

**COMUNICAÇÃO  
SOCIAL**

**M**

**1990**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
E BIBLIOTECONOMIA

10 ANOS TERRA TERRAL  
( A MÚSICA CEARENSE EM JOGO )



MONOGRAFIA APRESENTADA COMO  
REQUISITO PARA CONCLUSÃO DO  
PROJETO EXPERIMENTAL EM TV.  
MARTA AURÉLIA BEZERRA

FORTALEZA, 19 DE NOVEMBRO DE 1990.

10 ANOS TERRA TERRAL

( A MÚSICA CEARENSE EM JOGO )

BAUCA EXAMINADORA:

GUSTAVO PEREIRA

FÁTIMA BARREIRA

MARCIA VIDAL

MARTA AURÉLIA BEZERRA

BANCA EXAMINADORA:

GODOFREDO PEREIRA

FÁTIMA BANDEIRA

MARCIA VIDAL

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO ..... 01

1 - O TV NO BRASIL ..... 05

2 - O CANAL 2 ..... 30

3 - O CANAL 2 ..... 34

4 - A CRIAÇÃO DO JORNAL E "VIRADA" ..... 39

5 - O JORNAL E O TV ..... 42

6 - O JORNAL E O TV ..... 44

7 - O JORNAL E O TV ..... 46

8 - O JORNAL E O TV ..... 48

9 - O JORNAL E O TV ..... 50

10 - O JORNAL E O TV ..... 53

11 - CONCLUSÃO ..... 57

12 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS ..... 59

ANEXO I - ENTREVISTAS ..... 60

A GODOFREDO PEREIRA, PELA oportunidade que me deu de realizar este trabalho.

A WILL NOGUEIRA, pela confiança.

A MÁRCIA ANABEL e ISMÊNIA MAIA, pela colaboração imprescindível.

## SUMÁRIO

1 - INTRODUÇÃO .....	01
2 - A TV NO CEARÁ .....	05
2.1 - CANAL 2 .....	05
2.2 - CANAL 5 .....	08
2.3 - PEDAGOGIA DO SUCESSO .....	10
3 - PROGRAMAS DE AUDITÓRIO .....	12
3.1 - PORQUE HOJE É SÁBADO .....	12
3.2 - SHOW DO MERCANTIL.....	15
3.3 - IRAPUAN LIMA .....	17
3.4 - CEARÁ CABOCLO .....	19
4 - A CAMINHO DO TERRAL .....	20
4.1 - PERCURSO DE WILL NO RÁDIO .....	20
4.2 - A CRIAÇÃO DO TERRAL E "VIRADA" .....	24
4.3 - FASES DO TERRAL E MOVIMENTO MUSICAL CEARENSE .....	27
4.4 - PRODUÇÃO E FUNCIONAMENTO .....	37
4.5 - LINGUAGEM E ESTÉTICA .....	42
4.6 - MERCHANDISING .....	44
4.7 - AUDITÓRIO.....	46
4.7.1 - MENINAS DO POMPOM .....	46
4.7.2 - CÉLIO CURI .....	48
4.7.3 - SUPERHOMEM .....	50
4.8 - 10 ANOS TERRAL TERRAL .....	53
5 - CONCLUSÃO .....	57
6 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	59
7 - ANEXO 1 - ENTREVISTAS .....	60

## 1 - INTRODUÇÃO

A escolha por um programa de auditório deve-se ao fato de que foram os programas de auditório desde a fase áurea do rádio aqui no Ceará, que mais pertinentemente os artistas cearenses, tanto os radioatores como cantores e músicos. A relação desses artistas com as emissoras de rádio e TV chegou a ser profissional: rádios tinham seu cast de radioatores, cantores e orquestras e a TV CEARÁ CANAL 2 contratava profissionais da teledramaturgia, conjuntos para acompanhar cantores e a estes pagava cachê por apresentação. A relação era ainda mais estreita, pois muitos desses artistas chegaram a trabalhar, inclusive, na produção, como Belchior, Ednardo e Jorge Mello, por exemplo, que produziram programas como PORQUE HOJE É SÁBADO e SHOW DO MERCANTIL, onde sempre estavam se apresentando.

