



## Comunicação no Cariri: uma análise sobre as rádios de Barbalha, CE<sup>1</sup>

Naiara Carneiro de OLIVEIRA<sup>2</sup>

Déborá Silva COSTA<sup>3</sup>

Antonio Pinheiro TORRES NETO<sup>4</sup>

Carla Adelina Craveiro SILVA<sup>5</sup>

Luís Celestino FRANÇA JR<sup>6</sup>

Universidade Federal do Ceará - Campus Cariri, Juazeiro do Norte - CE

### RESUMO

Analisar as mídias é de fundamental importância para a compreensão da comunicação e da cultura contemporânea. Este artigo se propõe a apresentar discussões e resultados parciais obtidos com o andamento do Projeto de Monitoria de Graduação – Mapeamento das Práticas Comunicacionais da Região Metropolitana do Cariri. Tais discussões são permeadas por conceitos ligados à concepção de cultura de massa e que nesse trabalho podem ser inseridas na análise do funcionamento das rádios da cidade Barbalha, Ceará.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mapeamento; Barbalha; Rádio; Cariri.

### 1. INTRODUÇÃO

Tentaremos compreender a lógica de funcionamento das rádios de Barbalha<sup>7</sup> relacionando-a com a visão do primeiro curso de graduação em Comunicação Social -

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de junho de 2011.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFC, email: [naiara\\_nco@yahoo.com.br](mailto:naiara_nco@yahoo.com.br).

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFC, email: [debora-s.costa@hotmail.com](mailto:debora-s.costa@hotmail.com).

<sup>4</sup> Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFC, email: [toinho\\_62jua@yahoo.com.br](mailto:toinho_62jua@yahoo.com.br).

<sup>5</sup> Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFC, email: [carlaadelina@hotmail.com](mailto:carlaadelina@hotmail.com).

<sup>6</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFC, email: [luis-celestino@uol.com.br](mailto:luis-celestino@uol.com.br)

<sup>7</sup> Barbalha é uma cidade do Cariri, região Sul do Ceará, a 610km de distância de Fortaleza, entre as cidades de Crato e Juazeiro do Norte. Foi fundada em 1876 e possui aproximadamente 52.000 habitantes (IBGE 2010), IDH 0,687, e um PIB de R\$ 204.980. A economia do município tem sua base no comércio, na agricultura e no turismo.



Jornalismo instalado na região. Esse é um dos alvos do Projeto de Monitoria de Graduação Mapeamento das Práticas Comunicacionais da Região Metropolitana do Cariri, que se constitui numa ação integrada e permanente de reconhecimento do campo de atuação profissional em Jornalismo e dos processos de Comunicação e Cultura existentes no Cariri.

O mapeamento tem realizado visitas técnicas a entidades/ grupos/ experiências do setor da Comunicação Social existentes na região, inicialmente nas cidades de Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha. Através das visitas às rádios, às emissoras de televisão, às redações de jornais impressos e a outras formas de comunicação que venham se desenvolvendo no Cariri, será traçado um histórico desses meios, o contexto em que surgiram, os traços culturais dos mesmos, e mais especificamente, como se dão as práticas jornalísticas dentro desses veículos.

Além disso, o mapeamento também prevê a organização de seminários sobre temas relacionados às práticas comunicacionais na região, a sistematização e disponibilização dos dados coletados para trabalhos acadêmicos, para aproximar o projeto às disciplinas do curso, a criação e manutenção de ambiente virtual como ferramenta de aprendizagem<sup>8</sup>, e a realização de ações e eventos diante dos dados obtidos. Com isso, pretendemos aproximar as atividades do curso à realidade local, adaptando a matriz curricular às necessidades e características daquilo que já é feito em jornalismo no Cariri, mas sempre atentos às mudanças que serão necessárias no setor, uma vez que a profissionalização adequada é de fundamental importância.

Trata-se de um trabalho complexo e indispensável, pois desta forma chegaremos a um possível entendimento da realidade comunicacional na região e quais são as necessidades, as dificuldades e as peculiaridades desse campo de atuação que os futuros profissionais de Jornalismo irão encontrar. Através dos resultados iniciais obtidos com o projeto, fomos instigados a compilá-los em forma de análise sob alguns aspectos por nós já estudados na graduação de jornalismo.

