como: Nelson Gonçalves, Valdíque Soriano, Altemar Dutra, Roberto Carlos e Bartô Galeno. Esse apresentador destaca-se por citar o nome de todos os sítios e de muitos moradores da cidade. Chico Petrolina, cinquenta e seis anos, apresenta ainda o programa O Entrevistado é Você, no qual se apresentam os cantores da região. Observei que neste espaço além dos artistas divulgarem suas composições, acabam reproduzindo os sucessos sertanejos atuais quando cantam as músicas contemporâneas. Esse fato é

importante porque demonstra que o objetivo da emissora em não divulgar os sucessos da indústria fonográfica encontra nesse momento uma dificuldade. Ao abrir espaço para os cantores da região, a Casa Grande FM concretiza seu objetivo de prestigiar a produção cultural local, mas depara-se com o problema de que essa produção artística está relacionada com a realidade cultural mercadológica existente na sociedade moderna .

Outro programa nesse mesmo gênero é o Autógrafo Musical, apresentado por Cristiano, vinte e oito anos. A cada domingo esse locutor, que também não é participante do projeto, escolhe um cantor que já foi sucesso em décadas passadas. São típicos ainda os programas que difundem antigos sucessos como o programa Emoções de Roberto Carlos, apresentado por Luís Alberto todos os domingos das 20:30 às 22:00 e Baú do Raul, que difunde as canções de Raul Seixas. O Baú do Raul é apresentado por Aécio, de quatorze anos, participante da Fundação Casa Grande. Este programa tem um público intermediário entre os jovens que gostam de Seixas e os adultos que viveram a época de sucesso do cantor. Os organizadores da emissora consideram que despertaram uma tribo quando optaram por criar esse programa.

O estilo de programas jovens é a prioridade da emissora. A Casa Grande FM apresenta seis programas especialmente voltados para a juventude. Enquanto nas rádios comerciais os ritmos jovens encontram-se soltos na programação, tanto a Mandacaru quanto a Casa Grande priorizaram aprofundar em cada programa a audiência de um estilo específico. Desse modo sua proposta também diferencia-se do padrão oferecido pelas emissoras FMs comerciais e daquelas emissoras que se dizem comunitárias. Estas emissoras criam uma programação musical genérica para atender aos mais diversos gostos. Estou falando da difusão fragmentada de estilos que segmenta o perfil de jovens que ouvem *dance*, *rock* e em raras ocasiões o *reggae* e o *rap*. O que as emissoras comunitárias, como a Casa Grande e a Mandacaru, fazem é trabalhar essa segmentação com outras preceptivas culturais e socioeducativas que não seguem os mesmos objetivos do mercado cultural. Com o mesmo objetivo da Mandacaru FM, a Casa Grande FM também criou programas específicos de *reggae*, de *rock* e mais recentemente de *rap*. No entanto, apesar de a Casa Grande veicular programas com os mesmos estilos musicais que a Mandacaru difunde, os programas são apresentados de formas diversas e assim as audiências também correspondem a escutas diferenciadas.

O *rock* é apresentado nos programas: Estação da Música, Som da Rua e Show da Noite, todos programas que são apresentados por jovens da Fundação Casa

Grande. Em geral a difusão musical e as saudações identificam cada um deles. Entretanto, em 2000, após a emissora passar um mês paralisada⁶⁸, Casa Grande começou a repensar a proposta eminentemente musical da emissora e iniciou essa transformação com o programa Estação da Música, apresentado por Samara de dezesete anos. Com a mudança o programa, antes predominantemente musical, passou a difundir informações e dicas específicas sobre a realidade dos jovens. As mensagens são referentes a drogas, sexo, política, namoro, dentre outros temas. A cada bloco de três músicas a locutora entra com dicas e discussões para os ouvintes.

Loc. Política, esse é o assunto que eu vou falar agora para vocês. A grande maioria dos jovens recusa-se a exercer um de seus mais básicos direitos de cidadão, votar. Dados do TSE vêm registrando quedas acentuadas no voto facultativo. Os números não negam, é tremenda a descrença dos jovens brasileiros nos políticos, no processo eleitoral e no quadro político partidário. O índice de desconfianças nas legendas chega a 81%, aponta a pesquisa Juventude, Cultura e Cidadania da Fundação Perseu Abramo e segundo o dosciê MTV, 85% dos jovens não têm nenhuma intenção de participar ou ingressar nos partidos políticos. (...) O que será que a gente pode fazer? Quais serão as melhores saídas para esse quadro que se apresenta hoje? (,,). Você também pode participar do nosso programa e dar a tua opinião, então liga. O nosso telefone é o 546 13 33. Então liga e fala com a gente, estou esperando. Só que tem outro recado. O voto não é a única forma de influenciar os rumos da nossa sociedade. Projetos e ações de impacto envolvendo diretamente a participação dos jovens estão nascendo e se firmando em todo o país. Participar dessas iniciativas é um caminho bem mais criativo do que simplesmente negar-se ao exercício do voto como forma de protesto. Por aqui nove horas e trinta e um minutos, vamos de mais música nesse São João, São João tá gente, hoje 24 de junho, vamos curtir só forró. (Trecho do programa Estação da Música, Transmitido em 16 junho de 2000).

⁶⁸ No inverno de 2000, mais precisamente em janeiro, um raio atingiu a antena da Casa Grande FM, deixando a emissora fora do ar por um mês.

Essa mesma inovação está sendo realizada no programa Papo Cabeça, apresentado por Meires, de dezenove anos, e também jovem integrante do projeto Casa Grande. Este programa surgiu em junho de 2000 e tem o objetivo de trabalhar a cada programa uma temática que geralmente aborda um tema considerado importante para a educação juvenil. Estes temas seguem a mesma prioridade dos assuntos abordados no programa Estação da Música, mas apresentam uma forma diferente de abordagens das problemáticas. No Papo Cabeça a apresentadora escolhe um tema que durante uma hora é abordado através das letras das músicas. Neste caso, é a música o instrumento utilizado como ponto de reflexão para os receptores. A única prioridade na escolha dos intérpretes é que estes sejam cantores aceitos pelo público jovem e se enquadrem na definição musical idealizada pela Casa Grande.

Esse programa na verdade ele começou, na verdade o nome dele de MPB especial, aí Alembergue falou pra mim fazer; Comecei, e todo domingo eu pegava um cantor de MPB, fazia um especial dele e também trazia informações para os ouvintes jovens, mais para o lado dos jovens. A intenção era levar músicas dos cantores que os ouvintes gostavam e nesse embalo passar informações para eles. Informações sobre AIDS e sexualidade. Eu comecei a pensar em mudar o nome do programa, aí veio à minha cabeça Papo Aberto, mas aí eu disse não, Papo Aberto não. Aí veio Papo Cabeça. Aí eu falei para Alembergue e ele achou legal, todo mundo achou legal. Nesse programa, Papo Cabeça, eu faço entrevistas com as pessoas nas ruas sobre o tema que eu escolho para o final de semana. Por exemplo, nesse final de semana eu vou fazer sobre drogas, eu faço entrevistas com o pessoal nas ruas e também faço pesquisas na biblioteca e monto o programa e levo o programa ao ar. No domingo passado eu falei sobre namoro, fiz algumas entrevistas com as meninas e os meninos na rua e falei sobre o namoro. Para o programa de drogas estou pensando um pouco em botar o hip hop que fala muito, mas ainda estou pesquisando. (Entrevista com Meires, integrante do Projeto Casa Grande, 2000).

Os programas Nação Jogueira e Arrepiando o Rap compõem outra parte da programação juvenil. O primeiro é eminentemente musical e se dirige a um público

específico do *reggae*, surgiu a partir da solicitação de um jovem da comunidade conhecido como “Boneca”. Ele foi o primeiro apresentador deste programa. Hoje Boneca é somente ouvinte assíduo do programa, que é apresentado atualmente por Cícero de quatorze anos ou Cicinho, como chamam os amigos. Boneca saiu da locução do Nação Jegueira após receber um convite da Rádio Nova Olinda FM para apresentar um programa de *reggae*. Entretanto, como esclarece o regueiro, sua permanência nesta emissora foi passageira.

Durou pouco tempo, eu não ganhava nada na Nova Olinda FM como eu não ganhava na casa Grande, ia porque eu gostava mesmo. Aí comecei a fazer um programa de forró no domingo pela manhã aí das sete da manhã até as oito era só reggae. Aí houve um problema lá, um problema político eu acho. Aí todo mundo pergunta por que eu não continuo. Acredito que o acervo é muito pouco, o reggae precisa de informante que diga o que é o reggae, mas lá não tem ninguém experiente. Eu fazia um programa de forró que era o nome de uma banda aqui de Nova Olinda que era cacau com mel, mas só que o dono da banda me dava o meu ingresso e o da minha namorada, desde que houve uma desavença entre eles e o pessoal achou melhor me tirar e também tirar o programa do ar que hoje a prova é essa que não tem mais o programa. E o programa saiu do ar, não me dá vontade de voltar pra Nova Olinda FM. (Entrevista com Bruno ou Boneca, regueiro em Nova Olinda, 2000).

Quando surgiu em 1998, o Nação Jegueira era apresentado somente aos sábado das 11 às 12 horas, mas a partir de 2000 passou a ser diário. Essa mudança ocorreu devido à aceitação do programa na cidade. Entretanto, o consumo do *reggae* em Nova Olinda é menor comparado ao de Fortaleza. Em Nova Olinda não são encontrados espaços específicos de lazer para os regueiros. Os ouvintes são em pequeno número e ouvem o *reggae* geralmente em suas residências. Raramente levam seu restrito acervo para os bares e lanchonetes que freqüentam porque em muitos casos esse ritmo não é aceito. Demonstrarei no quinto capítulo que a realidade do *reggae* vivida em Nova Olinda reflete diretamente sobre o estilo de recepção deste programa, diferenciando a escuta do programa nessa cidade da recepção do programa veiculado na Mandacaru.

O segundo programa, *Arrepiando o Rap*, foi criado apenas em 2000. Seu locutor é Lincon, quatorze anos, jovem que nasceu em São Paulo e mora em Nova Olinda há pouco mais de um ano. Lincon conhece um pouco sobre *rap*, mas nunca participou do movimento *hip hop*, por isso não compreende muito a filosofia do movimento. Em conversas que tive com o apresentador, percebi que ele confunde *rap* e *hip hop*, atribuindo a este um significado meramente musical. O apresentador do programa *Arrepiando o Rap* representa, na verdade, uma parcela dos demais jovens que ouvem o *rap* em Nova Olinda. Nesta cidade não há nenhum grupo que possa ser identificado como movimento *hip hop*. Os jovens estão começando a consumir o *rap* e ainda os encontrei numa escuta individual. O estúdio não recebe muitas visitas e os telefonemas também são poucos. A situação do *Arrepiando o Rap* é semelhante à do programa *Nação Jegueira* e reflete na verdade a vivência cultural destes ritmos na cidade.

O fato de o programa não encontrar uma audiência ampla na cidade não retira deste sua função educativa. As músicas veiculadas são as mesmas do programa *Hip Hop*, *Cultura de Rua*. Mas a realidade dos ouvintes vai influenciar, na verdade, no tipo de recepção, entretanto, essa discussão fica para o quinto capítulo, onde abordarei as vivências culturais dos receptores.

Para divulgar a música internacional romântica e dancing, a rádio Casa Grande FM tem o programa *Toque Internacional*, apresentado por Elisângela, dezesseis anos, no horário matinal, das 10 às 11 horas. No *Toque Internacional* são difundidas canções internacionais que foram sucessos em décadas anteriores. Observei, principalmente através deste programa, que a emissora não faz nenhuma restrição à música internacional, com exceção das músicas nacionais ou internacionais que são sucesso no mercado fonográfico e correspondem a letras esvaziadas que não abordam a realidade social e cultural do país. Alembergue Quindins é categórico na defesa da qualidade da proposta musical e educativa da Casa Grande FM.

Eu vou dizer uma coisa, se não existir nenhum disco de música, se não tiver nenhuma música de qualidade aqui no Brasil e tiver música de qualidade lá na Finlândia, nós vamos tocar música finlandesa porque a gente tá

procurando é qualidade. (Entrevista com Alembergue Quindins, 2000).

A Casa Grande tem ainda os programas Som da Rua, das 13 às 14 horas, voltado para o rock nacional. Este programa é semelhante ao Show da Noite que vai ao ar das 20:00 às 22:00 e também difunde *rock*, além de pedidos musicais. Entre os blocos surgem vinhetas, apoios culturais e os avisos do locutor, Alexandre, dezoito anos. Mesmo com essas informações, tais programas caracterizam-se como eminentemente musicais.

Numa linha infantil, o programa Submarino Amarelo, apresentado por Tamires de onze anos, todos os dias das 15 às 16 horas, é voltado para as crianças. Ele existe na emissora desde o período em que se reativou o sistema de alto-falantes. No início era apresentado por Roseane Lima Verde, historiadora e mulher de Alembergue, mas com a montagem da rádio passou a ter Tamires como locutora. O programa emite, além de canções infantis, histórias e recados para as crianças. A exemplo do programa Vem Cá Poeria da Mandacaru, representa um trabalho pioneiro no rádio cearense.

A emissora apresenta ainda os programas religiosos voltados para o público jovem e adulto. O primeiro é o programa católico Jovens a Serviço da Vida e da Esperança, veiculado das 10 às 11 horas, diariamente. Nesse horário são emitidas músicas e leituras para os jovens da Igreja Católica. Também no gênero católico, a rádio transmite o terço diretamente da igreja da cidade, pontualmente às 18 horas, e a missa todos os domingos das 19 às 20 horas. Os evangélicos têm diariamente no espaço das 12 às 13 horas, o programa Palavra Viva. Neste espaço fazem leitura da bíblia e veiculam os cânticos e informações da Igreja Evangélica Assembléia de Deus. Com a variedade de tendências das igrejas evangélicas, a Casa Grande FM certamente não expressa a pluralidade desses templos, nem mesmo na difusão musical essa diversidade é contemplada. Entretanto, diante da segmentação tradicional voltada para o mercado fonográfico comercial, as emissoras comunitárias redefinem a relação que tradicionalmente a produção radiofônica tem mantido com os ouvintes. Não é possível falar que essas emissoras traduzem nas suas práticas a diversidade cultural existente na sociedade, mas é possível observar uma tentativa de ultrapassar a lógica comercial vigente no modelo industrial do rádio.

A Casa Grande FM propõe através de sua programação concretizar uma proposta de educação musical e explorar através da música as problemáticas sociais mais evidentes na sociedade. Em nenhum programa da emissora a rádio trata de questões políticas da prefeitura ou dos partidos locais. A emissora exclui inclusive de sua programação os programas jornalísticos noticiosos porque estes sugerem uma abordagem dos acontecimentos políticos do município. Entretanto, isso não significa que a relação com a problemática política esteja ausente da emissora. Esta rádio comunitária situada no interior tem no campo político seu adversário mais próximo. Ele está situado através dos hábitos de comando e decisões políticas que as prefeituras representam no cenário dos municípios e nestes espaços a condução política restringe-se à hegemonia de pequenos grupos, conforme ressalta Alembquerque Quindins.

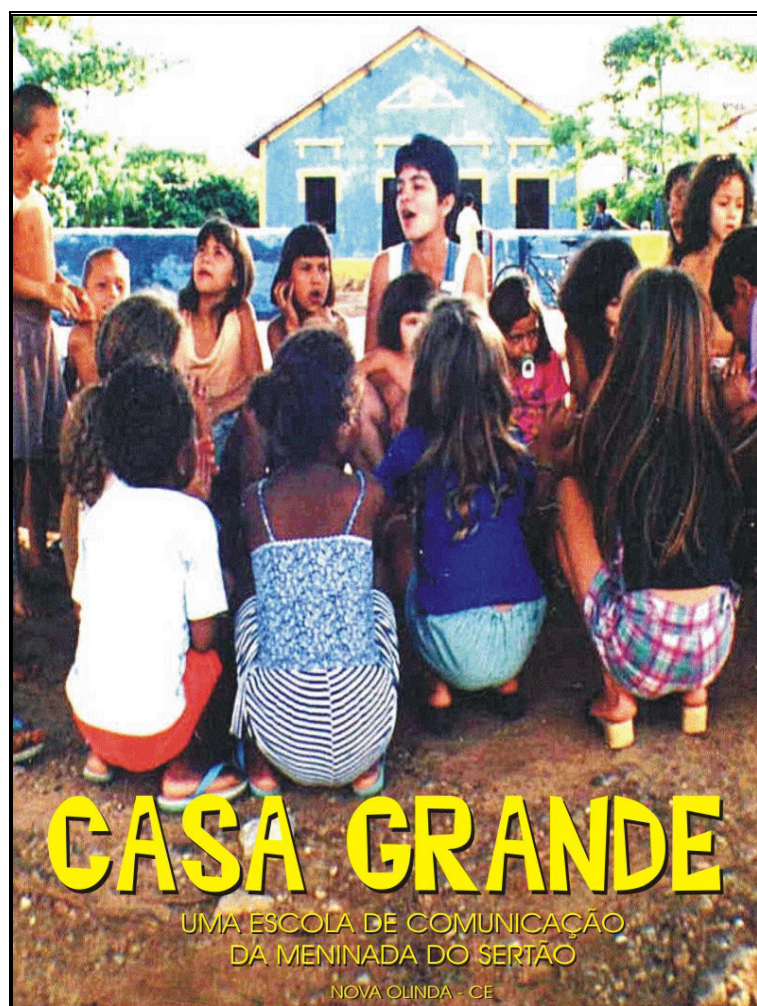
Nós não trabalhamos com programas jornalísticos porque o jornalismo nessa região está muito ligado a fatos políticos e no interior tem duas calçadas e muitas vezes quem não comunga de uma comunga da outra e não é aceito na outra. Então pra tirar isso da nossa porta, porque uma notícia na rádio comunitária ela é dada muito com uma finalidade, por exemplo hoje quem é o universo de deputados estaduais numa cidade como essa é quem esses candidatos da situação ou da oposição indicam. Então nesse universo só existe deputado estadual fulano ou sicrano que são os apoiados por alguém. Quando é na hora do Brasil tem mais espaço para uma divulgação menos comprometida com uma política partidária. Então a nossa forma de protesto é a construção, muitas vezes as pessoas podem achar que é uma linguagem pelega, mas não é não. Muitas vezes a gente tá agindo de uma forma que não venha ferir elas e mostrando nossa compreensão de forma construtiva e isso faz com que as pessoas não fiquem mais sentidas porque isso faz é afastar as pessoas. Muitas vezes você quer dizer umas coisas para uma pessoa, se você for dizer na lata a pessoa fica é com raiva de você e você tá é criando é um inimigo. Então a gente procura uma forma de dizer porque principalmente o exemplo vale mais do que mil palavras, a gente procura dessa forma. (Entrevista com Alembquerque Quindins, 2000).

À medida que a rádio opta pela linguagem musical para debater-se contra esse sistema de imposições, articula uma forma silenciosa de dialogar com os problemas culturais e políticos mais evidentes no município de Nova Olinda, um desses problemas diz respeito sem dúvida à formação crítica dos moradores da cidade. Nesta perspectiva a construção de um cidadão crítico está inserida nas entrelinhas de todos os programas musicais da Casa Grande.

Gostaria de ressaltar que o propósito de considerar a música um elemento de destaque está na gênese da Casa Grande FM. Diria, inclusive, que esta opção está ligada à trajetória essencialmente cultural da emissora. Por sua vez a Mandacaru FM surgiu dentro de um contexto mais objetivado nas mobilizações sociopolíticas e a presença do lazer e da música na programação da rádio foi um elemento que se evidenciou à medida que os grupos culturais populares assumiram a apresentação de programas musicais na emissora. Têm-se nessas duas emissoras duas formas distintas em que a produção musical e cultural vivida pelos segmentos populares torna-se instrumento educativo importante de uma proposta comunicativa que passa a questionar a exploração exclusiva do consumo cultural voltado para o mercado. Nenhuma das duas rádios coloca sua proposta comunicativa a serviço da rede de difusão fonográfica ou da indústria da cultura. Se a relação dessas emissoras com a indústria da cultura ocorre, as causas estão ligadas aos fatores econômicos, culturais e sociais dos contextos nos quais as emissoras estruturam as suas propostas culturais. Como demonstrei anteriormente, não é possível pensar em expressões culturais dissociadas do processo de difusão de massa e do mercado cultural. Mas é possível questionar como a lógica da segmentação de mercado convive com a lógica da diversidade cultural gestada na sociedade e repensada na programação das rádios comunitárias. A princípio sabe-se que em cada experiência são encontrados fatores diferenciadores que as distinguem, mas de uma forma geral as práticas ligadas aos movimentos sociais e culturais populares questionam o modelo estabelecido e propõem uma lógica social e cultural que explora a diversidade, o lazer, os processos educativos e a mobilização de grupos sociais.

A Casa Grande FM, diferente da Mandacaru, rejeita mais explicitamente a relação com a indústria cultural, entretanto, sua interação com este esquema constitui-se como uma espécie de relação que não consegue separar-se dos eventos que estão

sendo gestados neste espaço de consumo. Neste caso, não estou afirmando que a Casa Grande consegue concretizar uma proposta comunicativa e educativa, mas apenas admitindo que essa emissora articula sua proposta educativa com a indústria cultural ao mesmo tempo que estabelece critérios para distanciar-se da produção musical instituída pela indústria fonográfica. O que na verdade a Casa Grande e a Mandacaru propõem é um modo diferente de abordagem para a segmentação implementada pelo esquema das rádios comerciais, pois passam a abordar as expressões culturais sem deixar para trás a memória e a diversidade que não são geralmente exploradas pelo mercado de grande consumo. Até o momento foi possível perceber a partir da apresentação dos programas apenas as intenções das propostas de cada experiência, desatacando as discussões sobre as aproximações das duas emissoras com a indústria cultural, as apropriações e as críticas destas à indústria fonográfica e à sociedade de consumo. Nesse sentido, através da análise dos programas é percebida apenas a compreensão das propostas das emissoras, bem como seus propósitos e estratégias para promover uma proposta comunicativa educativa fundamentada na produção cultural e no lazer. No entanto, os fatores relativos à concretização da proposta cultural e socioeducativa das emissoras não podem ser percebidos unicamente a partir de análise de conteúdo, mas são necessárias as pesquisas de recepção para constataremos que interações são estabelecidas com os programas das emissoras.



CASA GRANDE

UMA ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
DA MENINADA DO SERTÃO

NOVA OLINDA - CE

Material de Divulgação da Fundação Casa Grande



HISTÓRICO:

A Fundação Casa Grande - Memorial do Homem Kariri surgiu no ano de 1992, com a restauração da casa grande da fazenda que no final do século XIX, deu origem a cidade de Nova Olinda-sertão cearense, a 560 Km da capital.

A ONG nasceu com o objetivo de implantar um memorial antropológico e uma escola de comunicação para filhos de sertanejos, incentivando e resgatando a cultura regional, unindo a tradição oral as novas tecnologias, pois na Casa Grande os folguedos infantis o computador e as pinturas rupestres presentes nas cavernas da região, fazem parte do cotidiano das 200 crianças que participam do projeto, na Casa Grande se aprende brincando.

A Diretoria mirim gerencia o museu arqueológico e mitológico, a Rádio FM e a TV Comunitária, além da Editora de histórias em quadrinhos e do projeto ambiental de revitalização das fachadas de casas populares da cidade.

The image is a composite. The top half shows a photograph of a man wearing a red cap and a white shirt, sitting at a radio station desk with a microphone and a Pioneer mixer. Behind him is a blue wall with a logo that says 'CASAGRANDE FM'. The bottom half is a cartoon illustration of four children (two boys and two girls) looking towards the right. Overlaid on the cartoon is the text '105.9 CASA GRANDE FM' and 'A Rádio que educa'. Below this, a paragraph describes the radio station's programming. The entire graphic is set against a yellow background.

105.9 CASA GRANDE FM
"A Rádio que educa"

Com 14 horas de programação diária, a Rádio Comunitária Casa Grande FM, é uma sala de aula prática onde as crianças a partir de 9 anos, aprendem sonoplastia e locução, desenvolvendo programas de comunicação social, abrangendo cinco Municípios da região.



TV CASA GRANDE - CANAL 10

Funciona como um banco de imagens da região, produzindo documentários e transmissões ao vivo, além de produções independentes, formando crianças e adolescentes em: produção, direção, edição, áudio, iluminação, reportagem e câmera.

Seu estúdio conta com uma ilha de edição não linear e câmera Super- VHS e Umatic.



Material de Divulgação da Fundação Casa Grande



MUSEU

ARQUEOLÓGICO E MITOLÓGICO

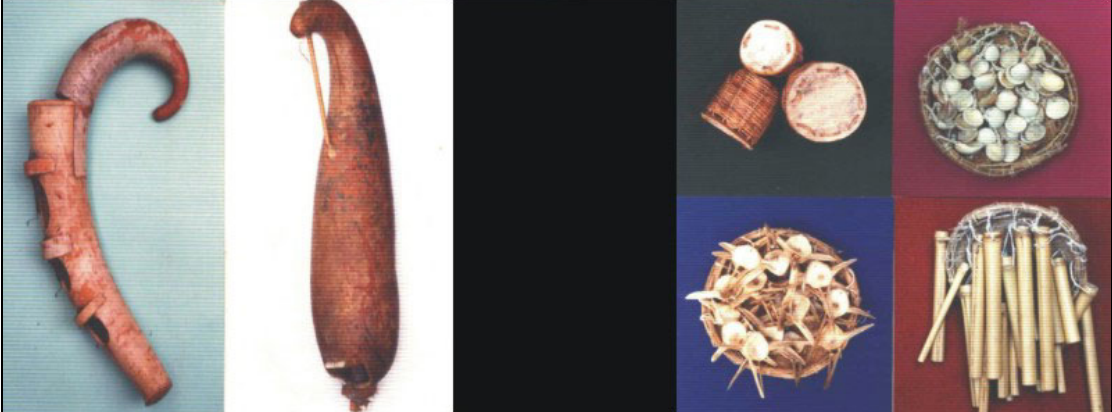
Constituído por um acervo de fotografias e utensílios, conta a Pré-História do Homem da região, do período da pedra lascada, pedra polida, cerâmica, registros rupestres e, tradição oral como primeiro meio de comunicação humana, formando crianças e adolescentes nas áreas de direção, recepcionistas, relações públicas e condutor de eco-trilhas.





ESCOLA DE PERCUSSÃO

Formada pela banda "Os Meninos da Casa Grande", confecciona e manuseia instrumentos acústicos com materiais rústicos para reproduzir efeitos sonoros de ambientes mitológicos da região, musicando as lendas da região e fazendo trilhas sonoras para os documentários produzidos pela TV.



CASA GRANDE EM NOTÍCIA

Veja Ceará

Nova Olinda, uma cidadezinha de 12 000 habitantes no sertão do Ceará, é um exemplo de como grandes problemas podem ser enfrentados mesmo com pouco dinheiro. Sem verbas do governo, um radialista da cidade chamado Alembegue Quindins dá aulas de música, ensina locução e produção de programas. Mas para isso

impõe uma condição para os seus 200 alunos. Só participa quem está frequentando a escola. O resultado espantou os educadores. Em dois anos, segundo pesquisa oficial, o número de crianças analfabetas na cidade caiu de 30% para 23%. O sucesso é tão grande que Quindins abriu turmas noturnas para os pais das crianças.



veja 20 de maio, 1998 39

VEJA CEARÁ

✓ MEDIDA ACERTADA
Poucas ações tiveram resultados tão rápidos e certos na educação como as tomadas pelo governo do Ceará nos últimos anos. Concursos que premiavam professores com diploma incentivaram vários deles a voltar aos bancos escolares. Em três anos, o número de professores com apenas o 1º grau caiu de 1.600 para menos de 500.

