



## **De Caixeiros Viajantes e Educadores Filantropos – a orientação do rádio à época de sua implantação no Ceará<sup>1</sup>**

Edgard Patrício<sup>2</sup>

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

### **RESUMO**

A Ceará Rádio Clube foi a primeira emissora legalmente instalada no estado do Ceará, em 1934. Teria a Ceará Rádio Clube se orientado por um viés educativo quando de sua instalação? Seria a PRE-9 uma representante à altura do pensamento de Edgard Roquete-Pinto, que sonhava em um rádio ‘levando’ a educação para segmentos cada vez mais amplos da sociedade? Ou a emissora teria de curvado ao tino comercial de seu fundador, João Dummar, e se transformado num instrumento para a consolidação de sua inserção no mercado consumidor fortalezense, através da Casa Dummar, também de sua propriedade, e que comercializava, inclusive, aparelhos receptores de rádio? Esse trabalho expõe elementos de análise que tentam esclarecer essas indagações.

**PALAVRAS-CHAVE:** História; Rádio; Ceará.

### **De Caixeiros Viajantes**

Alguns elementos aproximam a Ceará Rádio Clube, quando de sua instalação, de uma orientação comercial. A tradição da família Dummar, do ramo do comércio, e de um povo mundialmente conhecido pelas suas habilidades no trato com o mercado, o povo sírio-libanês, fazem crer que os interesses comerciais não poderiam estar ausentes na utilização da emissora.

A participação de João Dummar nas experiências com o rádio tem seu primeiro registro no jornal Correio do Ceará na edição de 8/6/1931. O local da audição foi o Clube Iracema. A matéria do Correio alude que no dia anterior uma ‘audição’ no Clube Iracema fez muito sucesso. Os encontros se constituíam em ‘reuniões íntimas’ nos elegantes salões do clube. A audição de rádio constituiu uma nota de grande relevo, tendo impressionado muito bem.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Jornalista e doutor em Educação. Professor Adjunto do Curso de Jornalismo (Instituto de Cultura e Arte), da Universidade Federal do Ceará. [edgard@ufc.br](mailto:edgard@ufc.br)



Houve animadas dansas até 11 horas da noite. (...) No próximo dia 12, sexta-feira, haverá outra reunião com o mesmo caráter de intimidade da de ontem. (...) A Casa Dummar, a cargo da qual estão as irradiações do Iracema, vai preparar um programma excelente, dele fazendo parte uma conferência do Leota (Leonardo Mota).

O radialista Valdemar Caracas confirma os acontecimentos.

Isso era aonde é a Caixa Econômica hoje [na Praça do Ferreira]. É ali. Aquele prédio parece que se chama edifício... [silêncio] Edifício Guarani. É? Pois sim. Aquilo ali foi ser o Clube Iracema. Não durou ali o Clube Iracema. Aí foi ali em baixo um salão de bilhar e tal. E foi indo, foi indo e acabou na Caixa Econômica. Tá ouvindo. Naquele prédio... Ali tinha, eu me lembro, que tinha, me lembro que tinha um... mas não era rádio não. Era... Um alto-falante daqui. Daí a pouco tempo a propaganda política era feita através de alto-falante.

A Casa Dummar, como era conhecida, era representante da Philips do Brasil, da Rádio Brunswick Corporation, da Companhia Brunswick de Bilhares, dos Pianos Essenfelder e do automóvel Skoda, de fabricação tcheca. Na seção de discos, os mais recentes lançamentos estrangeiros, inclusive os de música clássica. Além de apreciador da música, João Dummar também era conhecido pela arte de saber vender. “Se aparecesse um freguês interessado em comprar um bom piano, ele abria o reluzente Essenfelder e tocava como um músico inspirado, mostrando a qualidade do produto” (DUMMAR FILHO, 2004, p. 21).