---

<sup>8</sup> No caso, o blog Mapa-Mídia: <http://mapa-midia.blogspot.com/>



Primeiramente, relacionaremos a questão da radiodifusão com os estudos acerca do conceito de Indústria Cultural, fornecido pelos teóricos da Escola de Frankfurt. A relevância de tal perspectiva está na possibilidade de se verificar, até que ponto, o modo atual de se produzir rádio na cidade de Barbalha aproxima-se dos estudos citados.

Essa primeira análise possibilitará um contraponto baseado nos argumentos dos Estudos Culturais, buscando enfatizar o debate sobre identidade e tradição, incentivado pela própria localização regional da cidade em questão e pelos dados parciais já colhidos.

Diante da exposição desse panorama teórico, torna-se necessária a abordagem da metodologia de trabalho escolhida para a obtenção das informações almejadas. A pesquisa de campo apresenta-se como a única postura adequada aos interesses do projeto. Conseqüentemente exploraremos as situações geradas a partir dessa metodologia, ancorados na explanação teórica, como também nas situações já experienciadas.

Buscar-se-á ainda uma sucinta contextualização histórica da radiodifusão no Brasil, relacionando os pontos à realidade local. Exposto tal cenário de investigação, chegaremos aos casos particulares vivenciados em cada uma das quatro rádios trabalhadas. A ênfase partirá da problematização de alguns aspectos pré-estabelecidos para análise, entre eles o pertencimento da concessão do veículo comunicacional, a estrutura física desses locais, a equipe de profissionais, e o conteúdo transmitido por cada uma dessas rádios.

Esse último item receberá maior detalhamento, uma vez que um dos principais pontos de observação está voltado para a forma de produção jornalística, quando presente no veículo. Observando-se a carência nessa área de produção, voltar-se-á para aquela de expressão majoritária, que é de programação musical.

## **2. RÁDIO E CULTURA DE MASSA**

A construção do meio social, no qual estão inseridos os usos que o indivíduo faz das práticas midiáticas, gera situações interdependentes de realização e assimilação de processos econômicos e culturais. Ao longo da história, as inovações tecnológicas e os mecanismos de atuação da mídia foram alvos de várias análises e críticas que



contribuíram para a construção de um panorama explicativo das formas como a mídia se coloca na sociedade.

O surgimento e o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa marcam uma postura de interpretação da cultura como algo constituído sob lógicas de mercado. Uma relação que ocorre devido à característica indissociável que os meios comunicacionais tem em relação aos processos culturais e às trocas de bens simbólicos inerentes a tais processos.

O termo Indústria Cultural foi cunhado por Theodor Adorno e Max Horkheimer em meados da década de 1940. Nele, a relação entre o homem, a cultura e o consumo é interpretada como forma de integração cultural e de afastamento do indivíduo da reflexão crítica sobre a realidade. Segundo Rüdiger, “a expressão designa uma prática social, através da qual a produção cultural e intelectual passa a ser orientada em função de sua possibilidade de consumo no mercado” (2001, p.138).

Nesse sentido, os setores de produção de bens culturais deliberadamente se integram à procura da sobrevivência dentro da dinâmica do mercado capitalista. A visível semelhança e a conseqüente padronização dos produtos e, por extensão, de cultura é causada por esse processo de integração. “A cultura contemporânea a tudo confere um ar de semelhança. Filmes, rádio e semanários constituem um sistema. Cada setor se harmoniza em si e todos entre si” (ADORNO apud COHN, 1975, p.7).

A relação da produção dos bens culturais pelos meios de massa sofre inúmeras críticas. Uma das principais direciona-se a essa interação da qual surge um posicionamento que coloca o indivíduo numa situação de homogeneização e alienação. Assim, não só os bens culturais são encarados como elementos padronizados, o público também o é; além da ideia do distanciamento que ocorre entre os meios de produção cultural e os seus receptores. Assim, tal postura faz-se perceptível em realidades midiáticas diversas. Adorno, ao argumentar sobre as especificidades do predomínio do uso do telefone para o uso do rádio, contesta a possibilidade de ampliação do acesso à informação trazida pelo rádio. “Este, democrático, torna todos os ouvintes iguais ao sujeitá-los, autoritariamente, aos idênticos programas das várias estações” (2002, p.9).