No mesmo período, o número de professores com pós-graduação foi multiplicado por quatro. O salto de qualidade nas salas de aula é impressionante. As matrículas hoje beiraram os 100% de crianças em idade escolar, feito inédito num Estado em que o analfabetismo ainda é alto. Ao mesmo tempo, os dados de aprovação vêm aumentando enquanto diminuem a evasão e a repetência.



veja 26 de agosto, 1998 35



Irenice em ação: retrato das mudanças na profissão



QUEM ENSINA NO SSSOS FILHOS

Estudo traça perfil dos professores e mostra que é hora de investir na qualidade



Quando começou a dar aulas em Nova Olinda, cidade de 11 000 habitantes cravada do sertão do Ceará, próxima à divisa com a Paraíba, o salário da professora Irenice Macedo não dava para comprar um corte de tecido. Irenice, que hoje tem 41 anos, tinha de caminhar 14 quilômetros de casa até a escola e, como faltavam professores, cuidava de três turmas de séries diferentes ao mesmo tempo. Hoje, 23

anos depois, seu salário é de 700 reais e a carga de trabalho diminuiu. Irenice pode estudar. Recentemente ela formou-se em letras pela Universidade Regional do Cariri e sua maneira de encarar a educação mudou. Ela começou a achar que os métodos formais de educação, com chamada oral e provas mensais, mais atrapalham do que ajudam a aprendizagem. "Resolvi tirar os alunos da sala de aula e levá-los para a rua", conta. Seus estudantes passam a maior parte do tempo na Fundação Casa Grande, onde fazem programas pa-

ra uma emissora de rádio que atinge várias cidades da região, gravam entrevistas para uma TV comunitária, produzem revistas em quadrinhos e tocam em uma banda de música. "Além de ensinar, ajudo essas crianças a desenvolver sua vocação profissional", diz.

Irenice é o retrato de um estudo inédito que acaba de ser concluído pelo Ministério da Educação, o Censo do Professor. O estudo revela que a situação dos profissionais da área melhorou muito nos últimos anos e que o Brasil se prepara

para entrar em um novo ciclo de desenvolvimento da educação. Ao contrário do que se imaginava, os números do censo demonstram que o país já está de posse de grande parte dos requisitos necessários para garantir escola à imensa maioria da população brasileira. Uma revelação impressionante é de que estão sobrando educadores no país. Eles formam um time de 1,6 milhão de profissionais, 400 000 a mais do que a conta original. Isso significa que, em média, há um professor para cada grupo de trinta alunos. Os seus salários ainda são muito inferiores aos de inúmeras categorias profissionais, mas pelo menos o contra-cheque de quem trabalha na rede pública já não perde feio para o da rede particular. Há melhorias também na base da pirâmide. Apenas 7% dos professores brasileiros ganham menos de um salário mínimo

96 12 de agosto, 1998 veja

Goodwill Games

In July, 36 young people — youth leaders and rights activists in their own countries — assembled at the United Nations in New York to take part in a Youth Leadership Forum, sponsored by UNICEF and Time Warner Inc., as part of the Summer of Goodwill/1998 Goodwill Games.

Enjoying the opportunity to meet with the young people were Time Warner executives Gerald M. Levin, Chairman and Chief Executive Officer (first row, right), R. E. (Ted) Turner, Vice-Chairman (third row, centre) and Richard Parsons, President (third row, left).



Miguel Barros



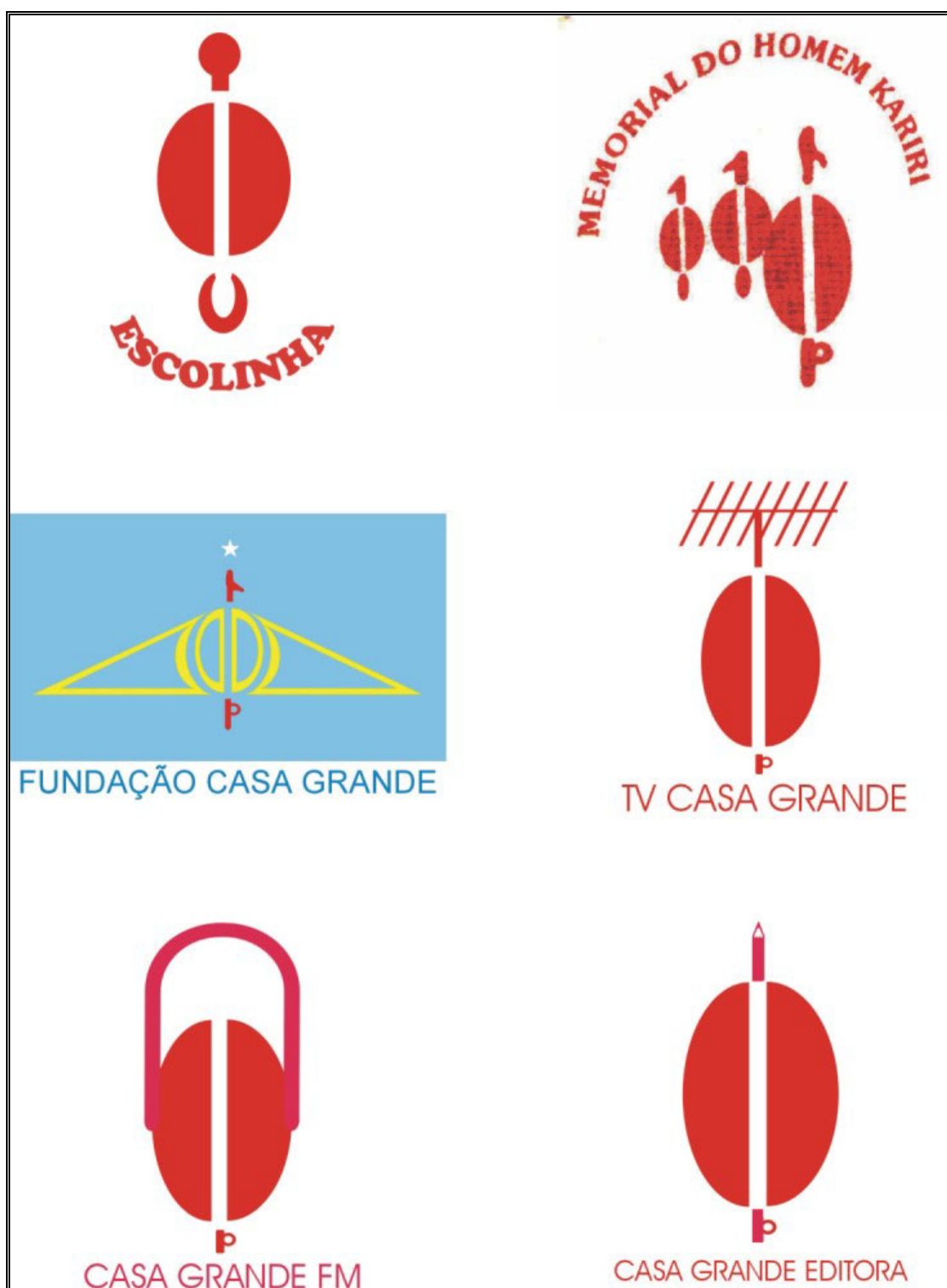
Tradição, juventude e tecnologia invadem o ar do Cariri. A Fundação Casa Grande criada por Allemborg (acima) inclui museu, rádio e TV feitos por jovens

Sertão digital

"Não há solidão maior que a de uma criança sertaneja presa num cabo de enxada." Com essa imagem, o músico Allemborg Quindins, 35 anos, resume os motivos que o levaram a desenvolver um projeto aparentemente inusitado em pleno coração do Cariri, CE: criar canais de comunicação para a infância e a juventude sertanejas. Allemborg conhece bem o significado da palavra isolamento. Nascido no Crato, CE, viveu uma infância de menino migrante, como tantas crianças brasileiras cujos pais foram atraídos pelo sonho das novas fronteiras nos anos 70. "O nome do lugar era Miranorte, no atual Tocantins", recorda. O mundo, o vasto mundo, só chegava até a parada de ônibus no hotel Deus-Dará. E isso quando algum passageiro esquecia o jornal velho no saguão. A convivência com a solidão deve ter influenciado na escolha da carreira musical que ele abraçou ao retornar ao Ceará. Mas pesou principalmente na sensibilidade que desenvolveu para abrir janelas contra o isolamento cultural. Através delas, a juventude de Nova Olinda, por exemplo, cidadezinha sertaneja de 11 mil habitantes, a 600 quilômetros de Fortaleza, tem agora a oportunidade não apenas de ver o

mundo, mas também de dizer o que pensa sobre ele. Tudo começou em 1991, quando o músico e a esposa, Roseane, também pesquisadora musical, resolveram restaurar a casa-grande da Fazenda Taperá, que deu origem à cidade e pertenceu a Neco Trajano, avô de Allemborg. "A ideia era construir um museu aqui. Um acervo das tradições sertanejas e de objetos rupestres do homem do Cariri, que viveu na região há milhares de anos", conta Roseane. Mais que os adultos de Nova Olinda, foram as crianças quem primeiro se interessaram pelo projeto. Tanto que acabaram donas dele. São elas quem dirigem, orientam e recebem os visitantes da Fundação Casa Grande — Memorial do Homem do Cariri, que tem diretor mirim até para aguar plantas. A casa centenária cuidadosamente recuperada exala sertão, fé e ancestralidade, tendo se tornado uma referência para a juventude de um lugar que não tem shopping center nem cinema, mas possui algo que poucas cidades ousariam ostentar: a Casa Grande FM. A rádio comunitária atinge cinco municípios e é inteiramente administrada e apresentada por crianças e adolescentes de 11 a 19 anos. "Nossa principal audiência está na

roça", conta Allemborg, orgulhoso com o casamento promovido entre sertão e tecnologia. "Não há conflito, ao contrário, a tecnologia facilita o intercâmbio, que é vital para entender o que somos e o que queremos ser", diz o músico. Em março último, os meninos da Casa Grande fizeram a primeira e bombástica transmissão do seu canal de TV. Estouraram todos os índices de audiência na pequena Nova Olinda. Mas durou pouco. "A Anatel vetou nossas transmissões", reclama Alexandre Cicero Ferreira, de 17 anos. Filho de agricultores, ele se acotovela com outros adolescentes no estúdio de 3 por 2 metros quadrados, onde estão os equipamentos doados por uma ONG. "Como é que o Brasil pretende sair desse buraco se a sua juventude não pode botar uma TV no ar?", desabafa Allemborg. Ele acusa a refrega, mas não se entrega. No momento, prepara guias de turismo para acompanhar visitantes que procuram a região por suas riquezas naturais e pré-históricas. E exhibe a maquete de um sonho: uma escola de comunicação sertaneja com cinema, auditórios e estúdios. Faltam só 200 mil reais. E o Cariri vai virar mar — um agitado mar de ondas digitais.



Material de Divulgação da Fundação Casa Grande

3.5- SEGMENTAÇÃO DE MERCADO E DIVERSIDADE CULTURAL.

A análise das propostas comunicativas levou-me a refletir sobre as diferenças entre a segmentação de mercado, explorada nos programas das empresas de comunicação privadas e comerciais, e a diversidade cultural possível de ser percebida nas convivências sociais e cotidianas da sociedade moderna. Essa problemática surgiu à medida que investiguei a programação das rádios comunitárias organizadas por movimentos culturais populares. Observei uma diferença significativa entre o modo como essas emissoras apresentam a pluralidade cultural encontrada na sociedade e o modo como as emissoras comerciais difundem a variedade de gostos musicais que supostamente refletem a diversidade da cultura na sociedade moderna nesse final de século.

No caso das emissoras comunitárias torna-se visível, através de sua programação, a vivência cultural de seus receptores, principalmente nos programas de *rap*, capoeira e *reggae*. Nestas rádios, toma-se uma ou duas horas para cada um desses ritmos. São difundidas músicas e informações sobre festas e mobilizações promovidas por grupos que vivem no seu cotidiano manifestações culturais e sociais a partir destes ritmos.⁶⁹ No entanto, não é simplesmente o espaço mais prolongado dos programas que diferencia a segmentação de mercado e o modo como esta elege a forma de trabalhar com a diversidade cultural da maneira como as emissoras comunitárias aqui investigadas decidem abordar a pluralidade cultural na sua programação. Para a segmentação de mercado a diversidade é um alvo essencial para abranger o público alvo em termos de variabilidade. Nas rádios comunitárias, o objetivo em expressar a pluralidade cultural coloca em primeiro lugar a necessidade de aproximar-se dos grupos e ritmos musicais que o mercado ainda não considera compatível com sua política de consumo. Diferente da anterior, a abordagem das expressões culturais procura trabalhar a criticidade dos receptores estimulando sua articulação em torno de grupos culturais organizados. Pode-se ilustrar essa situação através dos programas de *rap*. No programa *Hip Hop*, Cultura de Rua, cuja locução é feita por membros deste movimento, os fatores que me levaram a

⁶⁹ A intensidade das mobilizações em torno de cada um desses gêneros varia. Essa variabilidade é flexível de acordo com o nível de organização social em que cada um se encontra na sociedade. O movimento *hip hop* apresenta no caso o maior ponto de articulação em torno de temáticas sociais.

considerar um princípio educativo neste programa foram as advertências sobre o consumo de drogas, a violência e divulgação das mobilizações culturais que permeiam o movimento *hip hop*. No programa *Arrepiando o Rap* não encontrei uma influência do movimento *hip hop*, mas constatei o interesse da emissora em utilizar este programa para repassar através de suas músicas temáticas críticas para a juventude. Nesses dois casos, o receptor deixa de ser apenas um mero consumidor de produtos e idéias promovidas pela sociedade de consumo.

Nas emissoras comerciais os mesmos gêneros, com exceção das canções da capoeira, são difundidos. Entretanto, há uma fragmentação na apresentação das músicas. Toca-se o *rap* e o *reggae*, mas de forma recortada entre outros gêneros, o que não deixa espaço para que receptores, amantes desses ritmos, sintonizem por muito tempo numa mesma emissora ou se torne possível uma articulação que não seja em torno do consumo. Geralmente toca-se um *rock*, depois uma canção romântica, um *reggae* e um *rap*. Essa alternância varia de emissora para emissora comercial, mas a grande maioria mantém esse mesmo padrão fragmentado. Fiz a comparação dessa forma de apresentação com o formato dos programas veiculados nas rádios comunitárias e percebi que a partir daí era possível fazer uma reflexão que perguntasse em que medida as emissoras comunitárias estão concretizando a partir de sua programação a valorização de uma diversidade cultural mais ampla do que a variedade cultural exposta nas emissoras comerciais.

Foi a partir dessas diferenças que iniciei as reflexões sobre as diversas formas como a diversidade cultural é enfrentada pelas emissoras comunitárias e comerciais. Compreendi que uma discussão dessa natureza traria contribuições que atualizam as reflexões sobre a posição da segmentação de mercado diante de novas condutas políticas e socioculturais contemporâneas. Parei para pensar o que o processo de segmentação de mercado fez com as mobilizações culturais que surgiram nos últimos anos na sociedade, Estou falando do movimento feminista, das manifestações juvenis e dos movimentos negros, ecológicos, de homossexuais, dentre outros. Acredito que seja importante perceber em que proporções a explicitação desses segmentos foi apropriada pela propaganda e pela programação dos meios de comunicação impressos e audiovisuais.

Segundo o pensamento de Raymond Williams (1969), analiticamente é difícil conceber uma sociedade em termos de massa e nesse mesmo caminho Ortiz (1997) deixa claro que é importante explicitar e rever a trajetória do conceito de cultura de massa na sociedade, desatacando sua historicidade ligada à constituição da ideologia burguesa e à formação de uma cultura de mercado. A partir dessas reflexões é possível afirmar que a noção de segmentação de mercado foi construída em torno da reflexão sobre sociedade de massa e sempre procurou desestruturar a percepção de uma sociedade com suas culturas diversas ligadas a grupos e indivíduos que podassem propiciar qualquer indício de organização ou mobilização. A opção por essa construção social está sem dúvida associada à lógica de mercado que concebe a cultura como mercadoria e norteia essa visão dentro de propósitos políticos. Esta evidência fica demonstrada na medida em que se acompanha a emergência do mercado cultural na sociedade moderna. Ortiz (1997) salienta que no momento da estruturação do Estado Moderno surgiu o problema da promoção da integração dos diferentes grupos na esfera social e cultural. A princípio construíram essa integração através das igrejas, mas, segundo Ortiz, “apesar de suas intenções universalistas, objetivamente era impossível que elas envolvessem uma grande parcela da população. Sua abrangência era contida pela segmentação das sociedades agrárias que eram estamentais e organizadas através de vasos não-comunicantes.” (Ortiz, 1997, p. 105) De acordo com este autor, a “cultura de massa” além de desfrutar de novas condições sociais, concretiza-se em novas condições tecnológicas de produção e difusão da cultura. Tudo isso estará associado à formação das nações que enquanto entidades históricas também projetam a integração na sociedade moderna. Nesse sentido, Ortiz afirma ainda que massa e nação são integrantes de um mesmo projeto social e político. Dentro dessa realidade, nos Estados Unidos a publicidade surge então com a necessidade de promover a integração social, concretizando assim a nacionalização. É nesse contexto que surge o primeiro empenho de uma cultura mercadológica. No entanto, a realidade que hoje cerca a sociedade apresenta algumas mudanças. Não é mais o mesmo ideal político nacional que rege o mercado cultural. O processo de organização social feminino, por exemplo, mudou muito desde os anos 30. Passou de uma inserção doméstica da mulher para sua inserção intensa no mercado de trabalho, bem como para as mobilizações feministas, inclusive

em termos mundiais. O contexto encontrado pelos jovens vivenciou a entrada desses segmentos no mercado de trabalho e sua visibilidade em termos de manifestações culturais também a nível mundial (*punks*, *darks*, roqueiros, os adeptos do *rap*, regueiros etc) (Hobsbawn, 1995) . Novamente o mercado cultural viu-se cercado pela explicitação de desigualdades e diversidades culturais que não podiam ser camufladas por um ideário nacionalista, nem tão pouco pode-se dizer que os processos de mundialização e de globalização correspondem ao fim da diversidade. É, portanto, em meio a essas mudanças no processo de mundialização da cultura que se modificam as noções de segmentação de mercado, adotando uma inserção dos segmentos culturais na programação e elaboração dos meios de comunicação. Acompanhando esse movimento a humanidade presenciou o surgimento de um mercado segmentado de revistas e programas de rádio e de TV que aparecem desde os anos 60, mas são explicitados principalmente na década de 80 com aperfeiçoamentos constantes (Mira, 1997). Surgem revistas voltadas para o automobilismo, para os segmentos feminino, jovem e étnico. A programação do rádio e da TV também é segmentada para o público jovem, infantil e feminino, ocorrendo atualmente um aprimoramento dessa segmentação com a utilização da TV a cabo. Entretanto, nesse universo fica explicitada essencialmente a diferenciação de faixa etária, gênero e capital cultural. Nesse sentido, percebi que a problemática da diversidade é direcionada para os objetivos de consumo, embora priorize as transformações culturais vivenciadas, permanece regida pela lógica que incentiva a vivência cultural em condições individuais e mercadológica. A integração possível é a da comunidade de consumidores integrada através dos meios. (Sarlo, 1997. P. 104).

O que percebi através das rádios comunitárias é que essas emissoras exploram essa mesma segmentação, apresentando a possibilidade de articular grupos culturais em torno do lazer e de discussões sociais. Até o momento o movimento *hip hop* tem propiciado de forma mais enfática essa concretização, mas o *reggae* e a capoeira podem também ser despertados nesse sentido, assim como outros ritmos musicais e manifestações culturais. Não será, no entanto, a segmentação de mercado que tornará possível essa proposta. Nesta segmentação a relação com a diversidade cultural é restrita ao projeto político de uma globalização excludente que se apropria apenas de eixos restritos e esvaziados do processo de diferenciação cultural que emerge na sociedade

moderna. A experiência das rádios comunitárias, organizadas por movimentos sociais e culturais populares, não é hegemônica, mas possibilita a percepção de uma proposta para um marketing sociocultural e educativo. Essa percepção dos processos culturais que as emissoras comunitárias apresentam será melhor compreendida através do cotidiano dos receptores dessas rádios. Com a investigação sobre os receptores demonstrarei a situação em que os programas relacionam-se com a vivência cultural do público e abordarei de que forma está sendo possível às rádios comunitárias concretizarem uma proposta socioeducativa nos espaços da recepção.



4- ESCUTA SONORA

4.1- REPENSANDO AS PESQUISAS DE RECEPÇÃO.

Até o momento tive que explicar a necessidade das pesquisas de recepção. Agora preciso esclarecer que abordagem adoto para essa análise e conseqüentemente evidenciar como construí minha metodologia de trabalho para esta pesquisa. Essa discussão passa necessariamente pela consideração teórica da literatura específica nesse campo. Entretanto, não é minha intenção apresentar um apanhado das teorias que constituíram os paradigmas de recepção. Acredito que já existem trabalhos suficientes que fazem a recuperação dessa trajetória teórica (Morley, 1996; Silverstone, 1996; Barbero & Muñoz, 1992; Lopes, 1998). Farei apenas um levantamento das pesquisas realizadas sobre recepção tanto na Europa, nos U.S.A, como na América Latina e no Brasil para compreender em que nível estão essas reflexões e situar minhas próprias conclusões e contribuição nesse campo investigativo.

As pesquisas de recepção mais recentes representam gradativamente uma entrada no cotidiano e no contexto sociocultural dos receptores, destacando os modos como estes usam e se relacionam com os meios de comunicação e sua programação. No entanto, o problema encontrado é que as pesquisas têm se limitado a observar relações restritas à capacidade interpretativa das audiências, privilegiando a análise do ato de assistir à televisão e os momentos de prazer e de lazer, ligados geralmente ao lar e à família. Nesse sentido, as investigações de recepção utilizam os recursos etnográficos que levam o pesquisador para o tempo e o espaço onde a recepção de bens culturais dá-se essencialmente na família e na esfera privada. Embora as teorias apresentem a sugestão de que a pesquisa em recepção deve abranger as questões micro e macro de modo integrado, ressaltando o valor de se compreenderem as diferentes influências culturais, de classe e contextualizações históricas, as investigações empíricas ficam presas a observações micro que falam somente da relação receptor e meios, levantando

valores morais, sociais e culturais investigados somente a partir do espaço do lar. De uma forma geral, as reflexões têm como contexto básico o universo familiar, deixando de lado o consumo por grupos e indivíduos fora da convivência doméstica que é a maneira privilegiada pelos jovens na atualidade.

As primeiras abordagens sobre a recepção surgiram no campo empírico, observando os efeitos dos “mass media” sobre os receptores. Essa concepção afirmou que os meios de comunicação exerciam um efeito imediato sobre o público. Na abordagem que ficou conhecida como modelo hipodérmico, as mensagens penetravam de forma direta no comportamento do público. Essa concepção estava fundamentada pela psicologia behaviorista que deduzia o resultado do comportamento dos receptores a partir dos estímulos e respostas obtidos de forma imediata pelos processos de comunicação e pela noção de massa irracional e passiva.

A superação da concepção hipodérmica teve em Laswell (1987) contribuições relevantes. O autor direcionou as preocupações da pesquisa empírica para a eficácia da propaganda sobre os receptores, destacando essencialmente o debate sobre os efeitos das mensagens comunicativas sobre o receptor. O modelo de Laswell⁷⁰ conduziu as pesquisas de comunicação a desfazerem a idéia de que as mensagens veiculadas pelos meios de comunicação exerciam efeitos imediatos sobre o receptor. Lasswell apresentou preocupações de ordens psicológicas e individuais. A partir dessa abordagem empírica desenvolveram-se as pesquisas funcionalistas e estruturalistas. Esta abordagem enfatizou a preocupação com as funções e disfunções ocasionadas pelas mensagens transmitidas pelos meios de comunicação. Entretanto, essas pesquisas permaneceram presas a análises das mensagens e dos conteúdos dos “mass media”. Mais ligada ao campo da recepção, a abordagem empírica dos efeitos limitados iniciou a problematização que passou a dar extremos poderes aos receptores. De acordo com Wolf (1999), esta abordagem, diferente das anteriores, deixou de ser realizada em laboratórios e por esse motivo ficou conhecida também como abordagem empírica de campo. Com a investigação sobre os efeitos limitados, que teve em Lazarsfeld (1987) um de seus principais representantes, a questão relativa à influência dos meios sobre os receptores deu margem às preocupações com a influência mais geral que perpassa as relações

comunitárias. Essa reflexão observou o poder de influência dos pequenos grupos e dos então denominados líderes de opinião. Os resultados deduziram que estes sujeitos exerciam maior influência nos processos comunicativos, superando inclusive o poder dos mass media. Destacou-se, a partir de então, a observação dos grupos primários e dos ambientes pessoais dos receptores nas pesquisas de comunicação. Esta abordagem é apontada como um pensamento precursor da teoria dos usos e satisfações que se desenvolveu principalmente nos anos 70 e 80. no contexto norte-americano.

Com a sofisticação dos estudos da estética da recepção representada dentre outros autores por Eco (1989) houve um direcionamento maior à análise estrutural dos textos literários. Mais tarde esta abordagem multiplicou-se em trabalhos de investigação dos textos cinematográficos e de soap-operas. O domínio dos receptores nos processos comunicativos recebeu novamente o aval das pesquisas que enfatizaram a polissemia do texto. Esta abordagem teórica liderada pelos estudos de Barthes (1994) ampliou as reflexões que deduziram a passividade do leitor a partir da análise da estrutura textual para a ênfase na supremacia do leitor. Para Barthes o texto em si pressupõe a ação dos receptores.

Para as reflexões que empreendo vale perceber que a complexidade do processo comunicativo ocorre sempre dentro de um modelo que inclui emissor, mensagem, receptor e as preocupações com os efeitos e a eficácia da persuasão. Demonstrarei a seguir que mesmo diante das reflexões teóricas propostas por Hall e Morley, pesquisadores do Centro de Estudos para as Cultura Contemporânea, localizado na Inglaterra, a pesquisa de recepção permanece estudando a recepção apenas como uma investigação das leituras que os receptores podem fazer dos conteúdos dos meios de comunicação.

O modelo em que a interpretação das mensagens é considerada importante nas abordagens que enfatizam os micro processos comunicacionais interpessoais é questionada por Morley (1996). Segundo este autor esta abordagem é relevante, *“pero os desconectara por completo de qualquer noción de um poder institucional o de unas relaciones estructurales de clase y políticas”* (Morley, 1996. p. 81). Para Morley essas investigações vieram reforçar a capacidade de seleção e

⁷⁰ Quem? Diz o que? Em que canal? Para quem? Com que efeitos? . Este modelo é discutido no texto do

interpretação dos receptores fortalecendo o modelo de usos e satisfações que supervaloriza os sentidos que os receptores passaram a dar às mensagens recebidas. Entretanto, as críticas a essas concepções colocaram a necessidade de se entender a recepção como ações reguladas não em termos psicosociais e individuais, mas a partir de interpretações geradas em contextos sociais, históricos e culturais. A esse respeito Morley ressalta que:

Desde luego siempre habrá lecturas individuales privada, pero debemos investigar si esas lecturas individuales se modelam em estructuras y conglomerados culturales. Lo que faz falta aquí es um enfoque que remeta a interpretaciones diferenciales a la estructura socioeconômica. Em suma, necesitamos ver que las diferentes estructuras y formaciones subculturales en el interior de la audiència y el hecho de que distintos grupos e clases comparten diferentes códigos y competências culturales determinan la decodificaciom del mensaje para diversos sectores de la audiencia. (Morley, 1996. p. 85)

Entretanto, Morley lembra que as pesquisas que ressaltaram as relações de classe na observação das audiências caíram em determinismos econômicos e justificaram a linguagem e a interpretação dos receptores unicamente pela determinação econômica. Essa visão ocorreu em oposição à autonomia do receptor descontextualizada de qualquer influência social. Foi com o objetivo de não cair nesses extremos que Morley destacou que é preciso fazer uma ponte entre essas duas abordagens. O autor sugere incluir as diferentes determinações presentes no processo de recepção, ressaltando as diversas competências e códigos culturais e considerando os diferentes segmentos da audiência existentes na sociedade.