Sua habilidade em vender era tanta que, ao receber o intelectual Parsifal Barroso, futuro governador do Estado, começaram a conversar descontraidamente sobre música erudita. Por fim, Parsifal despediu-se e acabou saindo com um pacote de discos de música clássica. Encontrando-se com um amigo comentou: - Ora, comprei discos, mas nem vitrola eu tenho. (idem, p. 22)

João Dummar “sonhava em implantar a primeira estação de rádio do Ceará”, o que “traria um enorme benefício para a cultura cearense com a democratização do espaço cultural, antes reservado a uma minoria de eruditos” (idem, p. 25). Seria apenas essa a intenção de João Dummar a perseguir a implantação da estação de rádio? Uma visão de democratização do acesso à cultura? Estaria João Dummar sintonizado com as expectativas das primeiras emissoras de rádio, de uma pretensa orientação educativa? Ou seus instintos de comerciante, em sintonia com as novidades que já se consolidavam na Europa e nos EUA, o faziam sonhar também com o crescimento de seus negócios?



Um detalhe a ser lembrado é que a Casa Dummar era revendedora de diversas marcas de aparelhos receptores de rádio. Mesmo que não existisse nenhuma emissora oficial no Ceará, os aparelhos podiam captar as produções realizadas por emissoras de outros estados, mesmo outros países.

Em 1932, o Clube obtinha licença, a 16 de agosto, para transmitir sob o prefixo PRAT. E entrava em sintonia com o alastramento do rádio pelo mundo, como demonstra a eloquência de matéria saída no Correio do Ceará, edição de 18/4/1932.

A admirável invenção que é o rádio invadiu já os mais indiferentes campos de actividade do homem. Vantagens incontáveis trouxe para o conforto e para o progresso da humanidade a espantosa descoberta, cujas efeitos maravilhosos a geração actual aprecia e sente em toda a sua intensidade. Em consequencia do rádio, passan-se hoje, cousas que os artigos suppunham incríveis e irrealisáveis. As dificuldades produzidas pelas distancias enormes desapareceram com a portentoso invento, dando lugar á communicação rapida e efficiente entre os mais longinquos pontos do globo. Os países, hoje em dia, por meio de um simples aparelho, conversam entre si, intensificando e alargando as relações de amizade, commerciaes e culturaes, o que, necessariamente é factor de grande importancia no seu desenvolvimento e grandeza. O emprego do rádio tem proporcionado melhoramentos preciosos em todos os ramos da actividade humana as suas applicações crescem consideralmente, trazendo vantagens e aumentado, de tal sorte, a sua utilidade.

A emissora foi instalada, “de modo precário”, a 19 de setembro de 1933, aguardando o licenciamento oficial que afinal seria concedido pela portaria 415, de 30 de maio de 1934.

A natureza comercial das primeiras irradiações deixa esse aspecto mais nítido, quando enseja protestos de vendedores praticistas que se sentem incomodados com a estratégia agressiva da publicidade radiofônica. A reclamação aparece numa ‘carta do ouvinte’ saída na edição do Correio do Ceará de 22/1/1935. O ouvinte é um vendedor ‘praticista’, autônomo. A ortografia foi adaptada à atualidade.

Ilmo. sr. Redator do ‘Correio do Ceará’. Em experiência vêm os srs. Dummar & Cia., donos da PRE-9, irradiando, diariamente, programas de discos musicais, e com estes fazendo propaganda de artigos em venda no seu estabelecimento, especialmente de rádio. “Nada temos que ver com os programas musicais dos srs. Dummar & Cia., que, de fato, só podem agradar e deleitar os ouvintes, nem tão pouco com a propaganda de seus produtos de comércio. Entretanto, como, na propaganda que esses srs. Fazem no rádio de que são vendedores, se servem da estação PRE-9 para difamar ou caluniar uma classe honesta, a dos praticistas,