Em termos gerais, a cultura de massa é criticada por meio de argumentos que a definem como autoritária. No entanto, para Umberto Eco essas argumentações pautam-se na concepção de cultura como detentora de formas de manutenção de tradições, portanto, conservadora. “Porque, no fundo, há sempre a nostalgia de uma época em que os valores da cultura eram um apanágio de classe e não estavam postas, indiscriminadamente, à disposição de todos” (ECO, 2008, p.36).

Dessa forma, há contrapontos quanto à análise da atuação da cultura de massa. Os valores que são agregados aos bens simbólicos nela produzidos podem ser internalizados pelos consumidores de acordo com suas singularidades, os interpretando assim como atores que protagonizam tensionamentos nas possibilidades de consumo. Tais tensionamentos contestam os conceitos tradicionais referentes à cultura e incluem a possibilidade de um processo de desalienação, pois, a partir deles, são consideradas as intervenções do consumidor nas práticas que validam a produção de bens simbólicos e de produtos midiáticos.

### **3. RÁDIOS DE BARBALHA**

A ida a campo envolve o dilema que a antropologia vai chamar de “choque cultural”, tanto para o pesquisador, quanto para a comunidade pesquisada. A presença do pesquisador modifica o ambiente. “As pessoas geralmente se sentem desconfortáveis com um estranho em seu meio.” (WAGNER, 2010, p. 32) Mudanças de ações, reações e discursos puderam ser notadas quando os entrevistados depararam-se frente ao gravador, relatando a realidade das rádios em que trabalham. A presença da equipe de mapeamento de certa forma causou estranhamento, desconfiança e receio em alguns deles.

Mas o meio também modifica o pesquisador, pois, ao entrar em contato com uma realidade diferente da sua, ele “identifica novas potencialidades e possibilidades de se viver a vida, e pode efetivamente passar ele próprio por uma mudança...” (IDEM, 2010, p. 30) Nas visitas técnicas, obtivemos lições práticas que adaptaram e aperfeiçoaram tanto nossa forma de abordagem, como também nossas concepções sobre a realidade das rádios barbalhenses.



**Visita à rádio Cetama AM**



**Visita à rádio Barbalha FM**





**Visita à rádio Centro Maciel Silva**



**Visita à rádio Caldas FM**

É inevitável que o pesquisador tenha consigo, no período que antecede a ida a campo, expectativas quanto àquilo que espera realizar e noções pré-concebidas sobre os indivíduos, locais e situações que irá encontrar. Nesta experiência de mapeamento realizada nas rádios de Barbalha não foi diferente. Apesar de sermos pesquisadores iniciantes, mas esta atividade possui algumas características do trabalho de um antropólogo: tem uma rotina estabelecida, envolve “entrevistar pessoas, observar e tomar notas, participar de atividades locais” (IDEM, 2010, p. 49), resultando na produção de uma espécie de conhecimento.



“É evidente que um pesquisador deve ser tão imparcial quanto possível, na medida em que esteja consciente de seus pressupostos.” (IDEM, 2010, p. 28) O pesquisador não deve estar preso a métodos e pré-conceitos, que são naturais e necessários, e devem orientar a pesquisa, não engessá-la. Segundo Roy Wagner, a objetividade absoluta é impossível, mas há a possibilidade de uma “objetividade relativa”, trazendo a ideia de “relação” entre duas realidades.

Antes das visitas técnicas realizadas, já tínhamos conosco algumas expectativas, e a maioria delas foi se confirmando ao longo do mapeamento. Esperávamos encontrar rádios associadas a grupos religiosos ou políticos, com estrutura física precária, profissionais com formação mínima, programas jornalísticos pouco especializados, exploração comercial do veículo e predominância de música na programação.