Nas pesquisas de recepção, as investigações e as metodologias usadas por Morley estão vinculadas, em primeiro lugar, ao Centro de Estudos para a Cultura Contemporânea, CECC, localizado na Inglaterra e às investigações anteriores de Stuart Hall. Nesta escola a concepção de Morley faz parte da pesquisa em recepção baseada nos estudos culturais que foram estruturando-se no CECC. As investigações desta escola

trouxeram a pesquisa de recepção para o campo dos estudos culturais efetivados inicialmente na Inglaterra. O ponto de partida para os teóricos ligados ao CECC foram as críticas às teorias psicanalíticas do grupo do Screen ⁷¹. Esse grupo abordou a relação texto e receptor no cinema e priorizou a posição do texto-filme sobre a interpretação dos espectadores. Segundo Paula (1998, p. 35), os insights “*lacanianos eram aplicados nas análises dos filmes e o objetivo era descobrir os mecanismos simbólicos, através dos quais os textos cinematográficos possibilitavam um certo tipo de subjetividade aos espectadores*”. Para Paula (1998) foi a partir das críticas a essa concepção que Hall (1994) abriu os questionamentos básicos para a idéia de que o texto deve ser percebido como algo incompleto e dinâmico que prescinde da atividade de leitura do receptor que deve ser visto em suas múltiplas ações sociais para que seja completada a sua leitura.

As pesquisas de Stuart Hall buscaram uma combinação da Semiótica com a Sociologia, representando uma ampliação às abordagens vistas até o momento. Sua teoria não tratou os meios como simples condutores de ideologias ou percebeu os receptores como absolutamente ativos na assimilação das mensagens. O autor procurou enfatizar a idéia de que os meios de comunicação não são simples reflexos de consenso, embora tenham participação na produção deste consenso. Influenciado pelos trabalhos de Eco (1965) e Barthes (1994) e baseado nos trabalhos de Frank Parkin (1977) Hall (1994) argumentou que é possível identificar hipoteticamente três formas de decodificação de uma mensagem: a dominante hegemônica ou as leituras preferenciais, a negociada e a de oposição. Mas, apesar de admitir a existência teórica das leituras preferenciais e de oposição, Hall acreditava que a maior parte das respostas da audiência estava no universo das leituras negociadas e, portanto, as interpretações eram sempre repletas de contradições.

No final da década de 70, David Morley e Charlotte Brunsdom (1978) tentaram testar empiricamente as teses defendidas por Hall. No livro que escreveu em conjunto com Brunsdom, Morley tenta comprovar o conceito de leitura preferencial de Hall porque este parecia ser a solução ideal encontrada para a dicotomia entre o determinismo textual da produção e suas contribuições para a manipulação ideológica

⁷¹ As teorias psicanalíticas foram realizadas pelos autores do jornal/revista Screen. Esse grupo priorizou a análise da influência que o texto cinematográfico exercia sobre o receptor.

(representado mais perceptivelmente pelos integrantes da revista *Screen*) e a polissemia infinita da recepção de cunho redentorista (presente fortemente na teoria dos usos e gratificações). Gostaria de me deter um pouco nestes dois autores porque sua obra forneceu uma das reflexões mais inteligíveis sobre temas da pesquisa de recepção.

Para se contraporem a estas correntes, Morley e Brunsdom elegeram, como objeto de estudo, um famoso programa de televisão de cunho jornalístico: *Nation Wide*. Selecionaram este programa específico porque, segundo eles, *Nation Wide* fazia a transmissão de mensagens implícitas sobre atitudes e valores sociais que representariam “a vida básica” da Grã-Bretanha. Acreditavam estar, pois, diante de um objeto privilegiado para uma análise ideológica. Este trabalho de Morley e Brunsdom representou um marco para os estudos da audiência e foi a primeira pesquisa de peso contemporânea a envolver a recepção de um bem cultural.

Pensando que a análise ideológica de qualquer texto deve ser realizada através da produção e do consumo, simultaneamente, dividiriam seus estudos em duas etapas: a análise da emissão, onde tentariam detectar o sentido preferencial do texto e uma análise das possibilidades de leituras da recepção. Na análise da produção dos textos contidos em *Nation Wide* partiam da idéia, baseada francamente em Hall (1981), de que não existiam textos “inocentes” ideologicamente e que, portanto, as mensagens têm uma leitura potencial ou preferencial, ainda que conservem a capacidade de comunicar outros sentidos. *Nation Wide* é uma construção com códigos que devem ser quebrados e analisados. Se há, conforme dizia Hall, uma falta de correspondência entre a codificação e a decodificação, é esta zona de silêncio que deve ser estudada, acreditavam.

Para orientar os estudos sobre a audiência colocavam certas perguntas básicas: Até que ponto as interpretações/decodificações/recepções produzem-se dentro dos limites de um modelo preferencial (dominante) em que foi estruturada inicialmente a mensagem? Quando elas passam a ser leituras negociadas ou de oposição? Até onde essas interpretações são reflexos de códigos e discursos pessoais e até onde são determinadas pela distribuição estabelecida socialmente por códigos culturais? Para responder a estes questionamentos acreditavam que uma ideologia difundida por um

programa só poderia ser eficaz se encontrasse respaldo na ideologia adquirida através de outras instituições sociais que se harmonizassem com ela. Se, no entanto, a audiência partilha de outros códigos que se oponham em maior ou menor medida às leituras preferenciais, ter-se-iam leituras potenciais de oposição ou de negociação. As condições sociais estabelecem, assim, os limites nos quais pensam e agem os indivíduos. As leituras individuais são, enfim, marcadas por formações e práticas culturais demarcadas pela posição que os indivíduos ocupam dentro da estrutura social.

Pensavam, através da mediação de Nation Wide, compreender os usos dados a um texto particular, a função que este cumpre em uma seleção particular, em espaços institucionais particulares, a partir de audiências particulares. A metodologia para isso era simples: apresentar o programa em vídeo a vinte e nove grupos de indivíduos de origens sociais, educacionais, culturais, econômicas, regionais diferenciadas durante meses e discuti-lo com a audiência através de entrevistas. O objetivo aqui era identificar os temas recorrentes e as formas como se apresentavam com o intuito de estabelecer e classificar as leituras apreendidas do programa.

As conclusões deste estudo foram relativamente simples, tendo em vista os objetivos da pesquisa. Concluíram que a posição de classe não é um mero indicador de leitura nem definidor das diferenças entre leituras próprias e leituras supostamente preferenciais. E mais, os grupos que ocupam a mesma posição de classe podem ter diferentes interpretações sobre o mesmo bem cultural. As leituras são determinadas também por relações de gênero, de trabalho, étnicas, culturais, econômicas e por práticas interdiscursivas que envolvem contatos com outras fontes de informação.⁷²

As principais críticas a este trabalho dizem respeito ao próprio conceito de leitura preferencial utilizado em sua construção. Primeiro, sua adequação é difícil a outras estruturas narrativas que não sejam jornalísticas, como as dramáticas, por exemplo. Segundo, no conceito de leitura preferencial, há uma tendência para uma noção de intencionalidade do autor, portanto, sua análise parte para a tentativa de análise

⁷² O Centro para Estudos de Culturas Contemporâneas (CECC) orientou várias pesquisas semelhantes. O CECC mostrou em diversos outros estudos que jovens da classe trabalhadora desenvolveram uma cultura de contra-resistência ou um discurso que os capacitava a interpretar a mídia de acordo com a leitura preferencial dominante, mas também, de variadas formas em oposição ao estabelecido.

de práticas inconscientes que passam por universos conceituais distantes da área de estudo da sociologia. Terceiro, este conceito parece ser algo contido no próprio texto e somente acessível ao pesquisador que utilize corretamente a análise semiótica. Os problemas com tal categorização tornam-se, nesse momento, mais evidentes. Como não existe texto por ele mesmo, não podemos ter certeza de que quando lemos um texto não colocamos nossas próprias visões dentro dele, independentes do método utilizado para analisá-lo. No mais, a visão do pesquisador através de uma análise semiótica é apenas uma forma de ler, não mais privilegiada do que outras. No entanto, devo lembrar, que, apesar desses questionamentos, não é possível descuidar que existe uma diferença entre a idéia de que o texto só é acessível mediante um ato de interpretação e a negação da existência de uma mensagem a ser lida.

Por último, a utilização de pessoas que no dia-a-dia não faziam parte da comunidade natural de espectadores do programa, levou a pesquisa a criar uma audiência que não existiria em outras circunstâncias. Portanto, o tipo de reflexão realizada a partir de suas leituras é extremamente incompleta porque não leva em conta fatores importantes para a análise como a competência textual narrativa de seus telespectadores. E finalmente, Morley trabalhou em salas de aula, o que reduz as possibilidades de significação de um estudo de recepção, porque o ato de assistir à televisão ocorre em momentos de prazer e de lazer, ligados geralmente ao lar e à família e não a contextos de trabalho ou de educação. Estas reflexões, colocadas pelos impasses da pesquisa de Hall, abriram espaço para uma série de novas abordagens à recepção de bens culturais, elas mesmas bastante profícuas como o recurso à noção de gênero, o que acabaria com a criação de uma comunidade de telespectadores inexistentes e o recurso etnográfico que levaria o pesquisador para o tempo e o espaço onde a recepção de bens culturais é dada: a família. Desde então as relações familiares têm sido enfatizadas no momento da observação das pesquisas de recepção. No entanto, já aparecem as críticas que ressaltam que a domesticidade precisa ser interligada a reflexões que abrangem os espaços da esfera privada e pública. Barbero (1997) chama atenção para que a recepção seja observada tanto a partir dos lugares onde os receptores consomem a programação propriamente dita quanto dos espaços nos quais estes receptores transitam. Deste modo, Barbero acredita ser possível entender a lógica da produção e a lógica da recepção.

Nesse caso, a análise da recepção não deve prender-se necessariamente à codificação ou à decodificação de mensagens ou textos, mas compreender que estudar a recepção significa também observar o processo de mediações e interações que envolve os receptores. Isso equivale a observar as múltiplas formas de convivências entre os receptores, contextualizando a dinâmica cultural que os circunda na aproximação com os meios e nas relações que extrapolam o contato mais imediato com as mensagens. Estou falando do lazer, das vivências culturais e das formas de convivência como partes relevantes do estudo de recepção, enfim a pesquisa de recepção não se resume à observação da relação entre receptor e conteúdo recebido. O ato de ouvir ou assistir a determinado programa de rádio ou televisão não significa também que necessariamente as pessoas estão a todos os momentos ligadas às músicas, às imagens ou às falas dos locutores e atores. Ocorrem casos em que o volume do rádio é diminuído para que as falas dos receptores dêem lugar às histórias e comentários que não precisam estar ligados diretamente à interpretação das mensagens transmitidas pelos programas. Compreender a recepção também não implica simplesmente mensurar a assiduidade da audiência. Acompanhar a recepção é na verdade observar os receptores mesmo quando estes abandonam ou se afastam dos programas que têm o costume de ouvir. Desse modo, as pesquisas de recepção não correspondem apenas à necessidade de entender a interpretação que receptores, contextualizados em suas culturas em diversas posições de classe e trajetórias históricas, fazem das mensagens ou produtos que recebem. A pesquisa de recepção vai além da observação das audiências familiares de programas televisivos ou da discussão de valores culturais e comportamentos sociais debatidos a partir de um programa de televisão.

Com as pesquisas na América Latina, o bairro popular e não apenas o lar passou a ser alvo de observação nas investigações⁷³. Desse modo, o olhar para o receptor saiu gradativamente das relações estabelecidas com a mídia e incluiu as interações ocorridas no cotidiano. Por esse motivo, creio que é necessário observar a conduta social e cultural dos receptores, incluindo também os espaços e as convivências fora do lar e distantes das relações familiares. Embora, por um lado, considere as pesquisas nesta área

importantes, por outro lado concebo que as investigações sobre a recepção precisam deixar de ser entendidas **apenas** como processos de interpretação que os indivíduos fazem de um programa específico e selecionado pelo pesquisador, para olhar **também** os caminhos que os receptores fazem da vida para os meios, tecendo relações com seus contextos domésticos, sociais e com suas próprias produções culturais.

O modelo de pesquisas de audiência tematizadas na Inglaterra refere-se à domesticidade como espaço determinante nas investigações porque nesse país o acesso aos meios de comunicação alcançou com maior rapidez as esferas privadas. Acredito que essa posição metodológica ocorre porque toma a realidade ambiental, social e cultural na qual os europeus vivenciaram suas relações cotidianas com os meios de comunicação. Diferentes formas de acesso e relação foram vividas na América Latina. Aqui a escassez de aparelhos de rádios e posteriormente de aparelhos de TV bem como o clima mais ameno nos fez enfrentar convivências fora do lar. Como exemplos no Brasil se encontrou as escutas de rádios nas calçadas, os sistemas de alto-falantes nas igrejas e nas quermesses, bem como a audiência de televisão nas residências dos vizinhos e nas praças⁷⁴. Sem dúvida estes fatores sociais constituem a trajetória dos hábitos dos receptores.

Uma importante pesquisa que me ajudou a perceber a relevância das vivências culturais foi a sociologia do consumo cultural proposta por Bourdieu (1979). Este autor após um estudo detalhado analisou a partir da noção de classes sociais e de fração de classes os mais diversos pontos referentes a: gostos musicais, preferências sobre diferentes imagens fotográficas, a degustação de diferentes pratos. A partir dessa investigação Bourdieu argumentou que o consumo cultural na França era resultante de uma interação entre posição social e estilos de vida. Bourdieu trabalhou o percurso da constituição dos gostos culturais a partir da concepção de uma distribuição desigual de obras disputada no cenário social por competências culturais e práticas sociais distintas.

⁷³ Estas pesquisas foram realizadas através de um projeto conjunto com grupos de investigadores do México, Peru, Brasil e Colômbia. Os resultados das reflexões são publicados no livro: *Televisión e Melodrama, género y lectura de la telenovela em Colômbia*, 1992.

⁷⁴ Popularmente as audiências de televisão nos vizinhos eram chamadas de televisinhos, já as audiências nas praças eram feitas através da televisão pública. Nesse caso, o aparelho de TV era colocado em suportes de ferro numa altura aproximada de 1 metro e meio. As TVs ficavam trancadas sendo abertas

Esta conexão define o que Bourdieu chamou de consumo cultural. Considero que a pesquisa de Bourdieu dá uma abrangência aos estudos de recepção porque inclui a noção de consumo dos bens culturais considerando questões que se colocam além da perspectiva interpretativa valorizada até então nas pesquisas de recepção. A ampliação que desejo enfatizar não se refere apenas à abrangência de metodologias, mas a abrangência que torna possível o estudo da recepção incluindo a observação dos estilos de vida e das competências culturais no consumo dos bens culturais. A inclusão dos estilos de vida e das competências culturais em Bourdieu toma como base a estrutura cultural francesa que sem dúvida nenhuma difere da realidade e das desigualdades vividas na América Latina. Entretanto, a meu ver o percurso realizado por este autor é paradigmático para as pesquisas de recepção.

Se em Bourdieu foi apresentada a importância da consideração dos estilos de vida e das competências culturais na compreensão das relações entre receptores e os bens culturais, em Chartier (1990) esta relação é enfatizada para perceber-se a constituição das apropriações culturais feitas para a composição das representações populares. Chartier, investigando as leituras dos camponeses nos séculos XVII e XVIII, problematizou que estes camponeses “ cifram suas percepções com as chaves fornecidas por uma cultura habitada pelos signos, pelas correspondências, pelas alegorias”(Chartier,1990, p. 212).Com essa observação tem-se ressaltada a importância de considerar-se a recepção a partir dos processos de apropriação que incluem as vivências culturais dos indivíduos em cruzamento com distintos momentos e formas de comunicação em seu cotidiano. Creio que tanto Bourdieu quanto Chartier fornecem reflexões que me fizeram entender a recepção, além dos processos interpretativos. Nesse sentido, os ouvintes das rádios comunitárias investigadas falam sobre os conteúdos transmitidos nos programas, mas também fazem referência a acontecimentos que extrapolam o momento das audiências. Deste modo, concebi que uma pesquisa de recepção é essencialmente a investigação de um processo de apropriação de bens culturais. Entretanto, esta apreensão não se restringe à compreensão apenas de como as pessoas interpretam o que é dito pelos meios de comunicação, mas é importante saber

somente à noite para a audiência das novelas e do jornal. Ainda podemos encontrar hoje os suportes, agora vazios, nas praças de cidades do interior.

como essas informações se mesclam em outros espaços e momentos da vida cultural e social dos receptores.

Na pesquisa de recepção que realizei, essa visão ficou ainda mais concreta. Quando observei a recepção não selecionei imediatamente um programa de cada emissora para estudar a recepção deste, nem delimitei a identificação dos receptores nos lares como fizeram muitos dos pesquisadores que analisaram a recepção. Também não consegui ficar presa às interpretações que os receptores fazem de mensagens veiculadas na programação. Considerei o universo social: ruas, esquinas, casas e bares como espaços de convivência e cenários da recepção. Cheguei desse modo a perceber que a vivência sociocultural e o cotidiano dos receptores influenciam as relações estabelecidas entre receptores e meios de comunicação. Nesse sentido, passei a observar toda a programação das emissoras para encontrar receptores que ouvissem o maior número de programas em cada rádio. Esta opção explica-se porque minha proposta era estudar as emissoras e não somente um programa nas rádios selecionadas. Descobri que em geral os receptores não ouvem necessariamente todos os programas de uma emissora, nem escutam esses programas em todos os momentos, na verdade, existem condições concretas que extrapolam seus desejos em sua vida e no contexto social que os cercam definindo essa relação. Observei que os receptores escutam prioritariamente os gêneros musicais e informativos que se identificam com seus gostos, hábitos e vivências culturais. Esta compreensão transformou-se então no fio condutor da pesquisa. No lugar de procurar um perfil para os receptores, passei a enfocar a necessidade de compreender a diversidade dos modos de recepção. Não tenho a ilusão de que este trabalho dê conta desta diversidade, principalmente porque sei que nenhum trabalho até agora deu conta de esgotar a compreensão da diversidade das expressões culturais na sociedade.

As investigações que encontrei sobre pesquisa de recepção apontam a televisão como o meio fundamentalmente pesquisado e a telenovela como produto privilegiado nas investigações. Mesmo reconhecendo a predominância deste meio no cotidiano da sociedade moderna e deste gênero na audiência, percebi que não é possível generalizar afirmações sobre a recepção tomando apenas este ângulo de pesquisa.

Uma segunda questão importante é lembrar que a consideração de um programa específico nos trabalhos de recepção tem suas vantagens porque delimita a investigação, aprofunda a análise do conteúdo e considera a interpretação das temáticas abobadadas no programa selecionado. No entanto, este tipo de abordagem perde de vista a relação dos receptores com a programação televisiva e conseqüentemente a relação do programa selecionado com as vivências socioculturais mais amplas dos receptores. Nestes trabalhos os receptores são tomados como intérpretes que estabelecem diálogos com conteúdos específicos, seja de uma telenovela ou de um outro programa. Acredito que nestes casos fecha-se por demais o universo dos receptores nos temas apresentados pelo programa analisado. Há casos de pesquisas que montam seus grupos de entrevistados e quando acontece, por motivos variados, de um entrevistado abandonar a audiência da telenovela, este é imediatamente substituído por outra pessoa. Neste caso o próprio afastamento do receptor do universo telenovelistico pode levá-lo a estabelecer outras formas de relação com a telenovela e tem significado para as reflexões na pesquisa de campo. A relação do receptor com a telenovela pode não ser direta, mas pode acontecer através da leitura de notícias sobre a novela, publicadas em revistas e jornais ou difundidas nos programas de rádio ou TV, ou mesmo das conversas cotidianas com colegas que continuam assistindo a telenovela. Ocorrem ainda situações em que este afastamento pode acontecer somente durante a semana, assim o receptor permaneceria assistindo a novela aos sábados. No caso de um afastamento total do programa, deve ser levado em consideração por que isso aconteceu, não para isolar esse fato da observação, mas acrescentá-lo na interpretação dos resultados da pesquisa de recepção.

As pesquisas que se prendem aos grupos preestabelecidos e escolhem uma programação particular o fazem porque estão voltadas para a relação dos receptores com as temáticas da telenovela analisada ou do programa específico selecionado para o trabalho de investigação. Estas pesquisas de recepção permanecem presas no processo comunicativo que envolve a mensagem, os receptores e os meios, limitando a compreensão do cotidiano dos receptores porque atrelam sua percepção à interpretação de um conteúdo específico e estabelecido pelo roteiro dos programas. O que leva as pesquisas a prenderem-se à relação entre recepção e domesticidade são pelo menos dois

fatores: a delimitação deste tema à televisão, hoje consagrada como uma audiência mais restrita ao lar e ao cotidiano familiar e a influência das metodologias de pesquisa realizadas na Europa onde essa programação é eminentemente assistido nos lares. Por esse motivo a contextualização familiar é apresentada como tema relevante nas pesquisas que envolvem televisão, vida cotidiana e recepção (Barbero & Muñoz (1992): Silverstone, 1996; Lopes, 1998). No entanto, essa dimensão doméstica, embora tenha sua importância, não é uma característica que deva ser generalizada na pesquisa de recepção. Fiquei ciente dessa limitação porque meu objeto de estudo é o rádio e não a TV e no decorrer da pesquisa comecei a perceber que as reflexões feitas para a pesquisa de recepção precisavam ser ampliadas à realidade radiofônica.

Constatei a princípio que ao contrário da TV, o rádio não vai ser um meio de audiência predominantemente doméstico ou familiar. Outras categorias como o bairro, as ruas, grupos e indivíduos e principalmente locais de consumo aparecem como pontos de observações chaves na pesquisa de recepção. Na investigação das rádios comunitárias FMs encontrei na produção musical o principal ponto de reflexão para a discussão sobre os receptores. O consumo da música levou-me a perceber que o consumo deste produto cultural sugere níveis de convivências que extrapolam o espaço do lar e as relações familiares. Os receptores em suas convivências individuais e grupais aparecem em conjunto com a dimensão interpretativa destacada anteriormente pelas pesquisas de recepção.

Minhas reflexões teóricas partiram, portanto, da literatura que apresenta teorias sobre a pesquisa em recepção tomando a televisão e mais particularmente a telenovela como objeto. Desse modo, a princípio percebi que as reflexões feitas nesses trabalhos ajudavam a situar as questões iniciais da investigação, mas deixavam algumas lacunas como por, exemplo, a escolha de um programa, antes de considerar toda a programação e observar as relações dos diversos segmentos com o meio de comunicação escolhido.

Como o rádio apresenta uma programação que em comparação com as telenovelas tem uma duração mais contínua (por mais de seis meses pelo menos), revelou elementos culturais da vida dos receptores que não podiam ser compreendidos

somente a partir da relação entre receptores e conteúdos de programas específicos. O limite da interpretação ampliou-se da decodificação das mensagens para a observação dos grupos e dos hábitos culturais que norteiam a vida dos receptores.⁷⁵

Para evitar uma escolha pré-determinada de programas, fiz a observação da programação das rádios, investigando genericamente sua recepção e não focalizando um programa a priori. Esta opção levou-me a perceber que o olhar da recepção vai além das considerações sobre família e domesticidade. O acompanhamento da programação e da recepção mostrou que esta pesquisa deveria considerar os mais diversos espaços e momentos de recepção.

Como estou investigando as rádios comunitárias, organizadas por movimentos sociais e culturais populares, percebi que estas emissoras abrem espaços em seus estúdios e salões para os ouvintes se reunirem e surgem inclusive formas específicas de ouvir o rádio em grupo, com os amigos nas portas das emissoras. No primeiro momento fiz esta observação delimitada no espaço das rádios comunitárias, mas aberta a compreender a relação dos receptores com as emissoras comerciais. Num segundo momento selecionei os estilos de programas que utilizaria na pesquisa mais particular de acompanhamento dos receptores. Acredito que foi esta postura que me permitiu não ficar presa às observações do espaço do lar e às análises interpretativas dos receptores.

No caso das rádios comunitárias, conforme já afirmei anteriormente, as emissoras passaram a divulgar gêneros musicais em programas específicos, incentivando além das convivências coletivas a formação de grupos, quando comumente as rádios comerciais FMs procuram fragmentar e individualizar a convivência entre os receptores para difundir o consumo da maior variedade possível de produtos. Em outras palavras, pude exemplificar que, enquanto numa emissora comercial o *rap* aparece entre gêneros diversos como o pagode, a música internacional e sertaneja, e os receptores precisam aguardar horas para ouvir uma música de que gostam, as rádios comunitárias criaram horários de programas com duração de uma ou duas horas especificamente para divulgar

⁷⁵ Seis meses é a duração aproximada da maioria das novelas no Brasil. No rádio os programas chegam a permanecer no ar por cinco anos, embora passem por modificações. No caso das rádios comunitárias, entretanto, os programas têm menor permanência.

o rap, o *funk*, o *reggae*, o *rock*, a jovem guarda, a música brega, enfim os múltiplos estilos musicais. Entretanto, demonstrarei também que além dessa demarcação por mais de uma hora dos programas, é necessário um contexto que incentive a articulação dos receptores. Observando tanto a emissora como a recepção, percebi que esta multiplicidade de programas revela uma série de grupos identitários que se formam dentro do universo da cultura de massa, mas que também estão ligados a práticas de mobilização social que revelam convivências coletivas que não são desenvolvidas somente como comunidades de consumidores. Nesse sentido, estou enfatizando que não é unicamente o conteúdo dos programas que pode estimular vivências culturais, mas uma lógica comum compartilhada entre as rádios comunitárias e os grupos socioculturais populares existentes na sociedade.

Sabe-se que o indivíduo e não a formação de grupos é a tônica da sociedade de massa. O próprio conceito de massa retirou das convivências coletivas a protagonização de ações sociais e as atribuiu ao significado amorfo que esse termo assumiu na sociedade moderna, incapaz de identificar os sujeitos às ações realizadas. Não estou afirmando que as relações sociais são relações massivas desde que o conceito de massa foi elaborado, mas ressaltando a relação desta idéia com a iniciativa da programação das rádios comerciais, quando estas não trabalham a idéia do público, incentivando sua formação em grupos, mas fragmentam as relações grupais entre os receptores quando tocam um quadro de músicas variadas (forró, pagode, *rock*, *rap*). Por esse motivo, esta pesquisa de recepção percebeu na observação da programação das diferentes rádios que realizar uma pesquisa de recepção implica em trabalhar a multiplicidade da programação das rádios comunitárias. Isso deu elementos não para trabalhar com a idéia de interpretação de mensagens pelos receptores no contexto do lar, mas a ótica desta pesquisa procurou revelar como as rádios comunitárias incentivam a existência de grupos identitários e ações dos movimentos sociais. Destacarei, portanto, os diferentes modos de recepção compreendidos e percebidos através da programação das rádios comunitárias.