de que me orgulho de pertencer, era natural, que o humilde subscritor destas linhas não pode ficar calado, e, assim fosse pedir agasalho no vosso conceituado órgão, servindo-se dessa poderosa válvula, a imprensa para expressar algumas verdades e, ao mesmo tempo, contraditar e confundir aqueles que procuram ofender uma classe tão laboriosa e honrada como outras quaisquer que sejam. “Deselegante, desprimorosa e desconhecida, fora da ética das transmissões de rádio, é essa forma esquisita de se servir de uma emissora das ondas hertzianas para deprimir quem quer que seja, procurando levar ao desprezo e ao ridículo público aqueles que caem no desagrado, embora gratuitamente, dos que mandam e dispõem desta mesma estação. “Que esses senhores façam propaganda de seus rádios com anúncio os mais espalhafatosos e bombásticos é compreensível e permitido, porém, que o façam em regra, jamais entretanto procurando ofender a quem quer que seja que não afine pelo diapasão dos senhores Dummar & Cia. “Aliás, nos sediços e repelidos anúncios de rádios, aqueles srs., além da maneira irritante com que procuram embora impotentemente deprimir os pracistas, vêm tentando diminuir marcas de rádio que se vendem em Fortaleza sem que porém tenham a isenção de animo necessária de dizer qual a qualidade de rádio regenerativo que apita. “Enfim seria melhor que os srs. Dummar & Cia. Esclarecessem de maneira franca qual a espécie regenerativa e quais os nomes dos pracistas de esquina. “Não conhecemos e nem interesse temos de conhecer os lucros obtidos pelos srs. Dummar & Cia. na venda de cada aparelho de rádio e assim avaliarmos se, de fato, o comprador é beneficiado pela pretendida comissão que caberia ao intermediário pracista, Sobre este assunto é-nos vedado a prova. São transações comerciais e, por isso, proibidas de conhecimento dos profanos e unicamente sabidas nas exhibições judiciais. “Pela publicação destas linhas muito grato fica. De v. s. Atto crdo. Abrdo. Asthon Guabiraba – pracista.

O ‘desabafo’ de nosso pracista revela alguns detalhes da atuação do Ceará Rádio Clube, a PRE-9: que a Casa Dummar, de propriedade de João e José Dummar, os mesmos proprietários da PRE-9, utilizava-se da emissora para uma publicidade massiva de seus produtos comercializados na loja; que faziam essa publicidade, a partir de uma ética questionável, atentando sobre a imagem dos demais pracistas, vendedores que revendiam produtos de outras firmas; e que estimulavam a compra direta dos aparelhos receptores, evitando, assim, o pagamento da comissão aos pracistas porventura concorrentes.

A orientação é confirmada por outra missiva de ouvinte, endereçada à redação do Correio do Ceará, que saiu na edição do dia 25/3/1935. A ortografia foi adaptada à atualidade.

Na qualidade de ouvinte de rádio, venho comentar aqui o fato, aliás, observado por todos, de que a estação irradiadora, única local, não está desempenhando a sua finalidade regida por lei federal da rádio educadora; restringindo-se as suas transmissões à música de discos e anúncios comerciais. “Registrada oficialmente na Repartição dos Telégrafos para esse fim, outro tem sido o seu



programa. “São conhecidos de todos, as estações que sintonizam o mundo inteiro, intercalam obrigatoriamente nas suas transmissões, curtas palestras educativas, como sejam, higiene geral e individual, combate ao álcool, sífilis, tuberculose etc etc. “Horas dedicadas a petizada, ensinamento às mães sobre alimentação e repouso das crianças e outros assuntos úteis e aproveitáveis a um programa de rádio educativo. Assim fica, senhor redator, o meu ligeiro comentário. Agradeço a publicação. Juventus.

O desenvolvimento do setor de publicidade, no processo de estruturação da emissora, também revela a preocupação de seu proprietário com os serviços comerciais. O radialista José Júlio revela os cuidados com os anúncios.

As caixetas, as caixetas, eram... é... eram, um albusinho, onde tinham os anúncios, você ouviu? Tinha os anúncios, você lia os anúncios pelas caixetas. (...) tinha que ser lido por escrito, você não improvisava. Só apenas quando se tratava de um programa de auditório é que você poderia perfeitamente fazer alguma coisa fora do texto, fora do que não estava pedindo, do que não estava escrito, mas o resto era tudo escrito.