Com relação à concessão, o que se observou foi que, das quatro rádios de Barbalha, duas delas pertencem a pessoas físicas, no caso a rádio Cetama AM, cujo proprietário é Antônio Gondim Sampaio, e a rádio Centro Maciel Silva, de Pedro Antonio da Silva. A Caldas FM é propriedade da Sociedade Civil para o Desenvolvimento de Barbalha, e a rádio Barbalha FM, teoricamente, pertence à Fundação Francisco Gurgel Corrêa. Mas, na investigação realizada, foi notória a ligação desta emissora a um grupo político da região. O próprio Francisco Gurgel Corrêa é vereador da cidade de Barbalha pelo partido PSDC. Surge aí uma problemática: um veículo de comunicação pertencente a um indivíduo político.

Foi observada nas rádios uma tendência à melhoria na estrutura. Duas delas estavam passando por reformas, a Barbalha FM e a Cetama AM. Nesta última, as instalações contam com uma redação para a produção de notícias e dois estúdios, um para produção publicitária e outro para apresentação dos programas. Na Barbalha FM a precariedade no funcionamento era evidente, pois, por conta da reforma, todos os setores estavam funcionando de forma improvisada na recepção da rádio. Os estúdios das rádios Centro Maciel Silva e Caldas FM são mais simples, já que não demandam um aparato técnico tão complexo, devido ao fato de a primeira ser uma radiadora (ou difusora), sendo transmitida apenas em caixas de som no centro da cidade, e a segunda ser uma rádio comunitária, com alcance quase que exclusivo à comunidade do Distrito Caldas.





A formação técnica dos profissionais que trabalham nessas rádios era, de fato, mínima. Alguns poucos fizeram um curso ofertado pelo Sindicato dos Publicitários e Radialistas do Estado do Ceará, realizado de três em três anos na região do Cariri, com duração de dois meses, um mês de aulas teóricas e 240h de prática, que correspondem a um mês de estágio na rádio que indicou o funcionário ou o candidato para a qualificação.

A representação sindical no Cariri não tem sede própria e é vinculada ao Sindicato de Fortaleza, que existe desde 1963. A abrangência não é delimitada por uma área de atuação específica. Uma questão trabalhista em Iguatu, por exemplo, que está localizado em outra região do Estado do Ceará, pode ser resolvida pelo representante do Sindicato no Cariri, Antonio Vieira Sobral. Ele afirmou que a atuação do Sindicato se dá por meio de afinidades, independente da cidade. Parte desse trabalho consistia em saber o número de radialistas sindicalizados, mas o grupo de mapeamento não obteve a informação junto ao Sindicato.

Não foi encontrado nenhum profissional graduado em Comunicação Social - Jornalismo atuando nas rádios de Barbalha. No entanto, dois profissionais afirmaram ter cursado, mas não concluíram a graduação na área. Mesmo não havendo profissionais graduados em Comunicação, o jornalismo é presente nas rádios de Barbalha, especialmente na Cetama AM, que possui quatro programas jornalísticos de segunda a sexta. Josélio Fidélis de Araújo é o apresentador de alguns desses programas e o responsável pela apuração e redação de notícias locais, tanto para a programação, quanto para atualizar o site da emissora. A seleção de informações a nível estadual, nacional e internacional é feita a partir de sites e jornais impressos.

Na rádio Barbalha FM também há um programa jornalístico, o Barbalha Urgente, apresentado atualmente por Cícero Lúcio. O conteúdo do programa está voltado para a veiculação de notícias que interessem aos barbalhenses, além de haver espaço para denúncias da população, tanto por telefone, quanto pessoalmente. Foi um fato observável na visita realizada como as fontes utilizadas para noticiar os acontecimentos da região eram buscadas na hora, pela internet, sem nenhuma precaução ou seleção anterior. Destaca-se aqui também que o veículo de comunicação rádio tem sua própria linguagem, sua formatação, e o que foi visto na Barbalha FM foi a leitura de textos de sites, blogs e até emails diretamente da internet.