5- VIVÊNCIAS CULTURAIS: O COTIDIANO DOS RECEPTORES

5.1- O ITINERÁRIO DA PESQUISA DE RECEPÇÃO

As rádios comunitárias em sua grande maioria não são campeãs de audiência, embora possuam um público considerável e recebam muitos telefonemas. Quando comparadas às emissoras do esquema comercial, suas audiências são pequenas. Entretanto, como o interesse desta pesquisa não é levantar dados quantitativos sobre os receptores, mas conhecer as condições sociais e culturais que os levam a eleger determinados programas, conhecendo em que medida estas escolhas ligam-se às vivências culturais do público, a classificação quantitativa da audiência é apenas um dado a ser considerado.

Lembro ainda que os índices de audiência apresentados às emissoras de rádio comerciais oferecem apenas uma caracterização em ordem crescente das campeãs de audiência, apresentando uma classificação genérica dos ouvintes que sintonizam as emissoras. Estes são distribuídos nas classes A, B, C, D e E, bem como têm suas faixas etárias e sexualidade divididas entre jovens e adultos, homens e mulheres⁷⁶ Por todos os motivos expostos considero que as rádios comunitárias em sua grande maioria não têm sua importância porque são campeãs de audiência, mas porque têm retomado a produção radiofônica instituída comercialmente e acrescentado ao rádio contemporâneo perspectivas de concretizar uma programação educativa e musical com possibilidades de efetivar aprendizados críticos e atuação social.

Neste momento compreendi que estava num universo sociocultural que traz em sua trajetória mais de sessenta anos de escuta das rádios comerciais ficando evidente, portanto, a predominância da audiência das rádios mais tradicionais de

⁷⁶ Na maioria das vezes, estas pesquisas são realizadas pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública, IBOPE e estatística.

Fortaleza. Este dados demonstraram novamente que a pesquisa não questiona a audiência das rádios comerciais em relação às emissoras comunitárias. A realização dessa pesquisa justifica-se porque o estudo reflete sobre a relação das rádios comunitárias na construção de sua audiência procurando a compreensão de como estas emissoras estão constituindo suas interações com os ouvintes e modificando, de certa forma, os padrões de audiências estabelecidos ao longo da trajetória da radiodifusão. Comecei, então, a compreender que esta abordagem no campo da recepção possibilitar-me-ia refletir em que medida as rádios comunitárias permitem pensar novas formas de produção e recepção radiofônica e em que sentido reproduzem os estilos de recepção já legitimados.

Ao iniciar o primeiro contato para localizar os receptores tive o cuidado de evitar dois problemas. No primeiro caso era meu objetivo romper com as pesquisas que já traziam grupos formados sem uma observação anterior. Pensava que era preciso colher os receptores em seus universos e nos momentos que ultrapassam a escuta do rádio. Não queria iniciar a pesquisa com um grupo já eleito, mas constituí-lo a partir da observação das emissoras e do cotidiano dos ouvintes. Esta decisão fazia parte da opção de abordar a recepção mais em seu processo de relações com os meios de comunicação e na continuidade que estas interações passavam a ter no cotidiano das vivências culturais dos receptores, do que nos processos de interpretação que os receptores fazem dos conteúdos destes meios. O segundo problema dizia respeito ao fato das emissoras estudadas serem organizadas por movimentos sociais e culturais populares. Estava querendo fugir à interferência das lideranças na localização dos receptores a serem pesquisados. Afinal não seria relevante entrevistar os receptores apontados apenas pelos organizadores da rádio, pois correria o risco de ficar presa a uma amostra que poderia estar restrita aos participantes do próprio movimento popular (lideranças do movimento, familiares e amigos das lideranças e dos locutores da rádio). Neste caso, aceitei apenas a colaboração dos locutores e lideranças envolvidas na organização da rádio, tomando o cuidado de não ficar presa a esta referência.

O primeiro passo foi localizar os ouvintes das rádios comunitárias. Este trabalho foi iniciado com a Mandacaru FM, pois esta emissora localiza-se em Fortaleza, cidade onde resido. Depois de definidas as primeiras entrevistas com os receptores da

Mandacaru, ainda em 1999, fiz a primeira viagem para Nova Olinda e fui gradativamente estabelecendo um paralelo entre os dois momentos da pesquisa.

No Bairro Éllery, fiz o primeiro contato com os ouvintes da Mandacaru, saí às ruas parando nas residências e conversando com os moradores, mas logo percebi as dificuldades em localizar os ouvintes desta forma. Constatado que seria difícil localizar os receptores apenas a partir das visitas aos moradores do Bairro Éllery, fiz a opção de localizar os ouvintes através da observação de cada programa da Mandacaru. Passei então a acompanhar a apresentação de todos os programas e a observar os telefonemas e os ouvintes que visitavam as emissoras. Com este trabalho obtive os resultados esperados. Passei a ter uma dupla percepção do objeto de estudo. Ao mesmo tempo que observava a cadeia de relação das emissoras com os ouvintes, acompanhava a produção e a apresentação dos programas veiculados na Mandacaru. Esse foi apenas um primeiro momento da pesquisa de campo. A partir do acompanhamento da programação, passei a observar os públicos de cada horário, os programas que recebiam maior número de ligações telefônicas e aqueles que recebiam mais ouvintes no estúdio ou que tinham audiência de pessoas que vinham escutá-los no pátio da emissora.

Com essa observação evidenciei que os ouvintes da Mandacaru não podiam ser buscados unicamente no bairro onde a emissora estava instalada. Sua audiência concretizava-se espalhada nos espaços circunvizinhos, abrangendo os bairros Presidente Kennedy, Carlito Pamplona, Olavo Oliveira, Vila Velha, Pirambu, Antônio Bezerra, Monte Castelo, Morro do Ouro, Olavo Bilac, Jardim Iracema, Padre Andrade e Centro.

Para localizar os receptores posteriormente em suas residências e grupos de origem fiz a priori uma listagem com os nomes e endereços destes. A elaboração desta lista ocorreu à medida que observei a frequência e participação dos ouvintes através de telefonemas ou das visitas à emissora.⁷⁷ Fiz contato também com as pessoas que visitavam a rádio para conhecer o estúdio e os locutores e com aquelas que estavam no estúdio e no pátio do prédio onde se localiza a emissora para ouvir os programas com amigos. Somente após três meses de observação da programação iniciei as entrevistas com os receptores e passei a visitar os ouvintes da Mandacaru. Utilizei também os

próprios entrevistados para conhecer outros receptores da Mandacaru FM. Este recurso funcionou principalmente com os programas de estilo juvenil nos quais pude identificar as audiências que chamei de coletivas. Assim, ao entrevistar uma pessoa obtinha sempre uma indicação de outro amigo que segundo o entrevistado “curtia” aquele ritmo. Essa técnica funcionou, principalmente com os jovens ouvintes dos programas de *reggae*, *rap* e capoeira. Foi assim que ampliei o quadro de ouvintes entrevistados.

As primeiras entrevistas foram realizadas nas residências dos ouvintes, mas posteriormente também as realizei nos locais de trabalho no caso dos receptores que ouviam a Mandacaru no horário em que trabalhavam. Estou falando dos receptores donos de mercearias, de bares, de açougues, enfim de todos que ouviam o rádio em seus locais de trabalho. Iniciei a pesquisa entrevistando ouvintes dos programas Cidadão no Rádio, A Volta da Jovem Guarda e Tarde e Companhia. A princípio procurei os ouvintes que se encaixassem no maior número de programas das emissoras, encontrei casos isolados de pessoas que ouviam todos os programas, mas aos poucos cheguei à conclusão que essa não é uma característica que revele o vínculo dos receptores com as emissoras e posteriormente identifiquei audiências tanto de caráter mais individual quanto de caráter coletivo. Observei também que os receptores podem ter os aparelhos de rádio sintonizados por horas seguidas, mas isso não significa que estão ouvindo o rádio por todos os momentos em que este permanece ligado e muito menos que estão culturalmente vinculados com os programas que escutam. Fatores como o tempo livre causado pelo desemprego ou pela falta de opção de lazer podem explicar sua relação com os programas que ouvem. Apresentarei neste capítulo as diversas formas de recepção encontradas. Cada uma delas será explicitada a partir das vivências culturais dos receptores.

O trabalho de campo na Mandacaru apresentou a princípio dois tipos de recepção. O primeiro ligado aos receptores que apareciam a partir de vivências mais identificadas com o convívio na família e na vizinhança, isoladas da convivência em grupos. Este tipo de recepção pode ser considerada padrão e comum à audiência das emissoras de rádio comercial. Acredita-se que, geralmente os receptores ouvem músicas variadas nestes programas, mas não apresentam nenhuma vivência cultural que dê

⁷⁷ As cartas não são um recurso utilizado pelos ouvintes da Mandacaru. Esse meio é mais utilizado em

continuidade a esta escuta em atividades ou articulação em grupos. A relação entre ouvintes e programas é caracterizada essencialmente pela escuta. Observei que esta recepção mais individual estava ligada principalmente aos programas que difundem os estilos musicais de forma variada. Este é o modelo predominante nas rádios comerciais e nesses estilos encontra-se a difusão de todos os ritmos musicais como uma tentativa de atingir receptores com diversos gostos musicais através de um só programa.

Num segundo momento percebi uma escuta na qual determinados receptores mantêm uma interação entre as vivências culturais do cotidiano e os programas que consideram favoritos. Não estou falando apenas da convivência no cotidiano do lar ou na vizinhança, mas de relações vividas em grupos culturais e sociais. Nesta recepção a ligação com o programa representa mais do que o ato de ouvir as músicas veiculadas, aponta para uma continuidade em atividades sociais, encontros, festas e shows, além da convivência solidária entre amigos. Constatei que essa audiência coletiva está associada ao tipo de programa que se vincula às vivências culturais e deixa de ter as suas características identificadas apenas com a variedade musical e/ou com os apelos de consumo. Este é o caso dos programas de capoeira, *rap*, *reggae* e Jovem Guarda. Nesses casos, percebo que a primeira forma de recepção mais individual refere-se aos programas que fragmentam a difusão musical entre diversos ritmos que não se interligam a nenhum objetivo de integração e comunicação grupal, enquanto a segunda forma de recepção está relacionada aos programas que veiculam um ritmo que faz referência a um estilo de vida, promovendo articulação e encontros e em alguns casos a formação de grupos culturais que promovem atividades sociais e educativas conjuntas. É importante ressaltar que na audiência mais coletiva existem dois momentos variados, uma primeira mais interligada à esfera de consumo e uma segunda definida por atividades de lazer e trabalhos de educação sociocultural.

A composição de uma audiência coletiva vinculada a grupos organizados depende do modo como o programa é estruturado e da vivência cultural da qual este é reflexo. É preciso que os programas sejam produzidos pelos grupos que organizam os movimentos culturais e propõem dar continuidade a essa vivência na estrutura musical e informativa que é difundida na programação. Observei que este é o caso dos programas

de rap e capoeira veiculados na Mandacaru. Entretanto, os programas de *reggae* e jovem guarda não possuem este caráter de grupo articulado em movimentos socioculturais, embora apresentem uma audiência e a possibilidade de uma reunião de pessoas no momento da emissão do programa. Esta integração é restrita ao momento de escuta deste ritmo e a emissão do programa não traz nenhuma preocupação com a articulação dos grupos ou com uma proposta socioeducativa. Nos programas de rap e capoeira tanto apresentadores quanto receptores estão engajados ou preocupados com uma natureza socioeducativa, na verdade, estes programas parecem consolidar e fortalecer estes movimentos. No decorrer do capítulo demonstrarei as diferentes formas de recepção identificadas.

A compreensão dos tipos de recepção aqui expostos foi decorrência da pesquisa de campo. Primeiro entrevistei os ouvintes de programas de variedades, aqueles que considerei mais identificados com a programação das emissoras comerciais. Nesse primeiro leque de entrevistas observei que em seus comentários não apareciam muitos dados e referências aos programas musicais que escutavam. Os entrevistados falavam apenas de forma genérica dos programas e de seus cotidianos. A priori, pensei que existia uma dificuldade das pessoas exporem comentários que indicassem uma vinculação mais aproximada com os programas que ouviam, mas quando entrevistei os receptores dos programas que exploravam um único ritmo por uma ou duas horas seguidas, notei uma certa diferença nas entrevistas. As pessoas continuavam não se referindo muito aos programas e permanecia a dificuldade em trabalhar apenas com a variante interpretativa explorada até então pelas pesquisas de recepção. Entretanto, percebi que, além dos comentários que faziam dos programas, os receptores mencionavam a sua trajetória de vida (memória, grupos culturais e sociais aos quais pertenciam etc). Este foi o caso principalmente dos receptores dos programas de rap, de Jovem Guarda, de *reggae* e de capoeira. Estas reflexões levaram-me novamente a defender que os trabalhos que tomam apenas as entrevistas com os receptores para compreender as temáticas abordadas nos programas e o cotidiano destes têm situado suas escolhas apenas no rol de programas jornalísticos e de reportagem ou no gênero da telenovela. Possivelmente estes estilos de programa deixam espaço para a exploração dos conteúdos apresentados nos referidos programas. Neste caso, as investigações têm tratado somente

das propostas abordadas nos programas e explorado sua aplicabilidade e relevância no cotidiano dos receptores. Essas pesquisas tomam as entrevistas como portal de acesso a este cotidiano. Entretanto, no caso dos programas musicais esta metodologia não se aplicou porque observei que a explicação da ligação dos receptores com os programas musicais não se referia somente às letras das músicas ou às mensagens apresentadas pela locução, mas solicitava a experiência de vida dos receptores e o modo como se relacionavam com os programas ouvidos no seu cotidiano e espaços culturais. Deste modo, confirmei que a observação da recepção deve levar em conta a vida social e cultural dos receptores. A partir dessa observação ficou evidente que não podia trabalhar unicamente com o processo de interpretação que os receptores faziam dos programas. A crítica anterior ao fechamento dessa metodologia, referente aos conteúdos dos programas, encontrava agora a dificuldade de associar esse método à análise da recepção nas rádios comunitárias. Essa conclusão colaborou na compreensão de que estas emissoras apresentam outras formas de recepção diferentes dos modelos explorados nas pesquisas de recepção sobre as telenovelas ou sobre a programação da radiodifusão comercial. Além de apresentar o padrão de recepção individualizado e isolado, comum à estrutura comercial, a pesquisa com as rádios comunitárias propõe a reflexão sobre a produção e a recepção que ocorrem articuladas a movimentos sociais e culturais.

O contato com os receptores foi sugerindo um leque de reflexões para a investigação no campo da recepção. Durante a pesquisa percebi que o cotidiano das pessoas (trabalho, problemas familiares, escola, religiosidade e vivências socioculturais) era o elemento definidor de suas relações com os programas. Encontrei casos de receptores que deixavam de ouvir a rádio quando enfrentavam problemas familiares ou quando iniciavam atividades num emprego que não permitia a escuta do rádio. Procurei deixar relativamente aberta a observação dos receptores, mantendo contato inclusive com novos ouvintes que considerei importantes na abordagem das reflexões teóricas e metodológicas da pesquisa.

Acredito que minha opção metodológica, ao relativizar a observação dos receptores acompanhados na pesquisa, proporcionou uma percepção mais ampla dos conflitos que envolvem o contexto dos receptores e revelou o ato e o momento da recepção inseridos nas condições socioculturais dos receptores. Em outras palavras, diria

que esta atitude propiciou a percepção do momento da recepção inserido nas contradições vividas nas esferas sociais e culturais que envolvem os receptores em seu cotidiano.

As pesquisas que se fecham num grupo de receptores pré-selecionados obtêm elementos na linha que busca aprofundar o caráter interpretativo e a relação dos receptores com as temáticas propostas nos programas investigados. No entanto, essa delimitação sempre revelará a diversidade e a capacidade interpretativa dos receptores, mas não ultrapassará as reflexões em torno dos conteúdos propostos nos programas. Por esse motivo, procurei conhecer, além do processo interpretativo, as dimensões que envolvem os receptores na eleição de suas seleções, mesmo reconhecendo que essas opções são mediadas pelas demandas de consumo que a sociedade moderna oferece aos indivíduos.

A Mandacaru representou a primeira fase da pesquisa e neste espaço elegi os ouvintes da rádio para perceber como haviam se aproximado da emissora e em que medida se afastavam ou estabeleciam maiores vínculos com sua programação. Procurei também compreender por que os receptores sintonizavam a Mandacaru e como elegiam seus programas prediletos. Foi a partir daí que compus o quadro de receptores iniciais. Entretanto, também foi nesse primeiro momento que percebi a importância de incluir os ouvintes que surgiam e também considerar aqueles que passavam a conhecer e a eleger outros estilos musicais a partir dos trabalhos de educação musical que a Mandacaru e a Casa Grande realizavam.

Passei a acompanhar a construção da audiência das rádios comunitárias selecionadas, mas detive-me apenas em alguns programas, pois considerei que ao selecionar duas rádios para a observação deveria tomar somente os programas comuns entre as emissoras. Esta decisão foi adotada para a investigação mais detalhada que envolvia conhecer os receptores, entrevistá-los e situá-los em seus universos culturais. Esses programas eram os de *rap*, *reggae*, Jovem Guarda e músicas bregas. Entretanto, embora tenha priorizado as entrevistas com ouvintes destes estilos, observei a programação global das emissoras.

Em linhas gerais essa primeira fase da pesquisa alertou-me para a observação dos grupos culturais contemporâneos (de *rap*, *reggae*) ou daqueles que

existiram nas décadas anteriores (de Jovem Guarda). Fosse considerando manifestações atuais ou as expressões da memória dos receptores, tomei os mesmos programas nesses ritmos também apresentados na Casa Grande FM e passei a observar a natureza destas vivências culturais, levando em consideração que Nova Olinda é uma cidade pequena e, portanto, estaria sujeita às particularidades deste contexto. A pesquisa na Mandacaru FM apontou as primeiras reflexões para o trabalho de campo em Nova Olinda, mas a realização da investigação nesta cidade revelou que apesar das semelhanças entre os programas das duas emissoras, as diferenças surgiram como reflexo da realidade social e cultural vivida nesta cidade.

Em Nova Olinda a realidade social e cultural apresentou diferenças do contexto de Fortaleza, conforme foi explicitado no terceiro capítulo. Entretanto, estas diferenças representaram modificações significativas no campo da recepção dessas rádios. Na Casa Grande FM não eram comuns os telefonemas, pois nas cidades do interior do Nordeste este instrumento é de baixo acesso, principalmente nos distritos mais afastados da sede do município. Como não foi possível localizar os ouvintes pelo índice de telefonemas que a emissora recebia, recorri à colaboração dos locutores e visitei aleatoriamente algumas residências como também obtive a colaboração dos próprios entrevistados que apontaram outros ouvintes quando solicitei esta indicação.

Na primeira aproximação que tive com a Fundação Casa Grande observei a programação da rádio como um todo e entrevistei os ouvintes de quase todos os programas, mas aos poucos fui procurando observar mais detalhadamente os programas comuns às duas rádios. Para a realização desta pesquisa fiz quatro viagens a esta cidade entre 99 e 2000 com novas retomadas em 2001. Fotografei ouvintes e locutores, ouvi os programas e realizei as entrevistas com os comunicadores e receptores da emissora.

Num segundo momento da pesquisa observei a recepção dos programas mais identificados com a programação da Mandacaru. Esta delimitação objetivou manter uma coerência na pesquisa de campo. Anteriormente já havia definido que a delimitação da pesquisa nestes dois universos culturais era importante para compreender em que medida as manifestações culturais existentes num centro urbano como Fortaleza, apareciam numa cidade de menor porte e mais afastada dos grandes corredores de consumo. Nova Olinda foi a opção por conta da proposta da Casa Grande FM

apresentada nos capítulos três e quatro. Demonstrei que esta emissora apresentava em comum com a Mandacaru respectivamente os programas Nação Jogueira e Nas Ondas do *Reggae*, Arrepiando o *Rap* e *Hip Hop*, Cultura de Rua, Soldados da Jovem Guarda e A Volta da Jovem Guarda. As aproximações imaginadas a priori apresentaram uma audiência aparentemente semelhante, mas no decorrer do trabalho de campo revelaram-se as diferenças na recepção fruto das diversas vivências culturais destas duas cidades. Na realidade estas diferenças apresentaram-se como resultado das diversidades observadas nas relações que os receptores mantêm com as emissoras e com suas vivências sociais e culturais nos dois contextos urbanos.

Por esse motivo, as duas emissoras apresentam perspectivas diferentes na relação que estabelecem com seus receptores, embora tenham programas e propostas semelhantes. Os receptores da Casa Grande FM que não fazem parte de nenhum grupo social apresentam uma relação interpessoal com os vizinhos e pessoas da cidade de caráter intenso. Estão com frequência sentados nas calçadas, tocam violão, conversam juntos e conseqüentemente ouvem programas reunidos nas portas das residências. É importante diferenciar que este ato de reunião não compõe necessariamente a articulação em atividades conjuntas. A constatação dos diferentes tipos de recepção levou-me a analisar essas diferenças e relacioná-las às vivências culturais e aos programas das emissoras. Na abordagem que segue, apresento as posturas dos receptores primeiro na Mandacaru e depois na Casa Grande FM.

5.2- RECEPÇÃO FAMILIAR E INDIVIDUAL.

À medida que as entrevistas com os receptores foram iniciadas ficou mais evidente os contextos sociais e culturais aos quais os ouvintes faziam referência. A alusão aos grupos culturais, seus modos de consumo e articulação revelaram o processo de interação que os receptores mantêm com os programas que escolhem. Portanto, as reflexões apresentadas neste trabalho são o resultado tanto da observação dos comentários diretamente ligados ao programa, quanto da compreensão do contexto cultural e social que envolvem os receptores.

O primeiro grupo de entrevistados ficou composto por dona Osenir, trinta e nove anos, dona de casa, moradora do bairro Éllery, mãe de três filhos, dois dos quais moravam fora, uma casada e outro que morava com uma tia; Margarida, quarenta e cinco anos, dona de casa e solteira, morava com os pais, um irmão e uma irmã, moradora do Morro do Ouro, bairro próximo à rádio; Inácio, quarenta e dois anos, um açougueiro do bairro Éllery e morador do Jardim Iracema. Inácio era anunciante da emissora; dona Neuza, sessenta e cinco anos, participante das Legionárias de Maria, do bairro Éllery; René, dezoito anos, um jovem desempregado e também morador do bairro Éllery, e Carmem, dezenove anos, estudante do ensino fundamental, moradora do bairro vizinho, Monte Castelo. Encontrei estes ouvintes a partir da observação dos programas e da colaboração de alguns locutores da rádio. Neste primeiro grupo percebi a fragilidade da relação que os receptores estabelecem com os programas. Posso afirmar que em muitos casos esta relação era estabelecida por um vínculo cultural ou social mais frágil e por esse motivo desfazia-se mais facilmente. O abandono ou o afastamento dos programas acontecia principalmente com o aparecimento de qualquer atividade nova ou dificuldade ocorrida no cotidiano dos receptores. Todas as pessoas deste primeiro grupo ouviam a rádio aleatoriamente, mas tinham em comum a escuta do programa Cidadão no Rádio.

Dona Osenir escutava o programa Cidadão no Rádio porque era veiculado de manhã, o horário em que estava sozinha em casa e no qual a única filha que ainda morava com ela não estava assistindo televisão. Na primeira entrevista com dona Osenir descobri que ela gostava dos programas veiculadores do que chamava de músicas antigas. Na Mandacaru estas músicas são veiculadas nos programas A Volta da Jovem Guarda e Nelson Gonçalves e seus Convidados. No entanto, a partir da segunda entrevista dona Osenir estava enfrentando muitos problemas familiares. Ficou evidente que estes problemas foram responsáveis por seu afastamento da emissora. As entrevistas com ela deixaram de ter o rádio como elemento central e passaram a tratar principalmente dos problemas pessoais desta senhora. Ficava claro que diante do cotidiano dos ouvintes e de suas dificuldades o rádio perdia adesão. Percebi que na crise de seu casamento e problemas familiares dona Osenir deixou de ouvir a rádio. Ela dizia que não tinha clima para esta atividade.

Fui encaixar as atitudes de dona Osenir às observações verificadas com os outros ouvintes desse grupo que também priorizavam suas atividades pessoais no lugar da programação da emissora. Carmem, outra entrevistada, estudava à noite e trabalhava na sua própria casa vendendo planos de saúde. Ela ouvia pela manhã o programa Cidadão no Rádio e após assistir à novela reprisada pela Globo no horário da tarde (O rei do Gado), escutava o programa Tarde e Companhia. Estes dois programas veiculavam músicas variadas nos estilos: MPB, forró, música sertaneja, dentre outras. Além destes programas Carmem ouvia ainda o Passageiros do Forró, apresentado após o Tarde e Companhia e aos sábados o programa *Rock História*. No entanto, no decorrer da entrevista percebi que esta audiência variava de acordo com as atividades de Carmem. Após duas visitas cheguei para entrevistá-la em dezembro de 1999, mas esta ouvinte pediu desculpas porque não estava escutando a emissora, pois naquele momento estava fazendo provas no colégio e dedicava seu tempo aos estudos.

Com René, outro ouvinte da Mandacaru, acontecia a mesma coisa. O jovem ouvia a rádio somente nos períodos em que estava desempregado. Ele procurava as dicas de emprego que saíam no programa Cidadão no Rádio. Na verdade, conheci René quando ele foi à emissora pegar os classificados do jornal para procurar emprego. Depois que começou a trabalhar, a escuta da Mandacaru, que já aparecia como atividade secundária em seu cotidiano desde a primeira entrevista, foi gradativamente diminuindo até tornar-se muito rara.

Margarida, com aproximadamente 43 anos, solteira e dedicada exclusivamente à família, é um exemplo único de ouvinte que se dedica completamente à escuta da rádio. Esta ouvinte sintonizava a Mandacaru em quase todos os horários e mantinha com a rádio uma audiência excepcional. Em seus comentários é possível perceber a importância do rádio no seu cotidiano como interlocutor e companheiro.

Um dia um ouvinte tinha telefonado dizendo que as pessoas participavam do programa para ganhar prêmios. Eu imediatamente liguei e respondi. Eu gosto de participar do rádio que você participa e conversa com o radialista porque a secretária, a moça do telefone, ela pega só o telefone, ela anota seu telefone, mas aí ela não vai participar como o radialista conversando e tudo. Eu gosto é do telefone e eles atenderem, isso não é bom?

Pois bem então eu estava dizendo que o ouvinte tinha dito, eu disse que não, eu participo porque eu gosto de ouvir, mas já que ele faz a programação só de música e tem fofoca, então eu vou participar e dizer o que eu estou pensando. Eu ouço o programa de vocês não para ganhar prêmios porque eu nunca ganhei nada. Eu participo porque eu gosto de ouvir a música. Porque tem emissoras que você telefona e diz que quer ouvir essa música. Tem uma emissora a que eu deixei de ouvir direto porque todos os dias eu pedia uma música, aí eu dizia será que ela não vai botar? Aí ela dizia, ele não achou, ele não achou. Eu deixei de ouvir a emissora. Eu participo não por que eu queira ganhar prêmios de vocês, mas porque eu gosto de participar e gosto de conversar. O rádio é muito bom e a pessoa precisa ter o Q.I imenso pra segurar os ouvintes porque ele é opcional minha querida. Você tá ouvindo ele, mas se você quiser mudar, você muda. É como você dizer sim e dizer não. Eu digo sim facilmente e digo não também. Pois bem, aí a gente bota, vai ouvir um programa que a pessoa transmite. Quando você telefona é porque está necessitando ouvir alguma coisa. (Entrevista com Margarida, ouvinte da Mandacaru, 1999).