Isso numa época em que os roteiros, ou scripts, ainda não eram uma rotina no sistema de trabalho da emissora. Os locutores, ou ‘speakers’, já nos tempos de Valdemar Caracas (1938-1939), recebiam gratificação pela leitura dos anúncios. Essa estruturação do setor foi também resultado da profissionalização dos comerciantes de Fortaleza, que acompanhavam quantas vezes o anúncio tinha ido ao ar e se aquela quantidade correspondia ao estabelecido, geralmente de forma direta com o próprio João Dummar, que comandava as negociações.

### **De Educadores Filantropos**

Em relação à orientação educativa da PRE-9, os elementos também são evidentes. E alguns desses elementos se relacionam aos mesmos parâmetros que faziam o lado comercial aflorar em determinadas ocasiões. A aproximação de João Dummar com a cultura, a arte e homens de letras o direcionavam para a idéia educativa da emissora. O imaginário social à época, de ‘levar’ a educação para os segmentos ‘ignorantes’ da sociedade era o substrato amplo dessa orientação.

As irradiações iniciais também comprovariam essa orientação. Programas veiculadores de bons costumes, culinária para as senhoras, boas maneiras para as senhoritas, higiene para todos. Sem falar nas palestras econômicas, aulas de ginástica, módulos de inglês.



Identificamos, então, duas vertentes desses elementos educativos. Em sua maioria, resvalam para o sentido de uma educação não-formal, ou informal. Noutros casos, poucos, mas expressivos, ocorre uma nítida tendência de aproximação com a educação formal.

Observando-se a grade de programação do dia 6/10/1936, outro detalhe é que a emissora parece ter levado em consideração as críticas feitas pelo ouvinte e leitor do Correio do Ceará, sobre a qualidade de sua programação, exigindo “curtas palestras educativas, como sejam, higiene geral e individual, combate ao álcool, sífilis, tuberculose etc etc.” e “Horas dedicadas a petizada, ensinamento às mães sobre alimentação e repouso das crianças e outros assuntos úteis e aproveitáveis a um programa de rádio educativo”. Nessa mesma grade, aparecem dois programas que espelham uma pretensa autocrítica, a partir das reclamações do ouvinte. São acrescentadas à programação as produções ‘Música e Poesia’ e ‘Consultas para Senhoras’, que dão a entender de serem programas mais voltados à orientação educativa, como desejava o ouvinte. Essa preocupação da emissora com seu ouvinte é confirmada na programação do dia seguinte, 7/10/1936, com a introdução do programa ‘Rádio Infantil: pequenos contos de todo o mundo’.

A orientação educativa também estava presente num processo mais amplo. O surgimento de uma nova tecnologia, e sua apropriação pela sociedade, mobiliza uma interação que abre uma perspectiva de adoção de novos hábitos, novos costumes, outras percepções, novas sociabilidades. Embora esse processo interativo que se estabelece entre tecnologia e sociedade não seja uniforme.

Não se trata, é claro, de retornar às denúncias paranóicas, às concepções conspiratórias da história, que acusavam a modernização da cultura massiva e cotidiana de ser um instrumento dos poderosos para explorar mais. A questão é entender como a dinâmica própria do desenvolvimento tecnológico remodela a sociedade, coincide com movimentos sociais ou os contradiz. Há tecnologias de diferentes signos, cada uma com várias possibilidades de desenvolvimento e articulação com as outras. Há setores sociais com capitais culturais e disposições diversas de apropriação delas, com sentidos diferentes (...). (CANCLINI, 2003, p. 308)

Assim é que se estabelecem duas instâncias na abordagem educativa da Ceará Rádio Clube. Numa, uma instância mais ampla, macro, compreende-se que a inovação tecnológica, assumida pelo rádio, gera um estranhamento inicial, mobilizador de novas



percepções, que podem se configurar em novos hábitos, novos costumes, novas atitudes, outras sociabilidades. Estaríamos, desse modo, frente ao movimento de uma sociedade educadora.