Na rádio Centro Maciel Silva e na Caldas FM não há programas jornalísticos. Nesta última há apenas a veiculação de informações de interesse da comunidade ao longo da programação, obtidas em outros veículos de comunicação da região. O enfoque no jornalismo local é uma tendência de todas as rádios analisadas. “O rádio de caráter nacional [...] deixou de ter razão de existir, voltando-se mais para os aspectos regionais, ligado à comunidade em que atua.” (ORTRIWANO, 1985, p. 28)

Segundo Gisela Ortriwano, “o rádio - falando exclusivamente das emissoras comerciais - vive exclusivamente do faturamento originado pela publicidade.” (IDEM, 1985, p. 28) Mas essa foi uma realidade evidente em todas as rádios visitadas, não apenas nas comerciais. A programação da rádio Centro Maciel Silva é essencialmente música intercalada com a veiculação de conteúdo publicitário de algumas lojas barbalhenses. Mesmo as emissoras que são oficialmente comunitárias ou educativas (no caso, as rádios Barbalha e Caldas FM, respectivamente) veiculam a publicidade sob a denominação de “apoio cultural”, que é mais barato que os patrocínios das rádios comerciais. É comum também a prática da venda de horários da programação para interessados, como igrejas, e até mesmo para a assessoria de imprensa da prefeitura de Barbalha, que produz o programa jornalístico Barbalha in Foco, exibido de segunda a sexta nas principais emissoras.

#### **4. PROGRAMAÇÃO**

No quesito programação, o que pôde ser observado nas quatro rádios visitadas foi a presença predominante de programas musicais. Num contexto em que nos cabe analisar com mais ênfase as práticas de produção jornalística, esse dado recebe destaque. Torna-se necessário reconhecer o papel social exercido por esses programas musicais veiculados, além de se verificar se o gênero musical transmitido está de acordo com as normas de funcionamento da categoria em que cada rádio está classificada. Admitindo o rádio como meio de comunicação de massa, entra em cena a seguinte questão:

Como se pode perceber nas críticas musicais, a idéia dos gêneros na música popular massiva está ligada a vários processos de mediação presentes no consumo musical, mas que desde já, mostra-se muito mais complexo do que sua conexão com a exploração comercial dos gêneros pelas grandes indústrias de comunicação (JANOTTI, 2003, p. 35).



Problematizando a própria localização e temporalidade nas quais as rádios em questão se inserem, foi identificada nos discursos dos entrevistados a preferência de gênero musical adotado. Todos demonstraram rejeição a músicas que contenham letras com duplo sentido ou que façam alusão à violência e ao consumo de drogas e bebidas alcoólicas. Essa postura chama a atenção, uma vez que um dos ritmos mais populares do interior do Ceará, o forró, está muitas vezes associado ao tipo de conteúdo que as rádios dizem evitar. De acordo com Janotti:

Os prazeres proporcionados pela música popular massiva, os valores, gostos e afetos que ela comunica, em geral, estão relacionados com “estórias” que elas contam sobre os consumidores potenciais dos diversos gêneros que compõem o cenário do consumo musical na cultura contemporânea. Assim, quando examinamos o modo como os elementos musicais produzem sentido (o som, a voz, as letras, o ritmo), nós não podemos deixar de relacioná-los com os códigos de gênero: os prazeres da cultura popular massiva são prazeres inscritos (parcialmente) nos gêneros midiáticos (IDEM, 2003, p. 36)

Certamente essa exclusão de ritmo não pode ser generalizada, visto as inúmeras dificuldades em se definir o que é realmente forró e o que não é. Nesse debate geralmente surge a questão da originalidade e da tradição. Muitos ainda se apegam na defesa do ritmo dito “de raiz”, aquele feito como no passado, ignorando as práticas atuais e condenando os hibridismos que naturalmente ocorrem em detrimento da imobilidade cultural.

A tradição de uma cultura, como afirma Albuquerque Jr., seria uma repetição constante e perpétua, sem modificações temporais e de significação. Se imaginarmos o Cariri desta forma (em uma lógica de identidade e tradição), as rádios visitadas até o momento na cidade de Barbalha deveriam atuar de forma também tradicional e assim, reverberando a identidade regional que “nos pertence”. O que há em tal pensamento é um percurso imagético-discursivo construído ao longo dos anos de diferentes formas, seja pela mídia, através de projetos governamentais ou pelos indivíduos “pertencentes” a dada região.

Até o momento trabalhamos com rádios classificadas em quatro categorias distintas: uma comercial, uma educativa, uma radiadora e uma comunitária. Curiosamente, até mesmo a rádio Cetama AM (comercial) alega realizar essa seleção do conteúdo musical.