Conversar com o apresentador é fundamental para Margarida porque sua posição social e cultural requer essa relação. Ainda solteira e dona de casa completamente dedicada aos cuidados dos pais e do irmão, ela divide com a irmã Núbia os trabalhos domésticos. A escolha da emissora e as possibilidades de diálogo que esta pode apresentar é essencial para a receptora. Entretanto, mesmo identificada como uma ouvinte que escuta quase todos os programas da Mandacaru, Margarida tem maior vínculo com os programas A Volta da Jovem Guarda e Nelson Gonçalves e Seus Convidados. Estes dois programas identificam-se com a juventude da entrevistada e representam seus momentos de lazer.

O meu lazer é assistir um bom programa de televisão porque eu não gosto de assistir besterol, as novelas dificilmente eu assisto porque elas não dizem o que você quer ouvir, tem muito sexo e eu acho que não apresenta o que é a realidade. Um bom programa de rádio ah! Adoro música, música eu adoro. Adoro música, principalmente as músicas da Jovem Guarda. Tenho até programas gravados do Antônio Pessoa. Eu gosto muito e aí já é um

lazer. As pessoas dizem assim: não, você não vive porque você não sai. Quer dizer porque eu estou dentro de casa, mas eu estou atenta a tudo. Eu não tou nem deitada, nem sentada. Além de eu está fazendo as coisas eu estou atenta para saber da definição e ainda dá entrevista e ainda pra participar dos programas e dizer o que eu penso a respeito das pesquisas. Já hoje eu participei da pesquisa no programa do Ulisses Lima. (Entrevista com Margarida, ouvinte da Mandacaru, 2000).

Mais uma vez é possível perceber que a relação de Margarida com a Mandacaru constitui-se a partir de sua trajetória de vida. O programa que ela ouve com maior afinco é aquele que transmite as canções da Jovem Guarda, o que a liga culturalmente à emissora. Esta relação pode ser comprovada quando em 2000 Margarida deixou de ouvir a Mandacaru porque a emissora interrompeu a transmissão do programa A Volta da Jovem Guarda. Embora a ouvinte colocasse a facilidade de mudar de emissora, o fator decisivo que levou ao rompimento de seus laços com a Mandacaru foi o término do programa que se liga à vivência cultural de sua juventude. É possível pensar essa questão perguntando como os ouvintes das rádios comerciais estabelecem relações com essas emissoras? Margarida sugere esta resposta porque ela estabeleceu durante sua trajetória de ouvinte relações com as emissoras. Procurar músicas prediletas para ouvir e conversar com os locutores aparecem como parâmetros de ligação do ouvinte com as rádios, entretanto, como ressalta a própria Margarida, essa relação é frágil e pode ser rompida a qualquer momento.

A partir dos ouvintes descritos até o momento é possível perceber as relações mais domésticas e individuais que podem ser estabelecidas entre as emissoras e os receptores. No entanto, como as emissoras comunitárias transmitem programas que não ressaltam apenas a variabilidade dos ritmos musicais, mas trazem à tona expressões culturais por um tempo de duas horas, observei que se tornava possível perceber o estabelecimento de relações identitárias entre a rádio e os receptores em questão. Através de Margarida essa relação já é percebida, mas durante a pesquisa outras interações que envolviam a cultura tornaram-se gradativamente explícitas e relevantes para a compreensão da recepção.

Inácio e dona Neuza também estabeleceram contatos restritos com a emissora. Inácio colocou um anúncio de seu açougue na Mandacaru e, portanto, ouvia a rádio principalmente por esse motivo. Chegava cedo ao açougue e gostava do programa No Batente, após este programa permanecia sintonizado para ouvir o anúncio de seu açougue que era veiculado na rádio.

No Batente era um programa que apresentava debates e notícias sobre os problemas dos sindicatos locais. Normalmente Inácio ouvia este programa e em seguida acompanhava o programa Cidadão no Rádio. Este não era um receptor extremamente diferente de dona Osenir, de Carmem ou de René, caracterizava-se como um ouvinte sem fortes vínculos com os programas, entretanto, percebi em sua entrevista uma certa ligação de sua vivência com os programas que ouvia. Ao saber que este receptor já havia morado em São Paulo e participado indiretamente de mobilizações sindicais, comecei a relacionar que o valor atribuído ao programa No Batente tinha uma relação com sua trajetória de vida, mesmo que esta vivência não representasse uma participação intensa nas mobilizações políticas atuais.

O objetivo do programa No Batente é o de conscientizar o nosso povo que não entende de direitos, porque o nosso povo na maioria não entende os direitos que tem, porque a maioria não procura nem reivindicar os seus direitos. Então a gente liga o rádio e ouve as pessoas ligando para saber como é que fazem para resolver esse tipo de problema, por exemplo, fundo de garantia que eu vejo eles falarem. Tem muita gente que trabalha e não sabe. Por sinal a reportagem passou e mostrou que é um roubo medonho porque as empresas devem ao povo e não pagam de jeito nenhum. (Entrevista com Inácio. ouvinte da Mandacaru, 1999).

Como os demais ouvintes apresentados, Inácio não conhece a rádio e também não faz parte de nenhum movimento cultural ou social, sua interpretação sobre o programa No Batente está relacionada a sua trajetória de trabalhador que interfere no modo como escolhe seus programas e entende o papel que a rádio comunitária desempenha no bairro. Constatei que sua relação com a emissora era tênue, mas sua postura indicou a importância dos fatores sociais e culturais no momento de

compreender o tipo de relação que os receptores podem estabelecer com os programas que ouvem.

Outro caso que demonstra como as vivências culturais definem a ligação com os programas é a realidade vivida por dona Neuza que se liga à rádio por sua vivência religiosa na igreja do bairro. Legionária de Maria, ela escutava em particular o programa da Igreja Católica, apresentado pelo padre Dejair às 12 horas todas as quartas-feiras. Entretanto, a relação que dona Neuza estabelecia com a Mandacaru era semelhante à relação que a igreja mantém com esta emissora. Apesar da transmissão da missa aos domingos pela manhã e do programa religioso apresentado na quarta-feira, observei que a igreja católica do bairro não estava muito presente nas reuniões da rádio e não mantinha relações muito próximas com a equipe do movimento popular que organizou a rádio. É bom lembrar que o movimento popular do bairro, desde a sua origem, está ligado ao Partido Comunista do Brasil, fator que estremera ainda mais a relação com a igreja. Conforme destaquei no terceiro capítulo, a versão assistencialista que deu origem ao movimento popular no bairro era anteriormente ligada à igreja católica e posteriormente foi ocupada pelos líderes mais ligados ao PCdoB que atribuíram uma atuação mais reivindicativa e política a este movimento.

Através das entrevistas com dona Neuza novamente confirmei que a vivência sociocultural dos receptores constitui o ponto principal que deve aparecer na compreensão que procuro fazer das reflexões no campo da recepção. Nesse primeiro caso, essas vivências ligadas aos sindicatos (Inácio) ou à igreja (dona Neuza) ainda apareciam quase imperceptíveis e manifestavam-se a nível individual. Estas características explicam-se pela própria condição dos receptores. Inácio era apenas um simpatizante de idéias sindicais e por isso ligava-se ao programa No Batente e dona Neuza como legionária de Maria estava mais associada às orações e às missas que a integravam às atividades da igreja. Nesse último exemplo, o rádio representa essencialmente um prolongamento das orações e atividades vividas por dona Neuza na igreja do bairro.

As vivências de caráter mais individual e doméstico que observei nessas entrevistas deram destaque às relações pessoais e familiares. À medida que . apareceram elementos que se identificaram com uma vivência mais coletiva voltei-me para a

importância das outras formas de recepção que se destacavam nos demais programas da Mandacaru. Se o primeiro quadro de ouvintes escutava os mesmos programas, mas não mantinha nenhuma interação em torno de um grupo cultural e social, percebi no decorrer da pesquisa que esta era uma característica dos ouvintes de programas que abordavam ritmos musicais genéricos. Na verdade, os programas Cidadão no Rádio, Tarde e Companhia e Passageiros do Forró eram elaborados na mesma lógica musical dos programas apresentados nas emissoras comerciais. O diferencial trabalhado era apenas a veiculação de vinhetas educativas, mas quando se tratava da seleção musical esta era concretizada com a difusão de ritmos variados. Acredito que essa variabilidade deixa margem para laços mais frágeis entre os receptores e os programas.

No decorrer da pesquisa encontrei os receptores que, além de ouvir os programas tinham uma vida cotidiana, social e cultural em torno dos ritmos que escutavam. Estes ouvintes são os regueiros, os ouvintes do *rap* e do programa de capoeira, bem como os receptores do programa de Jovem Guarda. Entretanto, até explorar o valor das vivências culturais nos processos de recepção, adianto apenas que um programa sozinho não estabelece que o estilo de recepção seja individual ou coletivo. Para definir esse processo é necessário que se leve em consideração as vivências culturais dos ouvintes fora da relação mais direta com a rádio. Estes fatores demonstram, inclusive, as diferenças entre os programas que veiculam os mesmos gêneros musicais na Mandacaru e na Casa Grande FM, mas que apresentam estilos de recepção diferentes por conta das vivências culturais e sociais encontradas no cotidiano dos receptores em Fortaleza e Nova Olinda.

O grupo de ouvintes que apresentou uma relação mais individual vivida no interior de suas residências não apresentava uma vivência cultural ou social em grupos mais articulados social ou culturalmente. Esses receptores estavam mais integrados às preocupações familiares e a relação com os programas correspondia a laços mais genéricos, ouviam o rádio nos momentos em que executavam tarefas domésticas e atividades nos locais de trabalho. Nestes casos o rádio aparece como uma companhia ou interlocutor e os laços entre programas e receptores eram frágeis e desfazem-se quando os receptores enfrentam problemas pessoais, familiares ou no trabalho.

Eu chego cedo pra receber a carne e escuto os programas No Batente e Cidadão no Rádio. Eu escuto até 10 e 11 horas, aí é a hora que diminui o movimento e eu fecho o açougue. (Entrevista com Inácio, ouvinte da Mandacaru, 1999.)

Eu escuto o rádio nas horas vagas, na parte da manhã, bem dizer, o rádio fica o dia todo ligado, porque mais a tarde eu fico mais aqui. Eu atendo o telefone dos clientes, aí eu escuto à rádio Mandacaru. (Entrevista com Carmem, ouvinte da Mandacaru, 1999.)

Neste primeiro grupo os receptores têm uma interação particularizada com os programas. A ligação dos receptores com a emissora está integrada à relação dos ouvintes com os programas. Esta pode resumir-se apenas ao ato de escuta das músicas e das mensagens veiculadas como no caso do primeiro grupo de entrevistados ou adquirir conotações mais amplas no dia-a-dia e na rede de lazer e interação sociocultural dos receptores.

5.3- RECEPÇÃO GRUPAL EM CONTEXTOS DE CONSUMO

À medida que fui entrevistando os ouvintes dos programas mais específicos veiculados na Mandacaru, constatei outras diferenciações possíveis de serem encontradas no campo da recepção. Através dos ouvintes do programa A Volta da Jovem Guarda observei a interação destes com suas vivências culturais ressaltadas em suas memórias. As experiências vividas na adolescência eram os laços que integravam os ouvintes ao programa veiculado. Entretanto, nesses casos existe apenas a possibilidade de pensar a formação de grupos, mas a atmosfera das vivências retomadas através do programa e no contexto fora dele não representava uma audiência coletiva que estivesse ligada à articulação de trabalhos sociais e culturais de caráter mais coletivo e social.

As entrevistas com Totonho, quarenta e quatro anos, dono de um bar no bairro Éllery; Fátima, quarenta e um anos, costureira que mora em frente ao bar de Totonho; Francisca, quarenta e três anos, também vizinha de Fátima; Gorete, quarenta e cinco anos, dona da lojinha de aluguel para vestido de festa no bairro Éllery trouxeram para a pesquisa a diferenciação entre os grupos que ouvem o programa e acabam concretizando uma atuação social e cultural e os grupos que se reúnem unicamente para ouvir o programa e permanecem em seus objetivos de vida pessoais e particulares.

No bar de Totonho, localizado no Bairro Éllery, encontrei uma convivência entre algumas pessoas que se reuniam semanalmente para ouvir o programa A Volta da Jovem Guarda. Entretanto, no decorrer das entrevistas descobri que a reunião das pessoas só acontecia com maior frequência nas ocasiões em que estavam no bar para a audiência do programa, nenhuma atividade mais forte integrava esses ouvintes. De certa forma este encontro semanal faz parte da convivência interpessoal encontrada nos bairros de periferia e não resulta necessariamente em nenhuma relação fora deste cotidiano.



Bar do Totonho
Foto: Catarina Farias



Ouvintes do Programa A Volta da Jovem Guarda
Foto: Catarina Farias



Ouvintes do Programa A Volta da Jovem Guarda

Foto: Catarina Farias

Cada um justifica a escuta do programa por suas memórias que foram vividas em espaços e momentos diferentes da juventude. Nesse sentido a memória que os integra ao tempo da Jovem Guarda é fortalecida através das músicas do programa, mas não repercute em reuniões ou encontros posteriores, pois o vínculo mantido desfaz-se após o programa.

Eu assisto mais ele porque é o programa que eu mais gosto, tem as músicas mais antigas e são as músicas que representam mais o meu tempo, minha idade, meus dezoito anos. As músicas antigas representam muitas coisas boas, o tempo que a gente dançava mais é muita diferença de hoje. (Entrevista com Francisca, ouvinte do programa A Volta da Jovem Guarda na Mandacaru, 2000).).

Não precisa nem ouvir em casa porque lá no bar do Totonho a gente se junta tudinho, aquela turma que gosta do programa. Eu gosto porque são as músicas muito bonitas são as músicas muito inspiradas e têm a letra bonita, tinha amor naquela época. As músicas de hoje só têm esculhambação, só têm coisa imoral. O forrozinho é bom, mas eu gosto mais das músicas passadas, lembro da minha juventude, o tempo que tinha tertúlia e se fazia festa na casa

de um de outro.(Entrevista com Fátima, ouvinte do programa da Jovem Guarda na Mandacaru, 2000).

As relações mais próximas entre este grupo de pessoas que ouvem o programa representam uma convivência de grupo de caráter esporádico com representação saudosista. Sem dúvida essa relação de integração momentânea exerce uma importância no âmbito das relações interpessoais que ainda se constituem nos bairros de periferia e já se tornaram raras numa metrópole como Fortaleza. Entretanto, no meio da atmosfera individualista e da lógica que permeia toda a sociedade, esta comunicação interpessoal não desenvolve uma estrutura organizativa de grupos sociais. O programa A Volta da Jovem Guarda, ou qualquer outro, não pode criar sozinho uma atmosfera de grupo articulado quando o contexto de consumo e da indústria fonográfica incentiva somente a perpetuação do consumidor cultural. Nesse caso o encontro semanal perde-se diante do contexto social e cultural mais amplo, que explora essencialmente a figura do público consumidor das canções da Jovem Guarda. Os receptores do programa têm as lembranças como fator que aproxima a memória particular de cada um aos anos 60 e 70. Em nenhum contexto este único fator pode exercer a função de articulador de grupos sociais e culturais.

O locutor deste programa, Antônio Pessoa, também é um saudosista do tempo da Jovem Guarda e faz o programa com o propósito de relembrar esta época. Neste caso, posso ressaltar que os apresentadores que ultrapassam a função de locutores e são inclusive articuladores de movimentos culturais (*hip hop* e de capoeira) favorecem a estrutura mais coletiva do programa e de seus receptores, mas este não é o caso de Antônio Pessoa.

O que acontece com o programa da Jovem Guarda veiculado na Mandacaru é que não existe uma continuidade de atividades sociais e culturais que fortaleçam os grupos que se reúnem a partir do programa. Os amantes da Jovem Guarda acabam caracterizando-se apenas como consumidores nostálgicos e a memória vivida através deste ritmo musical não é suficiente para ampliar o caráter de entretenimento que marcou a trajetória do *iê, iê, iê*, nos anos 60 e 70. O mesmo é possível perceber com o programa de *reggae* que também apresenta a possibilidade de pensar numa vivência mais coletiva. Entretanto, percebi que a ligação do *reggae* com o universo de consumo

também impede a condução mais coletiva e a articulação que a rádio e os líderes do movimentos populares esperam deste programa⁷⁸.

Entre os ouvintes do programa *Nas Ondas do Reggae* pude perceber uma articulação intensa em torno deste ritmo. É comum nos programas de rádio o envio de mensagens e o oferecimento de músicas, no caso de um programa específico como este, as mesmas pessoas que o escutam geralmente freqüentam as festas e os espaços onde este ritmo é tocado. Os bares onde ocorrem festas na cidade complementam o encontro que o programa estimula entre os receptores.



Ouvintes do Programa Nas Ondas do Reggae
Foto: Catarina Farias

Primeiro a gente escuta o pessoal falar pedindo música, aí andando nestes ambientes que tem festas e músicas uma pessoa lhe apresenta a outra. Por exemplo te apresentam ao Fly e você diz tava doido para te conhecer, já ouvi falar de ti no programa, aí fica todo mundo se conhecendo. (Entrevista com Eunice, vinte e sete anos, ouvinte do programa Nas Ondas do Reggae, Mandacaru, 2000.)

Eu comecei a gostar do reggae, fui gostando das músicas, das pessoas. As amizades começam através dos programas e através das festas que tem

⁷⁸ Os entrevistados do programa *Nas Ondas do Reggae* tinham idade entre dezessete e trinta anos.

no Espaço Cultural, agora do Espaço Aberto, também tem no bar Chico Anísio. Através das ondas da rádio, a gente vai conhecendo as pessoas por nome e quando pensa, que não tá diante deles. (Entrevista com Tony, vinte e um anos, ouvinte do programa Nas Ondas do Reggae, Mandacaru 2000.)

A gente oferece um alô para uma galera que está sintonizada, aí a pessoa já ouve e manda um alô para essa pessoa. Você manda um alô para outra pessoa e pensa que ela não está sintonizada e de repente ela está. (Entrevista com Rafael, dezessete anos, ouvinte do programa Nas Ondas do Reggae, Mandacaru, 2000.)

Sempre eu dou alô para os meus amigos e minhas amigas, ofereço a música e digo, rapaz essas são minhas pessoas, o Galego já sabe. Eu conheci o radialista através do programa. Aí um amigo disse: rapaz o Galego quer conversar contigo. Aí eu fui conhecer o George. Depois eu fui no aniversário do Galego. Aí o George disse: rapaz esse aí é o Inácio. E ele disse: esse aí é o Inácio! Aí nos conhecemos. Tem os amigos do Galego que fazem parte da rádio, de vez em quando eu vou lá. (Entrevista com Inácio, trinta anos, ouvinte do programa de reggae, Mandacaru, 2000.)

Esta articulação não foi criada somente pela Mandacaru e nos casos dos outros programas de estilos musicais específicos, essa interação também não é promovida unicamente pela emissora, mas recebe a colaboração dos contextos culturais que cercam os receptores. Sem as convivências cotidianas nos espaços onde as pessoas dançam e encontram-se, não existiria a continuidade deste processo de relações sociais. Entretanto, o contexto que o *reggae* assume no espaço de consumo desvia a possibilidade da articulação de um movimento cultural coletivo para formas de convivência esporádicas que ocorrem apenas nos bares e festas como entretenimento. Desse modo, é preciso ressaltar que da mesma forma que os meios de comunicação não são os únicos responsáveis pelo processo de individualização na sociedade, também não podem ser os promotores de uma recepção grupal e articulada em torno de objetivos

comuns. Não será um programa específico de qualquer ritmo que proporcionará uma convivência em grupo, mas as vivências culturais em torno destes gêneros em conjunto com a proposta coletiva da emissora é que podem constituir parte da atmosfera que promoverá uma recepção grupal e mobilizada em torno de questões sociais e ou culturais.

Os ouvintes referem-se ao programa de *reggae* como um espaço de comunicação no qual conhecem pessoas e são conhecidos nos bares e festas que freqüentam. Para eles o programa de *reggae* funciona como um espaço de divulgação do ritmo e em quase todas as entrevistas o *reggae* é apresentado como difusor da paz em contraposição à violência difundida por outros estilos musicais.

Para ouvir a gente olha no relógio e quando chega a hora a gente liga. Nosso vizinho vem para cá, no sábado eu vou sair para as festas de reggae, aí escuto lavando o cabelo. Quando a gente escuta sabe que o programa é para se divertir, mas eu acho também que eles querem mostrar que o reggae é um ritmo que não é de briga, sem confusão é tanto que ele sempre diz que o reggae é um ritmo mais de paz, não adianta querer brigar, ele passa sempre a mensagem que o regueiro é pela paz. (Entrevista com Eunice, vinte e sete anos, ouvinte do programa Nas Ondas do Reggae, Mandacaru, 2000.)

Para mim o reggae representa a paz e o amor, as músicas falam da África que é muito discriminada, os negros, aí o reggae é uma forma de mostrar o trabalho dos negros, o que mostra é isso. Nas festas a gente faz é curtir e dançar, sempre tem gente fazendo radiola, antes da banda principal tocar. (Entrevista com Tony, vinte e um anos, ouvinte do programa Nas Ondas do Reggae, Mandacaru, 2000.)

A preocupação com a difusão da paz não resulta em iniciativas concretas de articulação contra a violência. Na maioria das vezes o regueiro ou regueira vincula-se individualmente ao ritmo, identificando suas mensagens de paz e amor e fazendo somente uma crítica particular e pessoal à violência.

É necessário ter claro que não é possível encontrar um perfil único de receptor. Neste trabalho percebi pelo menos dois tipos de ouvintes do programa Nas Ondas do *Reggae*. Um primeiro que ouve o *reggae* para dançar satisfazendo-se com a leveza do ritmo e um segundo que diferencia as grandes estrelas dos *reggae* e conhece, além dos sucesso deste ritmo, as bandas e cantores que estão nos bastidores da indústria fonográfica. Este receptor é também uma espécie de estudioso do *reggae*, coleciona fitas, faz a leitura de livros e reportagens, discute e conhece as letras das músicas. Foi neste último estilo de receptor que observei a possibilidade de perceber uma articulação entre os regueiros que ultrapasse a utilização do *reggae* como entretenimento em festas e shows. Entretanto, constatei que essa possibilidade não pode concretizar-se no atual espaço de consumo no qual o *reggae* é mais identificado como produto musical de entretenimento, do que com a articulação dos regueiros em torno de mobilizações ou de projetos socioculturais.

O reggae também tem esse interesse pelo comércio. Um locutor de programas dessas rádios que dizem ser comunitárias ganha quinhentos só para falar o nome de uma marca, Atrito por exemplo. Dentro do reggae o consumismo está totalmente, é uns 90%. Nas vitrines é só o que tem com as estampas do Bobby Marley. Na loja que eu fui atrás de uma blusa do Bobby Marley, eles pegam só os (regueiros) vazios. A blusa que eu queria estava cheio deles, mas uma que tinha o Bobby Marley com um cigarro de maconha na boca, tinha acabado. Quer dizer que eles vão só nos pontos fracos dos regueiros vazios e eles vendem. Por isso eu digo: tem um cara que diz, agora eu estou curtindo o reggae porque o Bobby Marley fuma maconha, mas ele não tá sabendo nem a letra daquele reggae. Ele quer saber só que é o reggae, é o Bobby Marley, o homem que fuma maconha. Pra começar o pessoal vazio não lê, eles não procuram a reportagem. A gente separa primeiro, a gente começa pela leitura, cada um tem um estilo, aí a gente separa e troca informações. Por exemplo, se eu tenho interesse pelo reggae rudson, eu chego para o Paulinho e pergunto por quem foi fundado esse reggae e o Paulinho já vem num debate. Nesse debate, todo mundo fica informado.

O vazio, diz é assim, cara deixa de falar, dá um tempo, deixa eu ouvir o som. (Entrevista com Fly, vinte e oito anos, ouvinte do programa Nas Ondas do Reggae, 2000.)

A única proposta social que identifiquei entre os regueiros surgiu de um grupo de ouvintes do Pirambu, bairro do litoral leste de Fortaleza. Eles queriam montar uma associação de regueiros para utilizar o *reggae* como elemento de organização em torno da paz, em contraposição aos atos de violência, comum a este bairro.⁷⁹ Os regueiros que apresentam a proposta de criar uma associação do *reggae* podem ser identificados como os mais engajados no conhecimento deste ritmo. Alguns deles tiveram uma passagem pelo movimento *hip hop* e pelo *funk*, mas estão mais envolvidos atualmente com o *reggae*.



Ouvintes do Programa Nas Ondas do Reggae
Foto: Catarina Farias

Nas festas a gente divulga o bairro da gente, fora a divulgação que a gente faz nos programas. De primeiro a gente queria dá o alô e os caras não queriam dá não, diziam que a gente era gangue. Aí a gente quer divulgar a

⁷⁹ O Pirambu é um bairro de periferia com tradição histórica de movimentos sociais e culturais populares. Este bairro enfrenta sérios problemas sociais e apresenta um alto índice de violência com a referência mais atual da presença de gangues.

associação já para isso. Muita gente não quer vim para o lado de cá para vê que não é perigoso, esse perigo todo. Mas os jornais escarram o bairro da gente e a gente tá fazendo esse movimento para se juntar em show e divulgar que somos da paz. A idéia está surgindo agora, o Galego está divulgando na Mandacaru. (Entrevista com Paulinho, vinte e quatro anos, ouvinte do programas Nas Ondas do Reggae, Mandacaru, 2000.)

A gente tá montando a associação para diminuir a discriminação 100% para quando a gente for para outro canto. A gente não quer que digam chegou a gangue do Pirambu! Mas sim, chegaram os regueiros do Pirambu. (Fly, vinte e oito anos, ouvinte do programa Nas Ondas do Reggae, Mandacaru, 2000.)

Mesmo neste exemplo isolado os regueiros ainda estão preocupados em divulgar apenas o bairro e se diferenciarem de gangues que existem no Pirambu. Não posso prever se esta associação virá a estruturar-se num movimento mais amplo. No entanto, é necessário afirmar que este processo de articulação exige uma transformação no contexto de convivências dos regueiros. A vivência deste ritmo não pode corresponder unicamente ao momento da festa e do lazer. É preciso que o lazer e o ritmo ganhem proporções de articulação de grupos em torno de projetos sociais. Desse modo compreendi que a recepção do programa de *reggae* da Mandacaru avança em termos de comunicação com os ouvintes, porque articula grupos de amigos e difunde o *reggae*, aprofundando em alguns casos o conhecimento que estes receptores têm do *reggae*. Isso ocorre à medida que o programa não se prende à difusão apenas do *reggae* de Bobby Marley, mas torna conhecidos outros cantores e bandas. Em relação à recepção individual, este tipo de programa que veicula um gênero específico torna possível uma recepção que integra indivíduos em torno do ritmo musical. Entretanto, no caso do *reggae*, a convivência estimulada pelo programa não ultrapassa o aspecto de uma comunicação interpessoal porque o próprio contexto do regueiro em Fortaleza é cercado de apelos para a exploração do consumo e do entretenimento, conforme já demonstrei.

5.4- RECEPÇÃO COLETIVA NOS GRUPOS CULTURAIS

Encontrei nos programas de *rap* e capoeira a possibilidade de conhecer uma audiência coletiva integrada a atividades de organização sociocultural e educativa. Estes

programas têm respectivamente como apresentadores os participantes do movimento *hip hop* e os mestres e contramestres da capoeira. Neste estilo de recepção, o universo da vivência cultural integra-se à proposta das rádios comunitárias e se apresenta como uma recepção que ultrapassa o ato de ouvir rádio.