Solo um interesado malentendido puede estar impidiéndonos reconecer que sociedade multicultural significa em nuestros países no solo la existência de la diversidad étnica, racial o de gênero, sino también aquella outra heterogeneidad que se configura entre los indígenas de la cultura letrada e los de la cultura oral, la audiovisual y la digital. Culturas em el más fuerte de los sentidos puesto que em ellas emergen y se expressan mui diferentes modos de ver y de oír, de pensar e de sentir, de participar e de gozar. (MARTIN-BARBERO, 2002, p. 93)

O próprio acesso à tecnologia vai evidenciar esses novos processos de sociabilidade. Como nos informa o radialista Valdemar Caracas:

[sobre o número de pessoas que tinha rádio] Não, muita gente não. Tinha alguns. Não, não era todo mundo que tinha não. A mesma coisa. Se você vê em qualquer favela dessas é cheia de rádio, televisão e tudo. O rádio do vizinho era muito ...[risos] Isso é verdade. Era muito usado o do vizinho. Muita gente não tinha rádio não. Era o rádio-vizinho!

E também o radialista Narcélio Limaverde:

O rádio, na chegada do rádio na minha casa foi uma festa. Não havia rádio não, (...) lá em casa não havia um rádio até que esse rádio chegou e foi um sucesso muito grande (...). Era no tempo que na casa, na sala de jantar tinha a mesa as cadeiras o guarda-comida, a cristaleira, não havia geladeira também na minha casa, quando eu era jovem, quando eu era menino na Rua do Imperador, mas o rádio, eu repito, o rádio chegou depois de muito tempo e foi um acontecimento até para os vizinhos para as pessoas que moravam próximos a nós.

Fortaleza dormia cedo. As famílias recolhiam-se após a conversa na calçada ou ouvir alguns programas de rádio. Os cantores locais dispunham de seus ‘quartos de hora’, apresentação de quinze minutos, que era antecedida pela característica musical de cada um. Lury Santiago começava com as alegres notas de ‘Trem’, de Lauro Maia. Gilberto Milfont entrava com os versos da velha valsa ‘Iracema’. E todos os demais. Era o tempo do ‘Bazar do Rádio’, que Limaverde comandava nas noites domingueiras, “animando casais jovens no aconchego puro da dança dentro de casa, na sala de visitas, sob os olhos atentos de zelosos papais e mães” (GIRÃO, 1997, p. 19).



A chegada do rádio, com os seus programas dançantes – os ‘bazares’ – seus anúncios “gritados e permanentes, tudo mudou. Acabaram os reisados, congadas e fandangos” (AZEVEDO, 1992, p. 64).

A cidade, agora sim, tomava a senda do modernismo, de momento a momento dona de si mesma. Saía da meia luz dos adorados hábitos e tradições românticas, vendo morrer nalma o lirismo e os encantos de quantas coisas a embalaram suspirosa. Calaram as serenatas, desapareceram os seresteiros, morreram os congos e pastorinhas, os terços do Cruzeiro da Sé, as saídas da missa, os passeios de bonde, as noites de luar macias e sentimentais da Praia de Iracema. Perderam a graça os enforcamentos de bruchos Iscariotes e os serra-velhos das vésperas da Epifania (GIRÃO, p. 252).

Mas, a partir de uma fala do radialista Santiago Freitas, se pode afirmar que o rádio, embora possa instalar novas sociabilidades, também seria capaz de reforçar tradicionais estruturas.

Ah, o rádio era guardado como, como se guarda um santo, né? Um santuário. Tinha um pano de linho, bordado. É, é, é crochè, todo enfeitado, branquinho, cobrindo o rádio, pra não deixar entrar poeira, né? Ah, não era todo mundo não [que podia mexer no rádio]. Só... a... minha tia, as minhas tias, a minha mãe... Só os grandes, era. Tinha que botar um banquinho... era, era feito um, um, um chamado caritó. Era uma prateleirinha, assim, no canto da parede, viu? E lá ficava o rádio. Pra ligar o rádio, tinha que botar um banquinho, subir e ligar. Criança não podia não, era proibida. [risos]