Mesmo quando é o próprio ouvinte que solicita certa música que não corresponda a política da rádio, eles evitam reproduzir. No caso da Barbalha FM (educativa), foi observado que há, teoricamente, a opção pela diversidade musical. Diversidade essa que chega a fugir daquilo que é esperado de uma rádio educativa.

A rádio Centro Maciel Silva (radiadora) possui particularidades, uma vez que sua transmissão se dá via cabo apenas nas caixas de som distribuídas nos postes da Companhia Elétrica do Ceará (Coelce) do centro da cidade. Seu objetivo é exclusivamente a veiculação de publicidade e de música para o entretenimento. Nesse caso, qualquer pessoa tem acesso ao conteúdo, bastando apenas estar ao alcance das caixas de som. A opção por estilos musicais semelhantes, como o pop nacional e a MPB, dificultam a identificação regional da rádio através das músicas, considerando que seu repertório certamente seria reproduzido em qualquer região do país.

Na rádio Caldas FM (comunitária), o conteúdo direciona-se para a comunidade e todas as suas características e anseios próprios, o que de certa forma facilita a escolha musical. No entanto, assemelha-se as demais, posto que as preferências musicais se aproximam dentro de uma mesma região/cidade.

Parcialmente, os dados até agora obtidos apontam para uma convergência ideológica, característica da prática de radiodifusão na região metropolitana do Cariri: predominância musical, com certa diversidade de gênero e jornalismo escasso ou inexistente.

Potencialmente, há a possibilidade de que tais rádios possam, ao mesmo tempo, dialogar e revestirem-se com diferentes fluxos culturais (pensando aqui tanto em uma programação musical, como noticiosa). Essa perspectiva vai de encontro a uma dimensão expansiva, onde há a quebra dos territórios geográficos e identitários. Quando se fala tanto na palavra diálogo, referindo-se as rádios e as possibilidades culturais existentes no meio social do Cariri, o que se quer dizer seria, não uma obrigatoriedade, mas uma forma de relacionamento onde as formatações de um veículo de comunicação massivo como o rádio e sociedade, espaço onde ocorre geração de sentido cultural, possam ser interdisciplinares, se comuniquem.



O privilégio dado pelas rádios comerciais para o atendimento às suas propostas de programação e aos interesses de seus contribuintes dificulta as possibilidades de seu uso como espaço de expressão acessível a todas as parcelas da população. Nesse contexto, as rádios comunitárias se apresentam como uma alternativa para a publicização dos temas que dizem respeito a uma região ou comunidade específica que não ganharia visibilidade se colocada diante das propostas de rádios comerciais. Apesar de ter o alcance reduzido e de lidar com limitações estruturais e de arrecadação de recursos, o funcionamento das rádios comunitárias são importantes formas de articulação comunicacional na dimensão local.

“Entretanto, no Brasil, não se teve a implantação do rádio comercial em oposição ao modelo hegemônico do 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.” (OLIVEIRA, 2007, p. 68)

## 5. CONCLUSÃO

Esta comunicação apresenta resultados parciais do Projeto de Monitoria das Práticas Comunicacionais da Região Metropolitana do Cariri, que nesta fase inicial, se propõe a mapear e tecer reflexões sobre as emissoras de rádio da cidade de Barbalha.

Para que melhor se compreendam os pressupostos que validam o funcionamento de veículos de comunicação, faz-se necessário que questões relacionadas ao seu papel na sociedade e às tramas nas quais eles estão envolvidos sejam problematizadas. Nessa perspectiva, a discussão acerca da ideia da indústria cultural congrega-se com os conceitos de identidade e tradição direcionando-nos a uma avaliação da realidade sócio-cultural dos veículos analisados. Pois, a forma como cada um desses conceitos se constrói em uma determinada situação constitui o panorama sobre o qual as análises são realizadas.