Comecei a entrevistar os ouvintes do programa *Hip Hop, Cultura de Rua* na própria emissora⁸⁰. Num primeiro momento este programa era veiculado somente aos sábados, mas recebia muitos visitantes que vinham com vários objetivos, um deles era ouvir o programa no espaço cultural da emissora. Era comum também pessoas que vinham divulgar atividades do movimento *hip hop* através do programa ou simplesmente conhecer de perto os estúdios da emissora. Os visitantes que traziam informações eram na maioria das vezes membros do movimento *hip hop*, ligados ao grupo Cultura de Rua de Fortaleza. Os outros receptores que freqüentavam a rádio eram ouvintes que gostavam de *rap*, mas não sabiam diferenciar o *rap* do *funk* com muita precisão. Nesse sentido, é importante lembrar que o programa de *rap* não é simplesmente exemplo de uma recepção que se liga à proposta de articulação do movimento *hip hop* e que seus receptores são todos sujeitos de uma recepção coletiva. Na verdade, embora este programa apresente uma convivência em termos de organização social e promova a articulação entre os membros do movimento *hip hop*, observei também os receptores que não participam do movimento e são apenas pessoas que ouvem o *rap*, sem conhecer a trajetória de atuação do *hip hop*.



Ouvintes do Programa Hip, Hop, Cultura de Rua no Pátio da Mandacaru FM
Foto: Catarina Farias

⁸⁰ Os entrevistados do programa *Hip Hop Cultura de Rua* tinham idade entre treze e trinta anos.



Ouvintes do Programa Hip, Hop, Cultura de Rua no Pátio da Mandacaru FM
Foto: Catarina Farias

Durante a pesquisa de campo fiquei atenta ao cotidiano da emissora e dos receptores. Muitas vezes o que não ficava claro no processo de observação era esclarecido pelas entrevistas e pelas reflexões teóricas que realizei. Para o contato com os receptores do programa *Hip Hop*, Cultura de Rua, utilizei tanto a lista de endereços que montei quanto a colaboração dos apresentadores do programa. Nesta fase reuni grupos de jovens e fiz entrevistas individuais e discussões coletivas sobre este programa. Este recurso foi utilizado também nos programas de *reggae* e capoeira. Havia momentos em que os grupos de entrevistados reuniam cinco pessoas. O encontro geralmente acontecia no Bar do *Hip Hop* que funcionava na casa dos irmãos Sílvio e Sérgio, ambos participantes do movimento *hip hop*. Sílvio e Sérgio conheciam de perto tanto os receptores que estavam apenas ouvindo o programa e representavam possíveis participantes do movimento, quanto os jovens que já faziam parte do movimento. Em outros momentos realizei as entrevistas no pátio da rádio com os ouvintes que apareciam com frequência para ouvir o programa. Fiz entrevistas também na casa dos receptores. Nesse último caso tinha o objetivo de conhecer a recepção na casa dos receptores, junto de suas famílias. A partir dos diversos ambientes de recepção observados, pude constatar que a recepção de todos os programas que difundem estilos específicos não interessa ao

conjunto de todos os membros da família. A audição dos programas é realizada unicamente pelos amantes do ritmo em questão. No lar, as demais pessoas que ali residem podem ser obrigadas a ouvir as músicas e os programas, mas não se envolvem e não assumem a posição de receptores. É comum em todos os programas a descontração das audiências, quando os ouvintes encontram-se sozinhos em casa. Quando esta situação é rara, muitos procuram inclusive a casa de amigos e até o pátio da rádio para ouvir seus programas prediletos. O bar do *hip hop*, localizado no bairro Éllery, era um destes pontos de encontro para a audiência do *Hip Hop, Cultura de Rua*.

Apresentarei primeiro os receptores que ouviam o programa e eram membros do movimento *hip hop*. Estes ouviam a rádio em suas casas e na emissora, geralmente vinham à rádio divulgar as atividades culturais que promoviam nos bairros de periferia de Fortaleza ou para rever os amigos que apresentavam o programa.

Comecei no movimento através de um amigo meu, o Cristiano do Carlito. Na época aparecia muito na televisão, aí comecei a freqüentar uma academia que a galera andava e já havia muita academia no meio da rua. Aí comecei a achar bonito. Antigamente eu curtia só baile funk, andava no meio da galera aprontando, brigando, bebendo e fazendo confusão. Aí comecei a parar pra pensar e comecei a olhar o movimento físico que os caras têm, é muito bonito. Realmente trabalhar com o movimento hip hop e trabalhar com o break exige muito esforço físico da gente. É uma coisa que tem que ter bom preparo, não pode fumar. Hoje a gente já conhece as galeras dos vários bairros e agora nós saímos e estamos com um grupo que é o Força de Rua que eu que sou do Jardim Iracema, a maioria é do Carlito, Pirambu e a galera do bairro Éllery que tem o Márcio. Como a gente não tem dinheiro para freqüentar academia, a gente treina salto na rua e aí vem a periferia de cada dia. (Entrevista com Carlos, vinte e nove anos, membro do grupo Força de Rua do movimento hip hop, ouvinte do programa Hip Hop, Cultura de Rua).

Tem muitas pessoas que gostam de ouvir, mas não estão por dentro do movimento, não sabem porque foi criado aquilo ali, não sabe porque foi criada aquela música. Muitos ouvintes não conseguem entender o que é a mensagem e eu vou e explico pra eles. Muitos ouvintes vêm porque fala mesmo o que é a realidade, fala em droga, fala em arma,

fala em prostituição, fala em tudo. Quando os caras ouvem o nome da droga, aí eu digo: não cara, o que os caras querem divulgar não é isso, o que o cara quer divulgar é que isso tá errado (Entrevista com Alcione, trinta anos, ex-participante do movimento hip hop, ouvinte do programa Hip Hop, Cultura de Rua, 1999.)

Os receptores apresentados acima diferenciam-se dos ouvintes que se iniciam na recepção do programa porque conhecem a proposta do *hip hop* e têm uma preocupação com os jovens que fazem parte de gangues e consomem drogas. Apresentam-se como educadores e animadores do movimento *hip hop* e estão em busca de conquistar novos participantes para este movimento. A relação destes com o programa ultrapassa a participação como receptores que enviam alô, eles analisam as letras das músicas ou divertem-se com amigos. Estes receptores são porta-vozes do programa dentro e fora deste horário de veiculação, pois suas interferências como educadores e catalisadores de atividades, prolongam-se durante as apresentações do movimento. Como disse antes, há uma continuidade da vivência cultural destes receptores para além da audição do programa.

Diferente dos demais programas pude constatar que o *Hip Hop, Cultura de Rua*, concentra tanto receptores que mantêm uma relação de caráter mais individualizado e pessoal quanto vem conquistando no decorrer de sua emissão uma recepção em grupos, mais coletiva. Muitos ouvintes que iniciam a audição do programa têm modificado suas posturas de receptores que desconhecem a prática do movimento *hip hop* e passam gradativamente a participar desta mobilização cultural.. Outros que já são ouvintes e membros do movimento passam a ser locutores do programa. No caso do *Hip Hop, Cultura de Rua* há um constante processo de mudança de papéis, que não parece comum aos demais programas. Constatei essa mudança no trabalho de observação e nas entrevistas realizadas com os receptores dos programas de *rap* e de capoeira.

Tomei conhecimento deste processo, pouco a pouco, durante a pesquisa de campo ao comparar as diversas entrevistas e os diferentes tipos de programas e suas recepções. Primeiro entrevistei os receptores dos programas de variedade, nestes percebi somente um prazer de caráter mais pessoal e individual dos ouvintes. Posteriormente

algumas entrevistas começaram a revelar os primeiros elementos que ligavam os receptores e suas vivências culturais aos programas selecionados. No caso de Inácio, sua predileção por notícias sindicais está relacionada ao seu passado como trabalhador em São Paulo ou dona Neuza, uma Legionária de Maria, é assídua ouvinte dos programas religiosos que a Mandacaru transmitia. Com os receptores do programa A Volta da Jovem Guarda fica notória uma integração nostálgica em torno dos laços e da memória dos ouvintes, Entretanto, essa interação foi identificada como uma relação de proporções passageiras que não recebia nenhum incentivo nem do programa, nem do contexto social no qual esse ritmo se desenvolveu. O *reggae* demonstrou o mesmo processo com uma recepção que se constitui nas relações entre amigos, porém cercada por laços de consumo que predominam no contexto dos regueiros e promovem a ruptura de qualquer possibilidade de convivência em grupos com perspectivas de mobilização. Em nenhum desses programas havia ocorrido, como no programa de *rap*, uma mudança na qual os ouvintes se tornavam militantes do movimento e em alguns casos estes membros do movimento *hip hop* passaram a ser locutores do programa *Hip Hop*, Cultura de Rua. Durante o processo de observação e realização de entrevista com estes receptores identifiquei essa dinâmica que fica evidente em algumas histórias.

Sílvio, vinte e nove anos, um dos entrevistados, revelou logo no primeiro contato que era antigo simpatizante do *funk*. Costumava alugar um carro e transportar jovens para os bailes. Depois mudou-se para São Paulo e conheceu o movimento *hip hop*. De volta para Fortaleza começou a ouvir a Mandacaru e a conhecer mais sobre o movimento. Em 1999, quando fiz a primeira entrevista, Sílvio já demonstrava conhecimento e experiência sobre o *hip hop*.

Faz tempo que curto, não foi de agora, mas antes eu curtia mais forró, aí começou o hip hop, aí eu fui levando, aí veio o reggae, e levei do mesmo jeito. Antes da Mandacaru eu só ficava ligado na FM Tempo e na Jovem PAM. A tempo toca mais música romântica e dance. A Mandacaru tem outros tipos de programas que a Tempo não tem. A Mandacaru tem programação diferente que eu gosto de ouvir. A gente tá tentando fazer um movimento aqui, o menino tá anunciando e a gente tá tentando fazer um movimento aqui em casa, mas vamos ver se tem um espaço na associação. O programa da rádio tá incentivando com o Léo mandando recado. Aqui em

casa a gente tem um plano de fazer um espaço, pegar gente pra cantar. (Entrevista com Sílvia, vinte e nove anos, ouvinte do programa Hip Hop Cultura de Rua, Mandacaru, 1999.)

Em 2000, quando o programa passou a ser diário e Sílvia passou a freqüentar a Mandacaru e a participar do programa levando os seus CDs, para colaborar na produção musical do *Hip Hop, Cultura de Rua*. Em pouco tempo Sílvia passou a atender os telefonemas de ouvintes para este programa e depois engajou-se na locução. Hoje é um dos principais articuladores do movimento *hip hop* e um dos responsáveis pela produção e apresentação do programa. No caso do programa *Hip Hop, Cultura de Rua*, o exemplo de Sílvia não é uma exceção, como ele Chico e outros jovens ouvintes do programa de *rap*, estão assumindo as atividades culturais e sociais do programa e do movimento.

Antes eu era só ouvinte aí aderi ao movimento e no momento a gente tá lutando para isso. O programa tem ajudado 100%. Adorei o espaço que deram para o pessoal do rap. Ajudo na locução por que quero. (Entrevista com Sílvia, vinte e nove anos, ouvinte e locutor do programa Hip Hop, Cultura de Rua, 2000.)

Comecei como ouvinte, agora estou como um dos comunicadores da rádio. Eu comecei assim primeiramente, o Sérgio aí trouxe umas fitas de São Paulo. A gente começou a ouvi um som. Aí o Zezé começou a andar aí na Mandacaru e a fazer o programa. O pessoal falava muito, aí eu comecei a ouvir e a entrar no movimento. Tá assim mais ou menos com um ano e meio. Antes eu não curtia, não vou mentir. Comecei a ver que a mensagem do hip hop comparada com a do funk é completamente diferente. O funk em si não passa nenhuma mensagem positiva, é só aquele negócio de violência, já o hip hop é trabalhar com o pessoal da periferia que já sofre com esse negócio de violência e sofre injustiça social. Incentiva o pessoal a procurar uma nova forma de vida e a sair do meio das drogas. (Entrevista com Chico, vinte e cinco anos, ouvinte do programa Hip Hop, Cultura Rua, Mandacaru, 2000.)

As trajetórias de Chico e Sílvia confirmam o processo que o programa e o movimento vêm realizando com os jovens da periferia. Atualmente jovens como eles

ouvem o programa e não participam do movimento, mas percebo que essa proposta apresenta a possibilidade de que um número maior de pessoas se integrem ao movimento *hip hop*. Este trabalho não teve a preocupação de idealizar a proposta deste programa nem estudar o movimento *hip hop*. O objetivo desta pesquisa é ressaltar que no caso deste programa a recepção com características grupais é construída a partir das vivências culturais dos ouvintes e representa uma possibilidade de conhecer uma nova forma de pensar a produção e a recepção radiofônicas. Deixa-se de conceber a produção em rádio, apenas como um modelo de programas de variedades, e passa-se a conhecer programas que são produzidos por sujeitos dos movimentos culturais que se referem ao público como receptores que não são essencialmente consumidores. Em relação à recepção deixa-se de ter uma audiência individual e pessoal para encontrar-se uma recepção mais coletiva que ganha vivacidade nos contextos culturais do público

Durante a pesquisa constatei também o processo de engajamento dos receptores do programa no movimento *hip hop*. É evidente que o programa não é um fator isolado que promove a integração dos jovens nas atividades de *break*, grafite e *rap* que formam o trabalho artístico cultural do *hip hop*. A emissora é apenas um canal aberto para a divulgação de eventos que proporcionam a interação entre os participantes. Entretanto seu poder de integração é dividido com cada membro que individualmente ou em grupo torna-se um difusor da proposta do *hip hop*. Na verdade, o espaço das rádios comunitárias representa uma novidade no contexto da sociedade midiática porque os meios de comunicação não abrem espaço para a propagação dos movimentos culturais ou sociais populares que emergem da sociedade moderna. Nesse caso, as propostas socioculturais não se excluem, mas complementam-se em torno da articulação dos grupos culturais e de suas manifestações. A cada entrevista que fiz com os produtores do programa *Hip Hop*, Cultura de Rua, tive ressaltado o papel educativo que desenvolviam junto aos receptores. É importante lembrar que esse processo educativo era conduzido pelos membros do movimento *hip hop*. Para constatar concretamente este momento procurei observar os ouvintes que se iniciavam na audiência deste programa. Procurei averiguar em que medida a proposta do *Hip Hop*, Cultura de Rua contribui para o envolvimento de novos membros no movimento que inspira este programa. Assim, além

da afirmação dos *rappers*, tive a confirmação dos próprios jovens que estavam na fase inicial de conhecimento do *hip hop*.

Eu comecei a gostar de rap através dos amigos que eu já tinha. Eu comecei no funk e agora estou partindo pro hip hop basicamente porque é muito violento. Eu vou procurar mais paz. A violência não dá em nada. Eu já tenho na minha cabeça que eu não preciso chegar em festa para brigar, para que? Lá no funk tem muita briga. Eu fui pro show do racionais, se esbarrar com alguém, a pessoa tocava a mão, se abraçava, se fosse no funk levava logo um murro na cara. (Entrevista com Willian, vinte e sete anos, ouvinte do programa Hip Hop, Cultura de Rua, 2000.)

Eu comecei a escutar um funk, fiquei no funk, aí comecei a gostar de hip hop e comecei a escutar a rádio. Comecei através de meu amigo porque como o Willian disse, o funk basicamente tem muita violência. (Entrevista com João Paulo, quinze anos, ouvinte do programa Hip Hop, Cultura de Rua, 2000.)

Começou com eles que me incentivaram, foi ele que me deu uns toques. Quando eu chegava em casa mandava todo mundo sair da sala e dizia, agora é a minha vez. A minha mãe fala, mas ela não entende as músicas. Tem que entender o que tá passando. É uma história né que conta (Entrevista com Rafael, quatorze anos, ouvinte do programa Hip Hop Cultura de Rua (1999)

Já foi através deles aqui do Bar do Hip Hop que comecei a ouvir o programa. Disseram que tinha uma rádio aí a Mandacaru. Aí eu sintonizei lá em casa, aí comecei no passo. Acho o programa massa só dá hip hop né? As músicas falam tudo, eles criticam o que é errado. (Entrevista com Neto, treze anos, ouvinte do programa Hip Hop, Cultura de Rua, 2000.)

Observei também que os ouvintes iniciantes interessam-se pelas mensagens que as letras das canções transmitem, mas não compreendem o contexto do movimento e sua proposta. Vinham à rádio para ouvir o programa porque se sentiam

mais livres para conversar a respeito das músicas e de suas idéias particulares⁸¹. Pude perceber que essa relação com o programa era um espaço que suscitava a entrada de membros para o movimento *hip hop*. Entretanto, não foi minha intenção investigar que ouvintes tornaram-se participantes deste movimento cultural.

Comecei a ouvir o programa mais, ou menos, no ano passado. Antes mandava alô só pelo sistema de som, só para a praça ouvir. Aí ouvimos que ia começar esse programa. Aí todo mundo veio para cá porque a gente escutar em casa não tem condições. Em casa a gente fica só escutando, aqui a gente fica em grupo, entre amigos é melhor. A gente fica falando sobre a história da música, cantando, fica falando assim o que aconteceu na história. A gente conversa e às vezes todo mundo canta junto. A gente fica só cantando e ouvindo a música. (Entrevista com Ronaldo, dezesseis anos, ouvinte do programa Hip Hop, Cultura de Rua, Mandacaru, 1999.)

A galera estava começando a ouvir e a gente começa também. Se todo mundo está no clima porque a gente não pode também? De primeiro eu escutava aquelas músicas de criança, depois fui escutando músicas melhores, assim mais altas. Aí eu vim me tocar que eu gosto mais é do hip hop. Fiquei escutando e gostava do ritmo, às vezes me perguntava se eu gostava mesmo. Antes eu ouvia essas músicas da Xuxa, quando eu era menino eu gostava, todo mundo gosta quando é menino. Não entende como é a realidade na rua. Você tem que saber como é a realidade na rua, na favela para saber como é. Aí a gente já pega aqui o hip hop que mostra como é a realidade aqui na periferia. (Entrevista com Pedro, quatorze anos, ouvinte do programa Hip Hop, Cultura de Rua, Mandacaru, 1999.)

Acho massa ficar escutando e tomar consciência da realidade da periferia. Faz só três meses que escuto, antes eu ouvia funk. Deixei porque estou vendo que ali era muita bagunça, muita briga, incentiva o cara muito a brigar. (Entrevista com Luciano, dezoito anos, ouvinte do programa Hip Hop, Cultura de Rua, Mandacaru, 1999.)

⁸¹ Os depoimentos que se seguem foram colhidos com um grupo de garotos que freqüentam a emissora, principalmente nos dias de sábado, todos são moradores do bairro Ellery.

Em 2000 a Mandacaru passou a veicular mais um programa de *hip hop*. A emissora foi procurada pelo grupo Comunidade Reunida *Hip Hop*, que reivindicou um espaço, alegando a diferença de propostas culturais existentes no movimento. Desde então incluí a observação deste programa na pesquisa, deixando de lado a diferenciação mais interna dos grupos. Essa diversidade conforme apresentei é relevante para os trabalhos que historicizam a trajetória do movimento *hip hop* no Brasil. Na essência os grupos preocupam-se com os problemas sociais da periferia e mantêm uma proposta educativa e cultural para os jovens, usando os mesmos recursos: a dança, o grafite e o *rap*. Para este trabalho voltei a observar a presença dos ouvintes na rádio e a influência do programa e dos *rappers* na mobilização de novos membros para o movimento. A rádio ganhou, na verdade, um novo horário que trabalhava a proposta socioeducativa do *hip hop*, isso era demonstrado pela semelhança entre os ouvintes, encontrei em alguns casos os mesmos receptores que passaram a utilizar os dois programas para divulgar suas atividades culturais. Constatei a continuidade da recepção coletiva também neste outro programa.

O Expressão de Rua como você tá vendo, o programa da gente aqui de 11 ao meio dia e o Expressão de Rua entrou na posse do Comunidade Reunida, a gente tá com programa aí e eu fui chamado para cantar no grupo Expressão de Rua. Tem esse negócio, eu sou unido de um lado e do outro mas tem um pessoal que não são unidos com o programa da noite, eu faço parte de tudo. (Entrevista com Willian, vinte e sete anos, ouvinte dos programas Hip Hop, Cultura de Rua e Expressão de Rua, Mandacaru, 2001.)

Fala da periferia o que é que o governo faz. Um bocado de coisa. O programa procura trazer só amizade mesmo porque tem programa que incentiva a briga. (Entrevista com Leandro, dezesete anos, ouvinte do hip hop, 2000.)

O programa Vem Cá Poeira segue a mesma proposta do *hip hop* porque vincula a recepção à vivência cultural dos ouvintes. Os receptores comunicam-se e enviam alô para os colegas mantendo o processo de articulação entre os ouvintes. Durante duas horas são repassados conhecimentos sobre a história da capoeira e seus mestres, canções e instrumentos. O programa procura estimular a curiosidade dos

ouvintes em torno deste esporte. Através das entrevistas com os receptores confirmei o processo de integração que o programa Vem Cá Poeira proporciona aos jovens. Ficou evidente também o teor educativo que as informações trabalhadas no programa representam para os capoeiristas.⁸²



Programa Vem Cá Poeira
Foto: Catarina Farias



Ouvintes do Programa Vem Cá Poeira
Foto: Catarina Farias

⁸² Os entrevistados do Programa Vem Cá Poeira tinham idade entre doze e vinte anos.

De vez em quando eu escuto o programa hip hop e o Vem Cá Poeira. Esse programa fala sobre coisa interessante né, a história da capoeira, fala sobre os antigos mestres, quais as tradições deles que estão pensando em voltar e tem outras coisas mais como músicas, toque de berimbau que o pessoal não sabe. Passa muito toque de berimbau. De primeiro não tinha esse programa, a gente escutava só CD e nas rodas mesmo. (Entrevista com Yuri, treze anos, ouvinte do programa Vem Cá Poeira, Mandacaru, 1999)

Eu atendo telefone no programa. Ligam muitas pessoas, ligam até pessoas que não são da capoeira. Os grupos que ligam mais Muzenza, Marabaiana, Zumbi, Cordão de Ouro e vários mestres de outros grupos assim e pessoas que não fazem capoeira, até ouvinte do hip hop manda alô pro pessoal e pede música. Geralmente as pessoas ligam mais para dá alô. (Entrevista com Petróleo, dezoito anos, ouvinte, colaborador do programa Vem Cá Poeira, 2201.)

A presença dos professores de capoeira na apresentação dos programas, assim como a condução dos programas de *rap* pelos *rappers*, participantes do movimento *hip hop* contribuíram para a multiplicação dos ouvintes. Pude perceber que o programa Vem Cá Poeira tornou-se uma espécie de prolongamento das aulas e encontros entre os capoeiristas. Os temas tratados no programa abordam principalmente assuntos sobre a história da capoeira, conforme relatam os depoimentos:

Eu não sabia que passava Vem Cá Poeira não, mas tentando sintonizar o rádio lá de casa, comecei a sintonizar música de capoeira. Aí meu professor Matamba chegou e me levou pra Mandacaru e eu comecei a ouvir o Vem Cá Poeira. O Vem cá poeira nos ensina a cantar, a tocar berimbau e a ser bem educado. Ensina a não brigar, que a capoeira a gente aprende não para brigar, mas sim para se defender. (Entrevista com Capacete, quinze anos, ouvinte do programa Vem Cá Poeira, Mandacaru, 2000.)

Tá com sete meses que eu entrei no grupo e comecei a escutar o programa. Livra muito os meninos da droga, incentiva os meninos virem pra capoeira e ir pro colégio também. Eu escuto também o programa de hip hop da rádio Mandacaru. (Entrevista com Dada, dezessete anos, ouvinte do programa Vem Cá Poeira, Mandacaru, 2000).

Eu já escutava às vezes, aí eu vim fazer capoeira com meu primo e aí eu passei a escutar. Eu escuto com meus colegas e as vezes só. Ouvir junto é melhor pra discutir depois, porque o programa fala sobre o passado da capoeira e conta sobre os homens do passado que treinaram e hoje estão na história. No sábado passado teve a história e foi o Zocuca que telefonou, mandou um alô e falou dessa estória de quem pensava que era macumba eles falaram também das mães que não deixavam treinar os filhos. Eles falaram que deixassem. (Entrevista com Blindado, dezesesseis anos, ouvinte do programa Vem Cá Poeira, Mandacaru, 2000.)

Eu comecei a ouvir desde o dia que começou na rádio. Esse programa fala mais sobre a capoeira, sobre as rodas, sobre as brigas que existem na capoeira né, nas rodas. Fala também às vezes sobre os grupos que existem aqui em Fortaleza. Dizem que os capoeiras são rivais né, tem muitas capoeiras que são rivais, aí a rádio já foi feita mais pra falar que não existe brigas, eles querem mais é fazer união na rádio, quer levar a união para todos os capoeiristas ouvir. (Entrevista com Diana-Cacau, dezesete anos, ouvinte do programa Vem Cá Poeira, Mandacaru, 2000.)

O programa Vem Cá Poeira, *Hip Hop*, Cultura de Rua e Comunidade Reunida *Hip Hop* apresentaram o nível mais integrado de recepção observado na pesquisa. Os diferentes tipos de recepção só foram passíveis de compreensão porque a programação da Mandacaru sugeriu pensar desde os níveis mais individualizados de recepção, nos quais os programas apresentam uma seleção musical alternada entre ritmos comuns à difusão fonográfica das rádios comerciais com recepções mais coletivas e articuladas às vivências culturais. Nos casos dos programas Cidadão no Rádio, Tarde e Companhia e Domingo Romântico identifiquei uma relação com o receptor mais individualizada e próxima das relações familiares e domésticas. Este receptor liga para a rádio, solicita músicas, participa dos sorteios e das enquetes propostas pelo locutor, envia mensagens para amigos e parentes, mas não mantém uma relação mais forte sequer com os ritmos que escuta, pois estes são vários e não fazem parte diretamente de suas vivências culturais. Os programas A Volta da Jovem Guarda e Nas Ondas do *Reggae* proporcionaram pensar um segundo estilo de recepção. Neste caso os receptores conhecem-se através dos programas, influenciados pelos ritmos que os integram,

freqüentam o estúdio da rádio geralmente sós ou em duplas, mas o fato do *reggae* e da Jovem Guarda não constituírem um movimento cultural e integrarem-se mais à esfera de consumo, não faz desta recepção um propósito que veicule programas e receptores numa atividade sociocultural organizada e articulada. O terceiro tipo de recepção apresenta uma dimensão coletiva. Neste caso os receptores ouvem os programas, visitam o estúdio em grupos e participam dos movimentos culturais que são destaques nos programas. Esta recepção é incomum para o padrão estimulado na comunicação de massa que, aliada à lógica da sociedade, procura estimular a individualidade, isolando-os de qualquer convivência em grupos e principalmente de qualquer participação em movimentos populares culturais.