Complementando o que Barbero evidencia, apenas ressaltamos que a sociedade educadora se faz em torno de dois pólos. Se, por um lado, as percepções mudam, por parte da sociedade, frente à assunção da nova tecnologia, do outro lado a parafernália tecnológica também sofre as conseqüências de uma ‘leitura’ da sociedade a seu funcionamento. Dessa maneira, a tecnologia também ‘vai’ se adaptando ao processo de interação com a sociedade, quando, por exemplo, a válvula é substituída pelo transistor para dar mobilidade ao rádio, por conta de não ser necessário se postar diante do aparelho para deleitar-se, como é o caso da televisão, estática pela imagem.

A outra instância, na abordagem educativa da Ceará Rádio Clube, é da ordem dos conteúdos, no âmbito de gêneros e formatos, quando novas técnicas de comunicação radiofônica são trabalhadas para possibilitar uma maior efetividade da comunicação. Essa outra ‘adaptação’ pode ser notada em vários momentos de sua programação. Em movimentos mais amplos, quando se aproxima do cotidiano da sociedade,





possibilitando uma interação mais efetiva por conta de uma comunicação significativa. Em contextos mais reduzidos, mas não menos importantes, quando coloca à disposição do ouvinte um telefone para que a participação seja efetiva. Ou em movimentos mais sutis, quando estabelece um *Ângelus* às seis horas da tarde, momento em que a cultura sertaneja, que acompanha a origem das famílias de Fortaleza, pára num momento de reflexão. Desse modo, como no âmbito da tecnologia, os gêneros e formatos radiofônicos, e suas linguagens, também sofrem o direcionamento que vem da sociedade.

Quando fala em melodramas e novelas, por exemplo, Martin-Barbero interpreta o gosto do povo por esses gêneros como se pertencesse a matrizes culturais, que serviriam de resistência à dominação. Desloca, assim, o sentido educativo da comunicação do emissor para o receptor, ao identificar no último o instrumental necessário à construção de novos sentidos, através de suas matrizes culturais. Um exemplo seria o apego dos latinoamericanos ao gênero melodrama, cristalizado no sucesso das radionovelas cubanas das décadas de 1940 e 1950.

[o reconhecimento] do filho pelo pai ou da mãe pelo filho, o que move a trama é sempre o desconhecimento de uma identidade e a luta contra os malefícios, as aparências, contra tudo que oculta e disfarça: uma luta por fazer-se reconhecer. Não estaria aí a conexão secreta do melodrama com a história desse subcontinente? Em todo o caso, o des-conhecimento do ‘contrato social’ no melodrama fala, e fala bem alto, do peso que tem, para aqueles que nele se reconhecem, essa outra sociabilidade primordial do parentesco, as solidariedades de vizinhança e a amizade. Estará então desprovido de sentido perguntarmos até que ponto o êxito do melodrama nesses países fala do fracasso de umas instituições políticas que se desenvolveram des-conhecendo o peso dessa outra sociabilidade, incapazes de assumir sua densidade cultural? (MARTIN-BARBERO, 1987, p. 244)

E o vivo interesse dos ouvintes pelo conteúdo propagado pelo novo meio faz crer nessa possibilidade colocada por Barbero. É o que se depreende de uma carta de um ouvinte publicada na edição do Correio do Ceará de 18/12/1943.

QUEIXAS E RECLAMAÇÕES COM VISTAS AO DIRETOR DOS CORREIOS E TELEGRAFOS Recebemos a seguinte carta: Sr. redator do Correio. Em meu nome e nos das demais famílias residentes no fim da linha de bonde do Joaquim Tavora, venho pedir, por intermedio das colunas desse jornal, que o sr. diretor dos Correios e Telegrafos mande verificar o funcionamento de uma chocadeira elétrica existente naquelas imediações, a qual, com o grande barulho que faz, vem prejudicando todos aqueles que teem radio e desejam



ouvir alguns programas de boa musica e outras noticias de interesse geral. (...) Tiburtino Amorim. Joaquim Távora, 2.675.