O rádio é um meio de comunicação de massa que explora o caráter intimista e emocionalmente apelativo da oralidade. Devido a tais características, a radiodifusão se instituiu e ainda se institui como instrumento e alvo tanto de anseios governamentais e publicitários quanto de anseios dos setores populares. Dentro desse contexto, a



percepção que norteia as reflexões sobre os dados coletados durante as visitas técnicas do projeto de mapeamento podem estar embasados por ideias pré-concebidas. Nesse sentido, a apropriação de mecanismos conceituais antropológicos, como os pontos relacionados à ida a campo e ao estranhamento causado pelo contato de indivíduos de culturas diferentes, é uma maneira de formatar uma metodologia de atuação do mapeamento e uma forma de evitar que as conclusões das análises sejam comprometidas por conhecimentos prévios desprovidos de valor científico.

Ao serem eleitos pontos segundo os quais todas as emissoras de rádio são analisadas, pretende-se facilitar a compreensão dos dados e viabilizar uma possível comparação entre a situação da concessão, a estrutura física, a programação e o predomínio de conteúdo veiculado, seja jornalístico ou musical. Nas rádios barbalhenses, apesar de ainda haver certa precariedade, constatou-se uma tendência à melhorias nas estruturas físicas das rádios.

Os programas jornalísticos estão presentes na programação de duas delas, Cetama AM e Barbalha FM, mas a realização dos mesmos se dá de formas distintas. Percebeu-se também que a valorização do conteúdo musical é uma forte marca da programação de todas elas. É de igual importância para o projeto constatar a quantidade de profissionais com graduação em Jornalismo atuando nas emissoras, nas rádios analisadas, não foi constatada a presença de nenhum profissional com esse perfil. No entanto, a maioria deles tem formação proveniente do curso de radialista ofertado pelo Sindicato dos Publicitários e Radialistas do Estado do Ceará.

Nestas considerações finais é necessário ainda destacar o caráter de continuidade do projeto de mapeamento de graduação das práticas comunicacionais do Cariri e os seus futuros desdobramentos. O artigo em questão pode ser considerado como fruto de um dos primeiros passos do trabalho em desenvolvimento ao ter como recorte espacial uma das três cidades (Barbalha) que integram o projeto de mapeamento. Ou seja, ainda no decorrer do ano de 2011 visitaremos as cidades de Crato e Juazeiro do Norte e, obrigatoriamente, as rádios presentes nos municípios, propiciando a sistematização de mais dados.





O caráter metodológico que reveste o projeto de mapeamento pode vir ainda a viabilizar variadas possibilidades no campo de estudos da comunicação, mais precisamente, no contexto do Cariri Cearense. Sendo assim, imaginemos que uma das possibilidades trazidas pelo trabalho aqui descrito seja o auxílio como fonte de pesquisa para artigos e até Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC) na graduação em Jornalismo. Além disso, grupos de estudo, grupos de pesquisa ou projetos de extensão podem vir a surgir a partir do mapeamento, pensando aqui na lógica de ensino, pesquisa e extensão prezados pela universidade. É preciso então trabalhar em torno da ideia de desenvolvimento ou andamento do projeto em questão, isso ajuda em uma melhor compreensão do mesmo.

Sabemos das limitações do artigo aqui apresentado, por isso vale ressaltar que as proposições iniciais deste estão à disposição de outros pesquisadores para críticas ou aperfeiçoamentos.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. A Indústria Cultural. In: COHN, Gabriel (org). **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Editora Nacional, 1975.

ADORNO, Theodor. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ALBUQUERQUE JR, Durval Muniz de. Fragmentos do discurso cultural: por uma análise crítica do discurso sobre a cultura no Brasil. In NUSSBAUMER, Gisele (org). **Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, 2007.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectivas, 2001.

JANOTTI JR, Jeder Silveira. À procura da batida perfeita: a importância do gênero musical para a análise da música popular massiva. **Eco-Pós**, Mídia, Música (pop)ular e sociedade, Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, p. 35-36, agosto a dezembro de 2003.

OLIVEIRA, Catarina Tereza de. **Escuta Sonora: Recepção e cultura popular nas ondas das rádios comunitárias**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

ORTRIWANO, Gisela. **Informação no rádio: os grupos de poder e determinação de conteúdo**. São Paulo: Ed. Summus, 1985.

RÜDIGER, Francisco. A escola de Frankfurt. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera (org). **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Ed. Vozes, 2001.

WAGNER, Roy. **A invenção da cultura**. São Paulo: Ed. Cosac Naif, 2010.