Esta pesquisa confirmou que a relação existente entre a programação e os movimentos culturais percebida através dos programas: *Hip Hop*, *Cultura de Rua*, *Comunidade Reunida Hip Hop* e *Vem Cá Poeira* foi importante para a percepção das diferentes formas de recepção. Durante a pesquisa ficou ressaltado que a recepção coletiva ocorre mais afastada da esfera de consumo. Outro ponto importante é que esta recepção não acontece somente a partir da proposta da rádio, mas recebe o apoio e a condução dos movimentos sociais e culturais populares. O estilo de escuta dos programas em grupo, da articulação entre os ouvintes e das convivências em grupos que realizam atividades culturais de dança, composições musicais e apresentações é um resultado que implica em uma relação mútua. O diferencial das equipes de locutores, membros dos movimentos culturais na apresentação dos programas, também colabora na recepção grupal e articulada com o movimento. Deixa-se de ter a figura do locutor individualizado, o astro da programação e passa-se a ter uma apresentação também coletiva na qual o receptor é buscado não apenas como consumidor de produtos culturais e modismos. Neste caso, o receptor é procurado enquanto membro e participante de um movimento cultural. Não estou em nenhum momento descartando a existência de conflitos ou contradições entre os grupos de ouvintes ou no interior das equipes de locutores. Sabe-se inclusive que se o programa *Vem Cá Poeira* surge com o propósito de integrar os diferentes grupos de capoeira existentes no Ceará, este objetivo existe porque são encontradas diferenças e rivalidades entre estes mesmos grupos no estado. Nesse sentido, o programa procura incentivar as relações entre os grupos de capoeiras e seus

participantes, buscando promover assim uma maior integração entre os capoeiristas cearenses.

O fator que levava ouvintes para a Mandacaru não era apenas a emissora colocar-se numa posição democrática e aberta aos ouvintes, mas essencialmente a presença de membros dos movimentos culturais na apresentação de certos programas. Os freqüentadores do estúdio e do pátio da Mandacaru eram os participantes dos movimentos culturais que tinham nos programas a veiculação dos ritmos e mensagens que os identificavam. Esta constatação ficou comprovada quando observei que nos programas em que a apresentação era de um locutor desvinculado de movimentos culturais e/ou quando o programa era de estilos variados, semelhante aos produzidos no padrão radiofônico comercial, não havia a presença de grupos ou ouvintes com freqüência no pátio ou no estúdio da Mandacaru. As audiências eram individuais e ocorriam principalmente nos lares e bares da cidade com a participação do ouvinte realizada essencialmente através de telefonemas.

5.5- CASA GRANDE FM: PARTICULARIDADES NA RECEPÇÃO

Iniciei a pesquisa de recepção observando os receptores da Casa Grande FM de uma forma geral. Nessa emissora não pude utilizar somente a rádio como referência para localizar os entrevistados, pois diferentemente da Mandacaru não encontrei a presença de grupos de ouvintes no espaço da rádio. Apesar de que a Casa Grande está aberta a receber os ouvintes e eventualmente as visitas destes acontecerem, esse hábito não apresenta a mesma intensidade que encontrei na Mandacaru.

Na Casa Grande FM foi priorizada, portanto, a observação dos programas de *reggae*, *rap*, Jovem Guarda e brega. Selecionei prioritariamente estes programas porque eram semelhantes aos veiculados na Mandacaru FM. Desse modo, fui compreendendo que as vivências culturais dos receptores e apresentadores se refletiam no modo como os receptores se relacionavam com os programas veiculados. O diferencial entre os programas já foi apresentado no terceiro capítulo quando ressaltei o contexto de cada um destes estilos, destacando os fatores chaves na diferença entre as emissoras.

Os ouvintes dos programas Soldados da Jovem Guarda e Chico Petrolina e os Cantores do Povo também encontravam nestes programas um momento para reviver as lembranças de suas vivências na juventude, assemelhando-se aos receptores da Mandacaru que ouviam o programa A Volta da Jovem Guarda e Nelson Gonçalves e Seus Convidados. Por algumas horas durante a veiculação do programa o contato entre amigos e amigas reforçava os laços de convivência entre estes receptores, conforme se evidencia nos depoimentos.⁸³



Ouvintes dos Programas Soldados da Jovem Guarda e Chico Petrolina
Foto: Catarina Farias

Gosto do programa de André. Adoro o programa de Chico Petrolina porque são as músicas do meu tempo. É difícil eu perder o de Luís Alberto, a velha guarda: Zé Ribeiro, Carlos Alexandre. Eu acho que ele (Chico Petrolina) é analfabeto, mas é um locutor muito animado. Aqui no dia do programa dele até o pessoal no bar, esse pessoal que tem carro, liga no programa dele e fica curtindo aquele som. Ele é um locutor analfabeto, mas é uma pessoa que tem aquela boa vontade de trabalhar, de progredir e fazer alegria pra

⁸³ Os entrevistados deste programa tinham idade entre trinta e nove e sessenta e três anos.

distrair o povo. A gente gosta porque recorda o passado, o tempo quando a gente era moça, rapaz, as músicas do nosso tempo. A gente recorda o tempo que eu namorava Fulano, o tempo que eu fui pra festa em tal canto. O programa dele começa de oito às 10 só no sábado, aí minhas amigas chegam que pra lá não têm rádio e eu boto o rádio aí na calçada e nós fica tudo brincando e comentando e dando risada. Tem deles que vem lá na rádio pede e escolhe a música que quer. (Entrevista com Oscalina, quarenta e oito anos, ouvinte dos programas: Chico Petrolina e os Cantores do Povo e Soldados da Jovem Guarda, Casa Grande, 2000.)

A gente fica muito emocionada sobre o programa do seu Chico Petrolina, ele dá na parte do sábado, logo a gente liga quando começa o programa dele. É maravilhoso, é assim uma parte romântica. Eu sempre gosto de ir lá na rádio e pedir a música de minha preferência. É porque faz parte do passado e a gente relembra muito, é o que passou na vida da gente. A gente sempre gosta de ir lá e pedir a música contando com a vida da gente. Dá pra lembrar uns nomes do passado. A música de minha preferência é Diana. Escutam comigo a Oscalina, a Lia, Dona Asna e Dona Alda. Na hora que elas estão podendo, ir elas ficam presente. Começou da parte de Oscalina, ela sempre gosta de assistir e a gente com o contato dela preferiu ficar assistindo, só que realmente a gente se acostumou e todo sábado a gente se encontra pra ouvir o programa dele. (Entrevista com Gorete, quarenta e três anos, ouvinte do programa Chico Petrolina e os Cantores do Povo, Casa Grande, 2000.)

É importante perceber que estes programas não se relacionam com temas que circundam a realidade social dos receptores e não suscitam conversas em torno de problemas sociais enfrentados no momento. Mas, ao mesmo estilo da Mandacaru, esta audiência grupal resulta somente numa convivência solidária que tem sua importância nos processos de comunicação interpessoal baseada nos grupos de amigos. Uma particularidade à realidade de Nova Olinda é que estilos como o da Jovem Guarda, ultrapassaram os imaginários dos espaços metropolitanos e passaram a fazer parte do contexto das cidades do interior compondo o cotidiano e a memória dos receptores dos anos 70 e 80 em todo país.

Na Casa Grande FM a recepção do programa de *rap* e de *reggae* apresentou dois pontos de aproximação com a realidade que encontrei em Fortaleza: os

gêneros musicais veiculados e a proposta educativa musical das emissoras. No entanto, no decorrer da pesquisa constatei que o *reggae* e o *rap* na cidade de Nova Olinda eram vividos individualmente e no caso do *rap*, sequer era conhecida a proposta do movimento *hip hop*. Em Nova Olinda os jovens estavam ligados essencialmente no ritmo e letras das músicas, chegando a ouvir em conjunto o *reggae* e o *rap*, sem diferenciar os dois estilos em suas propostas culturais, mas compondo, sem dúvida, um conhecimento crítico dos temas apresentados nas canções de *reggae* e *rap*.



Ouvintes do Programa Nação Jegueira
Foto: Catarina Farias



Ouvintes do Programa Nação Jegueira

Foto: Catarina Farias

Apresentarei agora os receptores dos programas de *reggae* da Casa Grande FM para ressaltar como a interação entre programas e vivências culturais é essencial também para a compreensão das relações que se estabelecem entre as rádios e os receptores dessa emissora⁸⁴.

O programa de *reggae* revelou uma audiência significativa para uma cidade do interior do Nordeste na qual o destaque para as abordagens culturais privilegia às tradições do forró e das festas religiosas. Constatei que diferentemente da cidade de Fortaleza o número de pessoas que escutam o *reggae* é menor e que não existem em Nova Olinda bares ou festas específicas deste ritmo. Estes fatores influenciam diretamente na relação que os receptores estabelecem com o programa. Se em Fortaleza os bares e festas proporcionam o encontro entre os regueiros e o programa estimula essa interação, em Nova Olinda, a ausência dos bares e festas é substituída pela presença de regueiros que vivem mais isolados em suas casas ou numa convivência entre amigos com poucos espaços para ouvir CDs e fitas. Os receptores de *reggae* ainda se

⁸⁴ Os entrevistados do Programa Nação Jegueira tinham idade entre treze e vinte e quatro anos.

organizaram numa convivência em tribo. É importante destacar também que em Nova Olinda o receptor de *reggae* será normalmente o ouvinte que está iniciando-se na escuta do *rap*.

Aqui em Nova Olinda eu fui a primeira pessoa a gostar de reggae. Ninguém gostava de reggae em Nova Olinda. A gente chegava nos bares, pedia para botar um CD, uma música de Bobby Marley. Quem estava nos bares saía reclamando, dizia que era ruim e hoje todo mundo gosta de reggae, gosta de Edson Gomes. Eu comecei a gostar de reggae através de uns amigos que vieram do Crato. (Entrevista com Carlos Eduardo, conhecido como Boneca, vinte e quatro anos, ouvinte do programa Nação Jegueira, Casa Grande, 2000.)

Eu vim do Crato e começamos trazendo umas fitas eu e meus irmãos, a gente ouvia em casa e na rua e no bar. Só quem ouvia era uma minoria porque achava que Bobby Marley é coisa de quem é envolvido com droga. Agora tem muita gente que tá gostando ter um programa na Casa Grande. (Entrevista com Bonifácio Neto, vinte e oito anos, ouvinte do programa Nação Jegueira, Casa Grande, 2000).

Uns amigos meus disseram e nós arrumemos um gravador de carro, instalamos na borracharia e passamos a escutar. E meu pai, mas ele não gosta, ele fica com raiva. Eu gosto porque por exemplo, uma banda de forró faz uma música, um CD, aí você escuta o primeiro mês e no outro já não presta mais e o reggae não, você ouve e nunca fica ruim, você acha bom, dá valor, fala sobre como é a sua vida, fala tudo da realidade. Gosto de Bobby Marley, Alfa Blond, Tribo de Jáh. Eu escuto porque gosto mesmo, tem umas pessoas que pensam que eu escuto porque sou malandro. Tenho um bocado de quadro⁸⁵. Eu passei a juntar quadro de reggae, mas aí eu não encontrei mais, os caras que tem aqui não vendem. Tem um menino que tem dois quadros e disse que vai me dá. Os quadros são pra eu me lembrar que quando eu era pequeno eu dava valor. (Entrevista com Fabrício, dezoito anos, ouvinte do programa Nação Jegueira, Casa Grande, 2000)

⁸⁵ Quadro é usado para a referência a *posters*.

Foi uns caras que vieram de fora e começaram a ouvir som no carro. Aí o pessoal começou a comprar CD, fita, nem existia CD ainda, começou a comprar fita né, foram curtindo. Escuto o programa porque é muito legal, tem hora que a gente tá em casa e não tá passando nada, já está abusado dos CDs que tem. (Entrevista com Lucas, dezesseis anos, ouvinte do programa Nação Jegueira, Casa Grande, 2000))

Pude perceber que a divulgação do *reggae* em Nova Olinda teve como base a divulgação pelo mercado da indústria fonográfica e pela mídia que influenciou jovens da região. A circulação deste ritmo é atribuída também a jovens que visitam a cidade em períodos de férias. Mas atualmente essa difusão recebe a participação efetiva da Rádio Casa Grande FM que percebe no *reggae* um diferencial dos carros chefes difundidos pela indústria fonográfica. É possível afirmar que mais do que detectar a chegada do *reggae* em Nova Olinda é importante observar que a Casa Grande FM estimula a escuta do *reggae* para um público que procura diferenciar-se do padrão de músicas difundidas nas rádios comerciais.

Além de escutar CDs e fitas, os jovens que gostam de *reggae* em Nova Olinda encontram no programa Nação Jegueira um momento para conhecer melhor o ritmo. Observei também que em Nova Olinda esta é uma audiência que está crescendo a cada dia, sob a influência da Casa Grande FM. Se em Fortaleza o programa Nas Ondas do *Reggae* depara-se com um público que se encontra em festas, frequenta bares e utiliza o programa para ouvir sua música predileta, comunicar-se com os amigos regueiros e tornar-se conhecido no espaço do *reggae* em Nova Olinda, a atmosfera social é de ouvintes que se reúnem em pequenos grupos e que representam uma minoria na cidade. Não existe lugares de convivência pré-determinados, o que não significa que estes espaços não passem a existir no futuro.

Em Nova Olinda, a recepção do programa de *reggae* permanece com o caráter individual encontrado em Fortaleza, apresentando características de comunicação interpessoal entre amigos, mas restrita ainda a uma minoria. Observei novamente que a vivência cultural dos receptores reflete-se na audiência da emissora. O *reggae* aparece como um elo comum entre pessoas que curtem o mesmo ritmo e identificam-se com esta música. A ligação dos ouvintes com o *reggae* é a mesma em Fortaleza e em Nova

Olinda, predomina o interesse pelas letras críticas das músicas, o que contribui para que os jovens conheçam temáticas sociais enquanto se divertem. A quantidade de ouvintes embora seja crescente em Nova Olinda ainda não se compara com a dos ouvintes do padrão cultural tradicional do forró, predominante nesta região. Entretanto, acredito que o registro das vivências culturais dos ouvintes de *reggae*, de *rap*, *rock*, dentre outros ritmos, traz uma contribuição para a reflexão sobre a diversidade cultural que se constitui neste contexto. O depoimento do receptor ilustra esta observação.

Geralmente na Nova Olinda FM não toca reggae. A referência principal desta emissora é o forró. Na Casa Grande a referência é a Música Popular Brasileira, é o rock e o reggae. É diferente porque a Casa Grande ensina mesmo como você vê. E a Nova Olinda não dá o acesso que você tem na Casa Grande de entrar, de fazer o que você quer, de pesquisar. Na Nova Olinda, as coisas são trancadas a sete chaves. (Entrevista com Carlos Eduardo, Boneca, ouvinte do programa Nação Jegueira, Casa Grande, 2000.)

Já foi dito antes que não será o fato de uma emissora difundir um programa específico que resultará na recepção interpessoal ou mais articulada em grupos sociais e culturais. Quando o entrevistado cita a programação de forró da Nova Olinda FM, sabe-se que essa emissora, assim como outras rádios comerciais, emite programas específicos de forró. No entanto, já chamei a atenção para a influência da esfera de consumo no processo de dispersão dos ouvintes. O próprio *reggae* em Fortaleza foi utilizado como exemplo, sua relação com os espaços de consumo interfere no estilo de recepção e vivência cultural do público.

Em Nova Olinda o programa de *reggae* representa a possibilidade de maior integração entre os receptores. Este programa especializado está proporcionando a aproximação de amigos em torno de um ritmo e neste caso, o programa Nação Jegueira demonstra este aspecto aglutinador. É evidente que a proposta de educação musical da Casa Grande FM colabora nesta integração. Na verdade, a emissora procura estimular a audiência deste ritmo porque acredita que a difusão do *reggae* contribui para o questionamento do processo de individualização hegemônico na sociedade de consumo.

O fato da Casa Grande FM trabalhar com esta proposta que procura incentivar a aproximação dos receptores aos ritmos que fazem crítica social e que não são sucessos da indústria fonográfica, ressalta os objetivos da emissora em suplantar o padrão radiofônico, utilizando a música como o principal elemento de sua proposta comunicativa. Quando entrevistei os receptores do *reggae* de Nova Olinda foram destacadas as temáticas que eram tratadas nas letras das canções do *reggae*.

Eu gosto mais do programa de reggae. Começou com as influências dos amigos. Aí eu também comecei a curtir. As músicas falam das pessoas mais humildes, dá mais realidade sobre as drogas e você fica mais por dentro. Tem uma turma lá do Crato, eles trouxeram uns CDs e começaram a botar, hoje é muita gente que gosta, numa faixa de 500 pessoas. (Entrevista com Juceilton, quinze anos, ouvinte do programa Nação Jegueira, Casa Grande, 2000.)

O reggae é uma música que o pessoal pensa que é para playboy. Tem as músicas de todos os tipos e aqui no Ceará é mais o forró e o reggae. É uma música que faz você viajar, fala a verdade, fala contra os políticos, só fala a verdade, defende os negros. O reggae pra mim é tudo. (Entrevista com Carlos Eduardo, Boneca, ouvinte do programa Nação Jegueira, 2000).

O programa Arrepiando o *Rap* não apresenta as mesmas características do *Hip Hop*, Cultura de Rua apresentado na Mandacaru FM. Na casa Grande FM o programa de *rap* é eminentemente musical e não tem nenhuma ligação com o movimento *hip hop*. Seu apresentador é o jovem Lincon que morou em São Paulo. Ele gosta de *rap*, mas não tem conhecimento sobre a filosofia e a proposta deste movimento. Este fator que aparentemente parece sem importância representa um elemento definidor nas relações que os receptores têm com o programa. Mais uma vez pude perceber no Arrepiando o *Rap* uma demonstração de que a Casa Grande FM prioriza a utilização de músicas que estão em fase de incorporação pelo circuito comercial e que apresenta uma produção musical capaz de despertar o espírito crítico nos receptores. No entanto,

embora a Casa Grande FM desenvolva uma proposta de educação musical que procura despertar os receptores para a percepção de problemas sociais, essa proposta educativa da emissora não é suficiente para incentivar a aglutinação de receptores em torno de relações grupais e coletivas. Nesse caso, esse programa aproxima jovens amigos em torno do *rap* da mesma forma que ocorre com o programa de *reggae*, mas as características do contexto sociocultural em Nova Olinda explicam, em parte, a ausência de uma recepção coletiva em torno do programa.

O programa *Arrepiando o Rap* da Casa Grande FM revelou, portanto, uma recepção entre jovens que estão ainda descobrindo este ritmo. Se comparado aos ouvintes do *reggae*, os receptores deste programa são ainda em menor número. Em alguns casos os mesmos ouvintes do programa Nação Jegueira também escutam o horário dedicado ao *rap*. Diferentemente de Fortaleza, em Nova Olinda, a configuração interpessoal na relação entre os receptores não pode ser atribuída essencialmente à aproximação que os ritmos têm com o campo do consumo ou ao caráter de entretenimento que estes ritmos possam apresentar. No caso de Nova Olinda é preciso reconhecer que a vivência cultural tanto do *reggae* quanto do *rap* existe em pequena proporção. Estas vivências têm seu valor para destacar a pluralidade cultural local, mas ainda não apresentam um potencial organizativo como o percebido em Fortaleza. Na Casa Grande FM esses ritmos musicais não se apresentam com um público definido, mas seus receptores estão descobrindo novos ritmos musicais e se diferenciam do padrão de audiência musical radiofônica predominante na cidade. Essa diferenciação concretiza-se à medida que os receptores de *reggae*, *rap* e *rock* ampliam o consumo de repertório musical circulante na cidade.

Em Nova Olinda encontrei somente dois tipos de recepção: os ouvintes mais individualizados que escutam uma programação variada de ritmos diversos e sucessos da indústria fonográfica, atuando como assíduos ouvintes da Nova Olinda FM e das rádios FM comerciais que podem ser sintonizadas na cidade e os receptores que procuram estilos musicais específicos e encontram na Casa Grande FM uma programação diferente na difusão do *reggae*, do *rap*, do *rock* e do forró de pé de serra. Não posso entretanto, dividir os receptores em duas categorias, ou seja, aqueles que ouvem a Casa Grande FM e aqueles que escutam a Nova Olinda FM e as demais rádios

ouvidas na cidade. A recepção é uma atuação mais dinâmica, mesmo os ouvintes mais fiéis da Casa Grande FM podem sintonizar outras emissoras também.

No decorrer do trabalho de campo observei que os programas de *rap* e de *reggae* em Nova Olinda apresentavam um público em fase de formação e não constituíam uma audiência coletiva como em Fortaleza. Encontrei uma audiência grupal entre os adultos que se reuniam nas calçadas e mercearias para conversar e ouvir os programas Chico Petrolina e os Cantores do Povo e Soldados da Jovem Guarda. Esta audiência ocorria em grupo, mas não indicava nenhuma articulação de encontros ou atividades sociais em outros espaços da cidade. A reunião das pessoas nas calçadas era, na verdade, um reflexo da sociabilidade interpessoal mais comum nas cidades do interior. Nova Olinda apresenta estas relações interpessoais mais próximas entre os moradores. As pessoas chegam inclusive a ouvir os programas nas calçadas, mas essa característica não é constituída por influência da emissora. Observei que era comum encontrar pessoas reunidas nas esquinas e nas calçadas conversando e em alguns casos esse hábito passou a ocorrer para a audição de alguns programas da Casa Grande FM. Dessa forma constatei que na Casa Grande FM os programas difusores dos mesmos ritmos veiculados na Mandacaru não encontravam em Nova Olinda o apoio de grupos culturais porque nesta cidade estes não existiam ainda. Esta constatação pode ser associada à idéia de que a Mandacaru contava com o apoio de grupos culturais e dos movimentos sociais em sua organização, por esse motivo encontrei exemplos de receptores reunidos em torno de mobilizações culturais e sociais. Na verdade, esta emissora não é a única responsável pela recepção em grupo. A presença de grupos organizados na produção e apresentação dos programas é um elemento relevante na composição da recepção articulada em torno de grupos e atividades socioculturais.



Ouvintes do Programa Chico Petrolina e os Cantores do Povo
Foto: Catarina Farias

Na cidade de Nova Olinda esta realidade é diferente, o município não apresenta movimentos sociais e culturais populares, a emissora conta somente com o trabalho da Fundação Casa Grande que acaba constituindo-se no único espaço de mobilização cultural do município. A especificidade dos contextos sociais revelou, pouco a pouco, que a recepção coletiva na Mandacaru não se repetia em Nova Olinda porque essa característica não é um resultado unicamente do gênero musical e da programação veiculados, mas de fatores sociais e culturais que estão ligados aos grupos que apresentam os programas e às vivências culturais dos receptores. Em Nova Olinda estes ritmos estavam mais ligados a vivências culturais ainda em formação, ou seja, ligados ao cotidiano de indivíduos que descobriram estes ritmos recentemente .

Os elementos definidores de uma recepção coletiva encontrada nos programas *Vem Cá Poeira* e *Hip Hop*, Cultura de Rua são explicados em parte pelo processo de organização social dos grupos seja de capoeira ou de *hip hop*. Com essa constatação passei a questionar que Nova Olinda não apresentava movimentos sociais e culturais populares e que esse fator influenciava no desenvolvimento da proposta da Casa Grande FM. A prática cultural restringia-se a iniciativas institucionais da Febem que desenvolve oficinas e festas com idosos e jovens ou aos eventos comemorativos promovidos através das Secretarias de Educação e de Cultura do município. Observando

melhor a cidade, cheguei à conclusão de que a Fundação Casa Grande se constitui no espaço onde as expressões culturais de Nova Olinda vêm sendo incentivadas de forma mais representativa. O museu, a produção de peças de teatro, a programação da rádio, dentre outras atividades compõem o quadro que procura mobilizar culturalmente a cidade. A Fundação Casa Grande incentiva uma convivência coletiva entre seus participantes, trabalha informações culturais e de comunicação, mas não encontra na cidade outras iniciativas que colaborem com sua proposta sociocultural. Entretanto, alguns indícios de jovens que se aglutinam em torno do *reggae*, do *rap* e do *rock* já se tornam visíveis no município. A exemplo posso destacar o surgimento de uma banda de *rock* na cidade. A divulgação deste ritmo na programação da Casa Grande FM é comum através dos programas Estação da Música, Som da Rua e Show da Noite. Nestes programas a emissora prioriza a difusão do *rock* nacional, embora também veicule os pedidos musicais de *reggae* e *rap* que se tornam cada dia mais frequentes. Na verdade, esses horários são priorizados para a juventude, principal público alvo da Casa Grande FM. Os componentes da banda de *rock* Os Rebeldes destacam a influência da Fundação Casa Grande em seu surgimento.



Os Rebeldes

Foto: Samuel Macêdo

Começou assim, primeiro eu comecei a gostar mais por causa da Casa Grande, quando eu era de lá. Eu convidei Damião pra gente formar um grupo pra se apresentar numa feira de ciências que ia ter aí. A gente se apresentou e o pessoal gostou e um bocado deu uma força a gente e estamos querendo continuar. Nós era só brincadeira mesmo,

nós era só bateria e tambor de lata, só percussão. Aí a gente ia tocar outros tipos de músicas, mas o pessoal gostou mais assim, aí deram uma idéia pra nós formar uma banda de rock aqui em Nova Olinda. Aí nós estamos continuando. Curto muito o rock, muitas pessoas dão valor, um bocadinho gosta de forró, mas cada qual tem seu gosto. (Entrevista com Maurivon, dezenove anos, cantor da banda Os Rebeldes e ex-participante da Fundação Casa Grande.2001).)

Foi detectado, portanto, que a ausência de movimentos culturais na cidade impede que a emissora estimulasse recepções coletivas e articuladas em torno de propostas sociais. Ficou evidenciado também que não basta que um programa objetive ter funções educativas é preciso que esteja identificado com vivências sociais e culturais que provenham dos próprios receptores. No caso desta pesquisa, estas vivências manifestaram-se através de movimentos culturais populares. Essa conclusão não desvaloriza a recepção mais solidária e interpessoal vivida através de programas como os de *reggae* e Jovem Guarda difundidos na Mandacaru e na Casa Grande FM.

O principal objetivo da pesquisa de recepção é ressaltar que as investigações que permanecem estudando os receptores a partir de amostras diversificadas que procuram ser representativas da variedade etária, sexual, de classe, dentre outros elementos que são postos em destaque, correm o risco de ficar restritas à compreensão das diversidades culturais e sociais instituídas pela programação das rádios comerciais. A opção por estas amostras representativas da variedade cultural dá ao pesquisador uma visão variada e representativa do universo dos receptores, mas impede os investigadores de perceberem outras possibilidades nas quais essa diversidade possa apresentar-se. Nesse sentido, a investigação sobre a recepção no universo das rádios analisadas demonstrou que é possível conceber outras formas de conhecer a programação radiofônica e outras maneiras de explorar a diversidade cultural existente na sociedade, as quais orientam os estilos de recepção.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

A investigação da trajetória das rádios livres e comunitárias foi importante para repensar as transformações que vêm passando os movimentos sociais populares e para discutir as interações que estas mobilizações passam a ter com a esfera cultural. O que ocorre não é o desaparecimento dos elementos políticos, mas a explicitação das demandas culturais, resultantes inclusive da sobreposição das relações de consumo e da consolidação da indústria cultural em todos os espaços sociais e no contexto mundial. À medida que os movimentos sociais populares passam a organizar-se em torno de questões culturais, esta problemática começa a ser abordada nas reflexões teóricas e a compor uma outra vertente ressaltada também nas discussões que envolvem as temáticas políticas. Os debates sobre estes movimentos não são mais realizados com uma ênfase nas temáticas tradicionais exploradas pela gênese do pensamento marxista, mas passam a envolver o cenário do cotidiano e gradativamente o tema do consumo cultural.

A trajetória das rádios livres e comunitárias na Europa e no Brasil respectivamente demonstrou que a inserção dos temas relativos à cultura ocasionou mudanças nos estilos dos programas e nas interações que estas emissoras passaram a ter com os movimentos sociais e culturais populares. Essas rádios deixaram de ser eminentemente porta-vozes dos partidos de esquerda ou de expressar o pensamento da oposição em períodos ditatoriais para constituir parte do lazer e das expressões culturais dos setores populares. Nesse sentido, essas experiências inovam no modo como a comunicação de massa tem tratado os receptores desde então. Não admito em nenhum momento do trabalho a idéia de que estas práticas comunicativas dissociam-se das relações com o consumo ao efetivar-se enquanto novidade e possibilidade de uma lógica distinta dos padrões de comunicação hegemônicos.