### **Considerações Finais**

A percepção que transparece quando analisamos os documentos, as programações, ouvimos os relatos dos radialistas e acompanhamos a cobertura do Correio do Ceará sobre a implantação do novo meio de comunicação é que a orientação da Ceará Rádio Clube apresenta elementos que a colocam ora junto à orientação educativa, ora próxima da orientação comercial.

Essa dupla orientação já podia ser pressentida quando da implantação de um clube de aficionados pela radiotelefonía, e do qual já participava João Dummar. A notícia foi estampada na edição de 2/9/1931 do Correio do Ceará. A matéria explicitava os objetivos da Sociedade.

a) promover mutuas relações entre os amadores e demais interessados em radio telephonia; - b) apoiar as iniciativas officiaes ou particulares que favoreçam o desenvolvimento da radio-cultura no Brasil; - c) manter em sua séde uma estação emissora (Broadcasting) de onda larga devidamente autorizada pelo governo, a propagar ensinamentos civicos, literarios, cientificos, artisticos, esportivos, especialmente, musicaes (...); - d) fazer propaganda de todos os nossos produtos (...). A sessão inicial foi aberta e presidida pelo dr. Elesbão de Castro Velozo, chefe do distrito telegrafico do Ceará. (...) DIRETORIA (...) Presidente, dr. Cesar Cals; vice-presidente, dr. Thomaz Pompeu Sobrinho; 1º secretario, Silvio Augusto de Castro; 2º dito, dr. Clovis Moura; tezureiro, Diogo de Siqueira; adj. de tezureiro, J. Dumar; orador, tenente Severino Sombra; diretor tecnico, José Dumar; Diretores: Francisco Riquet, José Carlos Antran, José T. de Melo, dr. W. V. Watson, Francisco Diogo de Siqueira, Armando Paiva, Nazareno Pires e Alberico Moura.

É claro o interesse do grupo pelo desenvolvimento da radiotelefonía, mais tarde radiodifusão, em solo cearense. Claros também são os interesses contidos na iniciativa. Esses interesses vão desde o sentido cultural que a radiotelefonía deveria assumir, favorecendo o “desenvolvimento da radio-cultura no Brasil”; passando pela sentido educativo, com a propagação de “ensinamentos civicos, literarios, cientificos, artisticos, esportivos, especialmente, musicaes”; indo aos objetivos comerciais, com a intenção de “fazer propaganda de todos os nossos produtos”.

Mas o rádio não trabalha somente com intenções. E quando se coloca o ouvinte na história, a compreensão de seu caráter comercial ou educativo toma nova amplitude.



Entre as afrontas (elite) e as resistências (populacho), as mediações. O rádio também seria palco desse processo, uma feita que também era símbolo dessa nova modernidade, da intromissão nos costumes e hábitos arraigados da população? Ou o rádio também teria servido de estratégia às camadas populares para subverter a ordem estabelecida? Ou serviria de mais um instrumento para a disciplinarização e normalização social que caracterizavam o discurso higienista de nossas elites médica e política? Que afrontas? Que resistências? Que mediações? Que percepções estariam se modificando?

### **Referências Bibliográficas**

- ADERALDO, Mozart Soriano. *História abreviada de Fortaleza e crônicas sobre a cidade amada*. Fortaleza: Edições UFC / Casa José de Alencar, 1993;
- AZEVEDO, Otacílio de. *Fortaleza descalça: reminiscências*. 2. ed. Fortaleza: UFC / Casa José de Alencar, 1992;
- BARBERO, Jesús Martín. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonia*. Barcelona: Gustavo Gili, 1987;
- \_\_\_\_\_, Jesús Martín. *La educación desde la comunicación*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2002;
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas híbridas. Estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003;
- DUMMAR FILHO, João. *João Dummar – um pioneiro do rádio*. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2004;
- GIRÃO, Blanchard. *O Liceu e o bonde na paisagem sentimental de Fortaleza-Província*. Fortaleza: ABC, 1997;
- GIRÃO, Raimundo. *Geografia estética de Fortaleza*. 2. ed. Fortaleza: BNB, 1979.