Outro aspecto importante da pesquisa foi pensar a relação das emissoras comunitárias com a produção da cultura industrializada, a qual chamei no início do trabalho de interação entre o massivo e o popular, Essa opção pareceu-me a saída teórica para demonstrar que as rádios comunitárias devem ser percebidas a partir de suas

relações e exposições aos elementos do cenário social no qual são gestadas e atuam. Assim, a relação das rádios comunitárias com uma proposta socioeducativa não deixa de pensar o sentido libertador destas experiências, mas o faz com base em situações concretas e não a partir de idealizações. O próprio cenário das expressões culturais populares no Brasil destacado neste trabalho enfatizou o processo de exposição destas expressões com os universos oficiais e instituidores do poder. Posteriormente destaquei a relação das práticas populares com as esferas de consumo e os mecanismos de industrialização da cultura. Esta argumentação procurou ressaltar desde o início que as expressões culturais populares, as quais perpassam a programação das rádios comunitárias trazem em suas gêneses uma trajetória de interações com os elementos dos contextos que as constituem. Portanto, a discussão sobre os processos de interação entre o massivo e o popular é apenas uma renovação neste cenário ao qual as culturas populares sempre estiveram expostas. Entretanto, embora as rádios comunitárias surjam em interação com este cenário cultural que engloba o massivo e a partir dele elaborem suas propostas comunicativas ainda assim apresentam aspectos renovadores porque aproximam-se dos movimentos sociais e culturais populares que sempre estão emergindo. À medida que a esfera do consumo tornou-se um problema para a sociedade, surgiram movimentos culturais populares que enfatizam a necessidade de se rever a exposição à mídia e ao processo de industrialização da cultura que se intensifica na sociedade. A revisão deste processo de exposição não significa uma negação do mercado de consumo, mas tem se caracterizado como uma relação próxima e ao mesmo tempo atenta ao mercado cultural.

Esta investigação esclarece também que, embora a questão posta pela democratização dos meios de comunicação seja uma discussão essencialmente de ordem política que envolve mudanças na política de comunicação, é estritamente necessário pensar outras mudanças ligadas ao campo da produção radiofônica. Tais transformações envolvem discussões relativas à estrutura dos programas, referentes à utilização do espaço e dos diversos modos possíveis de utilizar o tempo na transmissão dos programas, além das questões referentes à criticidade dos conteúdos dos programas a serem veiculados. Dessa forma, a pesquisa demonstrou que é fundante repensar as reflexões sobre as propostas de educação não-formal que se desenvolvem nas emissoras.

Na verdade, o estudo das rádios comunitárias demonstra que esta dimensão educativa, quando pensada a partir dos meios de comunicação, tem sido reforçada por demais a partir de aspectos que envolvem questões de conteúdo.

Ficou evidente também que o modelo de programação encontrado nas rádios comerciais oferece uma programação diversificada que procura, com poucas variações ou a partir de uma estrutura de variabilidade padronizada, atingir a maior diversidade de gostos possíveis compatíveis com as demandas do mercado de bens simbólicos e da esfera de consumo. Com outro sentido, mas fazendo uso da mesma estrutura de programas, as propostas e experiências populares que pensaram a educação não formal no rádio inseriram a partir da estrutura montada programas considerados críticos e especializados, seja nos estilos jornalísticos, de debates ou de musicais. Este último empenhado em difundir canções selecionadas, a partir de um potencial crítico identificado com um mercado alternativo da música popular brasileira. Enfim, estas tentativas de mudança procuraram enfatizar o conteúdo, sem a preocupação com as transformações na estrutura dos programas.

A partir da investigação das rádios comunitárias observei que os programas adotados nessa emissoras que reconheceram simplesmente a mudança de conteúdo estavam pautados na idéia de que a transformação da produção radiofônica depende exclusivamente de dois fatores: o primeiro seria, sem sombra de dúvida, referente à natureza da política de concessão de rádio e TV. Com relação a esse critério não posso deixar de reconhecer a necessidade das lutas efetivadas pelos movimentos de democratização da comunicação em todos os países, mesmo sabendo que é preciso pontuar normas para este sentido de democratização. O segundo critério tem sido a mudança no conteúdo dos programas. Esta opção almejou constituir cidadãos críticos que compreendam os problemas sociais enfrentados pelos membros da sociedade contemporânea. Acredito que o estudo sobre as rádios comunitárias teve seu significado porque apresentou uma oportunidade para que fosse repensada a produção radiofônica sugerindo outras formas de organização e criação da estrutura dos programas. Por sua vez, esta nova estruturação da programação leva a outras interações com os receptores que favorecem os objetivos educativos dessas experiências.

Na análise das rádios Mandacaru e Casa Grande FM, percebi que os programas que procuraram se desenvolver com uma proposta crítica e mantiveram o mesmo formato da grade veiculada nas emissoras comerciais marcaram, sem dúvida nenhuma, uma referência nestas experiências, mas não refletiram uma forma distinta da produção radiofônica padrão. Nesse caso, constatei a eminência de uma proposta comunicativa educativa, a partir das rádios comunitárias que não repercutiu em reciprocidade significativa no âmbito dos receptores. Em termos de intencionalidade não é possível desconsiderar estas propostas das práticas comunicativas, mas quando se trata das reflexões teóricas sobre as concepções que problematizam a educação não formal no âmbito das classes populares e particularmente na utilização dos meios de comunicação neste propósito, posso dizer que esta constatação deixa uma lacuna, porque a proposta educativa é pensada principalmente a partir do meio e das mensagens emitidas. No entanto, no decorrer da pesquisa, observei que esta brecha foi preenchida a partir das práxis das rádios comunitárias. À medida que estas emissoras definiram por trabalhar com a expressão da pluralidade cultural, sua proximidade dos movimentos sociais e culturais populares trouxe alguns de seus representantes para as linhas de frente dos seus programas. A proposta socioeducativa de alguns programas teve uma reciprocidade que revelou momentos de articulação e mobilização social e cultural relevantes. Entretanto, constatei que se, a efetividade da proposta educativa destes programas era mais intensa, esta reciprocidade encontrada no programa e fora deste era o reflexo das atividades culturais e sociais que ocorriam além do espaço das emissoras. A partir desta constatação ficou ressaltado que uma proposta educativa pode ser tanto ou mais intensa se encontra na sociedade elementos motivadores para sua ampliação.

As reflexões a partir das rádios comerciais foram relevantes para reforçar essa idéia e apresentar as discussões de outro ângulo. As emissoras comerciais também possuem seus objetivos educativos e estão situadas a partir de uma proposta de educação não formal que segue uma lógica e objetivos diversos dos perseguidos pelas emissoras comunitárias. Nesta perspectiva, os programas das rádios comerciais enfatizam valores e comportamentos fundamentais à lógica do sistema hegemônico na sociedade de consumo. Essa proposta educativa é hegemônica, porque se apóia nos indivíduos e grupos os quais, no contexto da sociedade, correspondem à mesma lógica perseguida

pelos meios de comunicação de massa e à estrutura de poder dominante . Os grupos e indivíduos que reforçam e dão reciprocidade a esta proposta educativa fazem parte desta lógica individualizante a qual permeia as relações sociais nos mais diversos grupos familiares, culturais e movimentos sociais. Desse modo observei que as rádios comerciais encontram e constituem vivências culturais responsáveis por reforçar suas propostas educativas.

A estrutura da programação das rádios comunitárias abre uma perspectiva educativa para a comunicação que ganha amplitude no campo da recepção quando encontra nas vivências culturais um cenário fértil. Este fenômeno ocorreu no momento em que as rádios comunitárias passaram a veicular programas como o de *rap* e o de capoeira. Estes movimentos culturais encontraram na rádio comunitária um suporte relevante para reproduzir suas propostas educativas e culturais reforçando mais intensamente uma relação simultânea dos receptores com seus programas prediletos. A partir desta constatação, percebi dois momentos deste princípio educativo nas experiências das rádios comunitárias. O primeiro ligado à intencionalidade das emissoras e dos programas e um segundo resultante desta intenção. Esta relação encontra nos receptores um apoio e uma reciprocidade que se movimenta a partir de suas vivências culturais, diferenciando-se à medida que estabelece uma relação de questionamento à mídia e a sociedade de consumo. Se anteriormente o processo ocorria das emissoras para os ouvintes, ainda era preciso criar um cenário de apoio e o programa estava praticamente sozinho nesta empreitada, posteriormente a existência de grupos de apoio fortaleceu a proposta educativa das emissoras e ampliou o alcance de suas proporções. O apoio do movimento *hip hop* e dos grupos de capoeira deram continuidade e uma maior dimensão aos programas porque representam uma possibilidade de identificação cultural que liga os receptores às mensagens. Nesse caso as mensagens encontram o movimento da cultura atuando segundo a mesma lógica provocando um fortalecimento recíproco.

Esta constatação levou-me a procurar entender as vivências culturais as quais aparecem através dos gostos musicais dos receptores. Na verdade, ficou claro que os gostos musicais se traduzem em vivências e em certos casos são as expressões de grupos culturais. A partir dessa relação identifiquei a proposta educativa contida em

cada programa e deduzi que esta podia expandir-se de acordo com a continuidade das vivências culturais nos cotidianos dos receptores. Nos programas difusores de músicas comuns à indústria fonográfica, a proposta da rádio diluiu-se dentro da estrutura da programação. Nos programas específicos como o de *reggae* e Jovem Guarda, ritmos identificados com um mercado de consumo muito intenso, o princípio educativo concretizou-se em menor dimensão com ênfase em aspectos solidários, familiares e pessoais. Não mais importante, mas com perspectivas de mobilização, articulação cultural e convivência em grupos organizados, encontrei pelo menos duas dimensões educativas nos programas que contam com o apoio de grupos sociais: uma proposta pensada a partir do programa e a complementação desta na rede de apoio que existe fora do programa, no caso, os grupos culturais organizados. A proposta educativa da emissora deixou de depender exclusivamente da rádio e do programa e passou a ter nos movimentos culturais que dão sustento à programação um importante suporte comunicativo. Entretanto, é necessário admitir que, mesmo neste caso, não se deve trabalhar com margem de certeza, mas identificar mais um aspecto neste momento de promoção das propostas educativas. Trata-se de processos dinâmicos que requerem constante observação.

Na Casa Grande FM a proposta educativa está bem estruturada em termos de conteúdo, a prioridade dada à produção musical inova inclusive o formato de programas. Esta inovação é percebida na essência dos programas que buscam os grupos culturais. Entretanto, estes não existem ainda na cidade. O cenário sociocultural é plural como o encontrado em Fortaleza, mas sua representação não reflete a mesma mobilização questionadora da mídia e do consumo vivido pela Mandacarú. Desse modo, a Casa Grande FM perde em termos de possibilidade de expandir sua proposta comunicativa porque não encontra a parceria dos grupos culturais e, mesmo em Fortaleza, esta parceria resume-se a poucos programas, como ressalté anteriormente no terceiro e quinto capítulos. Entretanto, o substrato relevante para estas reflexões não é o aspecto quantitativo das conquistas das rádios comunitárias, mas a compreensão das contribuições que estas práticas trazem para o fazer de uma proposta comunicativa e educativa na perspectiva de uma lógica que não prioriza a segmentação, como o fazem as rádios comerciais, voltadas para a exploração dos consumidores de um mercado de

bens simbólicos. O propósito das emissoras comunitárias é apresentar a pluralidade cultural para dar visibilidade às manifestações culturais.

A continuidade das experiências não depende de uma decisão teórica (pode até contar com esta para fortalecer-se), mas o movimento cultural e social existente na sociedade fica sujeito à trajetória histórica que será traçada e constituída a partir da própria sociedade, envolvendo nesse caso todos os segmentos, classes sociais e projetos políticos. A contribuição dada aos estudos de recepção revela a necessidade do receptor ser considerado não apenas em sua posição de intérprete ativo das mensagens que reelabora, mas das amplitudes que pode dar a estas informações e representações em suas expressões sociais e culturais gestadas na sociedade. À medida que realizei a pesquisa, os grupos culturais e os gêneros musicais apareceram como fundamentais na análise da proposta das rádios comunitárias. Mas, por razões da delimitação da pesquisa, os resgatei a partir de estudos que problematizaram sua trajetória. Meu objetivo foi, na verdade, ressaltar as especificidades e as relações destes grupos, identificando suas interações com a esfera de consumo. A partir dos ritmos musicais, através dos quais os grupos culturais vinculavam-se à rádio, cheguei às diversas vivências culturais que caracterizaram a recepção percebida na pesquisa, seja no instante mais restrito ao momento da audiência do programa ou a partir de prolongamentos dessas vivências no cotidiano dos receptores.

Seguindo esse caminho constatei que os programas se ligavam a estilos de vivências culturais diversos que, por sua vez, estabeleciam recepções também distintas. Os comentários feitos sobre o programa estavam ligados também a estas vivências culturais, o que me levou à recepção mais individual vivida no âmbito da família, e à recepção mais solidária e interpessoal incentivada pelos programas específicos que reúnem as pessoas em torno de uma vivência cultural. No entanto, esta relação não ultrapassa a dimensão interpessoal quando os aspectos educativos do programa não encontram apoio nos movimentos culturais e sociais populares. Por último, constatei a existência de uma recepção mais integrada a mobilizações culturais e sociais.

Para concluir, creio que foi importante a comparação entre as duas emissoras, pois a realidade sociocultural de Nova Olinda foi ressaltada para a

investigação à medida que o contexto deste município, mais distante dos grandes corredores de consumo, ressaltou que a pluralidade das expressões culturais vividas em Fortaleza pode ser encontrada em Nova Olinda, mas anuncia que neste espaço as proporções das influências obedece a uma intensidade que ocorre mais lentamente. Nesse sentido, o contexto de Nova Olinda não pode nem ser considerado apenas a partir de uma representação do rural repleta de especificidades tradicionais e imaculadas da urbanidade nem tão pouco representar as mesmas configurações das expressões culturais encontradas nos grandes centros de consumo. Faltam ao público os apelos dos espaços de consumo que se concretizam em Fortaleza, mas este não deixa de ser influenciado pelo contexto mais distante e pelos meios de comunicação de massa. Em Nova Olinda, a rádio enfrenta, na verdade, dois empecilhos: os meios de comunicação de massa e o cenário político hegemônico. Embora a Mandacaru em Fortaleza também conte com as dificuldades apresentadas por estes fatores, a emissora tem a seu favor os movimentos culturais mais efetivos questionando e propondo mais uma forma de aproximação com o público, além dos apelos do programa, que neste caso tem uma identificação marcante com o cotidiano dos receptores.

Em termos gerais, a pesquisa de recepção sugeriu-me que é importante refletir se a metodologia utilizada neste trabalho pode ser adaptada ao estudo de recepção em outros meios. Faço essa indagação porque acredito ser relevante ficar sempre atenta às especificidades que envolvem os objetos pesquisados. Creio que não é possível aplicar a mesma fórmula a todas as situações. Por esse motivo, os trabalhos de investigação abordados nesta pesquisa não foram tomados como modelo fiel para a investigação realizada, mas serviram como base para as reflexões principais das observações desenvolvidas na pesquisa de recepção.

Na introdução deste trabalho fiz uma relação entre minhas experiências de pesquisa e o surgimento do tema proposto. Defendi que as pesquisas nascem destes momentos de observação, da reflexão e da experiência do pesquisador. Agora ressalto novamente que as observações e descobertas de minhas reflexões nesta investigação deixam margem para novas discussões e aprofundamentos que podem ser seguidos por mim ou por outros investigadores. Terminei este trabalho com a mente aberta para acompanhar e fazer o mapeamento das atividades culturais promovidas pelos segmentos

culturais que não encontram no mercado seu principal ponto de difusão ou que têm neste apenas a apropriação de parte de suas expressões. Com as pesquisas sobre as rádios comunitárias pareceu-me que existem expressões culturais filtradas pelas indústrias fonográfica e da cultura, mas como este mercado só apropria as experiências com base nos substratos que lhe interessa, ficam de fora partes dos ritmos musicais e dos grupos os quais não conseguem ser adaptados ou adaptar-se à lógica do mercado. Nesse sentido, é interessante compreender se no momento que as manifestações culturais são apropriadas elas desaparecem por completo ou resta delas um fôlego, o que daria margem a sua continuidade ou à existência de outras experiências no futuro. O que aconteceu com o *rock*, o *funk*, o *reggae* ou pode acontecer com o *rap*, dentre outras expressões em termos de apropriação, pode ser contado apenas a partir da trajetória da indústria fonográfica? Por fim destaco que esta temática se apresenta como relevante, mas as prioridades da delimitação da pesquisa não me permitiram abordar a trajetória dessas vivências culturais em suas particularidades.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Helena Wendel. **Cenas juvenis: punks, darks no espetáculo urbano**. São Paulo: Scritta, 1994.

ADORNO, T & HORKHEIMER, J. **A dialética do iluminismo**. São Paulo,

ALBERT, Pierre; TUDESQ, André-Jean. **Historias de la rádio e la televisión**. México: Fundo de Cultura Económica, 1982.

BARBERO, Jesús Martín; MUÑOZ, Sônia. (Coord.). **Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la telenovela em Colombia**. Colombia: Tercero Mundo, 1992.

BARBERO, Jesús Martín. **Dos meios as mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

BARTHES, R. The death of the author IN: **Media texts: authors and readers**, London Open University, 1994.

BIANCO, Nélia R. Del; MOREIRA, Sônia Virgínia. **Rádio no Brasil: tendências e perspectivas**. Rio de Janeiro: Eduerj, 1999.

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais**. São Paulo: HUCITEC, 19986

BOURDIEU, Pierre. **La distinction. Critique sociale du jugement**, Paris, Minuit, 1979.

_____. **Razões práticas**, Campinas, Papirus, 1996.

_____. **As regras da arte**, São Paulo, Companhia das Letras, 1996.

BOURDIEU, Pieere. **Economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1998.

BRUNSDOM, Charlotte; MORLEY, David. **Everyday television: nationwide**. London: BFI, 1978.

BURKE, Peter. **Cultura popular na Idade Média**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

CAMACHO, Gridvia Kúnkar. Bolívia: a experiência autogestionária das rádios mineiras. In: GRIMBERG, Máximo Simpson (Org). **A comunicação Alternativa na América Latina**. Petrópolis: Vozes, 1987.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas**. São Paulo: EDUSP, 1997.

_____. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização.** Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

_____. **Gramsci e as culturas populares na América Latina** in COUTINHO, Carlos Nelson (org), **Gramsci e a América Latina**, Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1986.

CARVALHO, Gilmar de. **Publicidade em cordel.** São Paulo: Maltese, 1994.

_____. **Madeira matriz: cultura e memória.** São Paulo: Annablume, 1998.

CASTANHO, Sérgio Eduardo Montes. **Política cultural: reflexão sobre a separação entre a educação e a cultura no Brasil.** Campinas: Unicamp, 1987.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer.** Petrópolis: Vozes, 1994.

_____. **A cultura no plural.** Campinas, Papirus, 1995.

CHAUI, Marilena. **Conformismo e resistência.** São Paulo: Brasiliense, 1986.

COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO. São Paulo: Moderna, v.4, n.12, mai./ago. 1998.

_____. São Paulo: Moderna, v.4, n.13, set./dez. 1998.

CHARTIER, Roger. **A história cultural, entre práticas e representações** . Lisboa, DIFEL,

COSTA, Márcia Regina da. **Os carecas do subúrbio: caminhos de um nomadismo moderno.** Petrópolis: Vozes, 1993.

COSTA, Maria Tereza P. **O programa Gil Gomes: a justiça em ondas médias.** Campinas: Unicamp, 1992.

DAMASCENO, Francisco José Gomes. **O movimento hip hop organizado do Ceará (1990-1995).** São Paulo: PUC, 1997.

DAVIS, Natalie Zemon. **Culturas do ovo, sociedade e cultura no início da França moderna.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

DIAS, Márcia Tosta. **Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura.** São Paulo: Bomtempo, 2000.

DIÓGENES, Glória **Cartografias da cultura da violência: gangues, galeras e o movimento hip hop.** São Paulo: Annablume, 1998.

ECO, Umberto. **Towards a Semiotic Inquiry into the television Mensage.** In Work Papers in Cultural Studies Birmingham: CCCS, 1965.

_____. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1987.

_____. **Sobre os espelhos e outros ensaios**, Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1989.

FERNÁNDEZ, Adrián José Padill. **Democratização do ar como exercício de cidadania**. São Paulo: USP, 1998.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto alegre: Sagra Lusatto, 2000.

FORD, Anibal. **Navegações**. Rio de Janeiro, UFRJ, 1999.

GINZBURG, Carlo. **O queijo e os vermes**. o cotidiano e as idéias de um moleiro perseguido pela inquisição. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

GIROUX, H. A. Praticando: estudos culturais na Faculdade de Educação. In: SILVA, T. T. da. (Org.). **Alienígenas em sala de aula: uma introdução aos estudos culturais em educação**. Petrópolis: Vozes, 1995.

GOHN, Maria da Glória. **Teoria dos movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos**. São Paulo: Loyola, 1997.

GUERREIRO, Goli. **A Trama dos tambores samba-reggae: invenção rítmica no meio musical de salvador**. São Paulo: USP, 1999.

GUIMARÃES, Eloísa. **Escola, galeras e narcotráfico**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1994.

GUIMARÃES, M. Eduarda A. **Do samba ao pop: a música negra no Brasil**. Campinas: [s.n.], 1998.

HALL, Stuart,. **Culture, Media, Language**, Londres, Centre for Contemporary Cultural Studies, 1992.

_____. Encoding/decoding In: **Media texts: authors and readers**, London Open University, 1994

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de janeiro: DP&A, 1998.

HOBSBAWM, Eric . **O breve século XX: 1914-1991**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

IANNI, Octávio. **Sociedade global**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997a.

_____. **A era do globalismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997b.

JANELA, Almerindo. **Os Lugares da Educação**. In SIMSON, Olga Rodrigues de Moraes von; PARK, Margareth Brandini & FERNANDES, Renata Sieiro. **Educação Não –Formal, cenários da criação**. Campinas Editora da UNICAMP, 2001.

LASWELL, Herold. **A estrutura e a função da comunicação na sociedade**. In COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo, T. A Queiroz Editor, 1987.

LAZARSEFELD. Paul F & MERTON, Robert King. **Comunicação de massa, gosto popular e ação popular organizada**. In COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo, T. A Queiroz Editor, 1987

LOPES, Maria Immacolata V. **O rádio dos pobres: comunicação de massa, ideologia e marginalidade social**. São Paulo: Loyola, 1988.

_____. **Mediações na recepção: um estudo brasileiro dentro das tendências internacionais**. [S.l.]: Intercom, 1998.

MACHADO, A.; MAGRI, C.; MAZAGÃO, M. . **Reforma agrária no ar**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. **Festa no Pedaco. Cultura popular e lazer na cidade**. São Paulo: HUCITEC, 1998.

MATTELART, A. **Comunicação mundo: história das idéias e das estratégias**. Petrópolis: Vozes, 1994.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revista: o caso da Editora Abril**. Campinas: Unicamp, 1997.

MORAES, Eneida. **Histórias do carnaval**. Rio de Janeiro: Record, 1987.

MORLEY, David. **Televisión: audiências y estúdios culturales**. Buenos Aires: Amorrortu, 1996.

NUNES, Marisa A P. Meliani.. **Rádios livres: o outro lado da voz do Brasil**. São Paulo: USP, 1995.

NUNES, Márcia Vidal.. **Rádio e política: do microfone ao palanque**. São Paulo: Annablume, 2000.

OLIVEIRA, Catarina Tereza Farias de . **O direito à palavra: comunicação, cultura e política**. Fortaleza: UFC, 1994.

OLIVEIRA, João Lúcio. **Resistindo, conciliando e vivendo: o cotidiano dos moradores da periferia de Fortaleza**: UFC, 1997.

ORTIZ, Renato. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional**. São Paulo, Brasiliense, 1985.

_____. **Românticos e folcloristas: cultura popular**. São Paulo: Olho D'Água, 1988.

_____. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

_____. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

_____. **Um outro território: ensaios sobre a mundialização**. São Paulo: Olho D'Água, 1997.

PARKIN, F. **Class inequality and political order**. London: Paladin, 1977.

PERUZZO, Maria Cecília Krohling. **Comunicação nos movimentos populares**. Petrópolis: Vozes, 1998.

PRIORE, Mary Del. **Festas e utopias no Brasil colonial**. São Paulo Brasiliense. São Pulo. Olho D'água, 1994.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira. **Carnaval brasileiro: o vivido e o mito**. São Paulo: [s.n.], 1992.

RAMOS, Francisco Regis Lopes. **O verbo encantado: a construção do Padre Cícero no imaginários dos devotos**. Porto Alegre: Unlji, 1998.

RAMOS, José Mario Ortiz. **Televisão, publicidade e cultura de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

RIDENTI, Marcelo. **Em Busca do Povo Brasileiro: Artista da Revolução do CPC a era da tv**. Rio de janeiro – São Paulo, Record, 2000.

ROCCO, Denise. **Rádios Comunitárias no ar**. Petrópolis: Vozes, 1998.

RUBIM, Antônio Albino; BENTZ Ione Maria G ; PINTO, Milton José (Org). **Produção e recepção dos sentidos midiáticos**. Petrópolis: Vozes, 1998.

SÁ XICO, Punk do Piauí, toca rock e invade terra. **FOLHA de São Paulo**. São Paulo, 21 nov. 1998. Caderno Ilustrada, p. 4-10 11/7983

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós moderna: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

SHUSTERMAN, Richard. **Vivendo a Arte: o pensamento pragmático e a estética popular**. São Paulo: Editora 34, 1998.

SILVA, Carlos Benedito Rodrigues. **Da terra das primaveras a ilha do amor: reggae, lazer e identidade cultural**. São Luis: EDUFMA, 1995.

SILVA, José Carlos.Gomes da. **Rap na cidade de São Paulo**: música, etnicidade e experiência urbana. 1998.Tese (Doutorado em Filosofia) - IFCH/UNICAMP, Campinas.

SILVA, R. A. de S. da. **MH₂O**: o movimento *hip hop* em Fortaleza. Fortaleza: Ed. do Autor, 2000.

SILVERSTONE, Roger. **Televisión y vida cotidiana**. Buenos Aires: Amorrortur, [19-996-].

SINSON, Olga Rodriguez de Moraes Von. **Branços e negros no carnaval popular paulistano (1914-1988)**. São Paulo: USP, 1989.

SIMSON, Olga Rodrigues de Moraes von; PARK, Margareth Brandini & FERNANDES, Renata Sieiro. **Educação Não –Formal, cenários da criação**. Campinas Editora da UNICAMP, 2001.

SOUSA, Mauro Wilton de. **Sujeito**: o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 1994.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**. Teoria social e crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1990.

_____. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia Petrópolis: Vozes, 1998.

TINHORÃO, José Ramos. **As festas no Brasil colonial**. Rio de janeiro: Editora 34, 2000.

VIEIRA, Sulamita.2000. **O sertão em movimento**: a dinâmica da produção cultural. São Paulo: Annablume, 2000.

ULLOA, Alejandro. **Pagode**: a festa do samba no Rio de Janeiro e na América.Rio de Janeiro: Multimaías, 1998.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**, Lisboa, Presença, 1999.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.