Este período, quando os artistas estavam na TV e a TV estimulava o movimento cultural da cidade e que desencandeou um fato fenomenal dentro da história da música popular cearense, com efeito retumbante na MPB, começou com a ida para o Sudeste do Pessoal do Ceará. Esse fato causou um reboiço cultural no Estado, que via, finalmente, seus "filhos pródigos" saindo das beiras de calçada e das fantasias de sucesso para alçarem real vôo de projeção nacional.

Dado que aquele fato não se repetiu com a geração musical seguinte, continuadora, de certa forma, daquele movimento e mais e mais a TV delineava sua 'preferência' por artistas de um outro naipe, (os que fazem música de fácil consumo, a chamada música brega), então perguntei-me que motivou isso. O movimento musical falhara na sua base de sustentação? Havia público para aquela música mais reflexiva, mais séria, do ponto de vista de seus conteúdos? Ou, por outra,

a aceitação da música 'brega' não seria o despojamento do intelectualismo em prol de resgatar conteúdos mais populares e, assim, a televisão estaria em busca de atender ao que "o povo deseja"?

Mas o que é que o povo quer ver? O que quer ele vê na televisão? Bem sabemos que os públicos de televisão têm predominância nas classes sociais B e C, de acordo com Artur da Távola: "E a televisão, com extrema habilidade, passou a preparar produtos para as ânsias e aspirações das classes C e B, tomando por base pesquisas reveladoras dos gostos, vontades e desejos das pessoas componentes dessas duas classes, para efeitos de consumo!". Estariam fora desse âmbito as classes A e D, a primeira representante da casta dominadora e a segunda (ou última) representante dos miseráveis e que estão fora do cerco do consumo.

Faz-se conveniente apressar-se em esclarecer que a marginalização de tais classes nas programações de TV não ocorre igualmente, sendo abismal a diferença de posição de ambas. Citando, ainda, Artur da Távola em A Liberdade do Ver: "... deu-se então um fenômeno interessante: as duas classes extremas, as classes A e D, praticamente desapareceram da televisão como públicos alvo. A classe D (esmagadora maioria não de telespectadores, mas do povo) porque ainda não atingiu níveis de consumo, e a classe A por ser esmagadora minoria. Esmagados e esmagadores ficaram de fora da tevê..."; Continua ele: "A classe D não tem porta-vozes. E tem o rádio de pilha que atende. Já a classe A está cheia de porta-vozes implacáveis com a televisão. Por quê? Porque ela não precisa deles para existir e prosperar, o que seus membros não conseguem perdoar. Nenhum grupo dominante, econômico ou cultural, aceita ser aliado do processo do poder."

A televisão vive o seu paradoxo: "sendo a própria expressão do sistema, fabrica um produto que não serve aos detentores desse mesmo sistema."

Não seria demais, aqui, lembrar de uma afirmação por Cristóvam Buarque, ex-reitor da Universidade de

Brasília e integrante do Governo Paralelo do PT, por ocasião do Seminário Pulsão de Vida ou Morte, ocorrido em novembro no auditório Castelo Branco da UFC. Ele falava da 'esquizofrenia' que assola a nossa sociedade como um todo. As últimas eleições para presidente nos "presentearam" com um presidente 'esquizofrênico', eleito por uma elite 'esquizofrênica', que tem uma oposição 'esquizofrênica' num país que tem um povo 'esquizofrênico'. Essa 'esquizofrenia' é revelada quando cada um trabalha contra seus próprios interesses, vivendo uma grave crise de identidade.

Não é meu interesse aqui explicar a suposta esquizofrenia nem aprofundar-me no paradoxo da televisão, mas apenas mostrar que a televisão que nós temos é o reflexo da sociedade em que ela atua.

Vamos encontrar esse paradoxo no programa-objeto de nosso estudo aqui: o Terral. Ele foi o único programa de auditório, na década de 80, que se propôs a veicular aqueles artistas mais voltados à reflexão sobre a sua própria realidade, questionadores dos conteúdos que lhe são 'impostos' pela linguagem do consumo, pela televisão como parte da indústria do consumo. Ocorre, entretanto, que o programa não resistiu aos apelos para "atualizar-se" com os ditames da moda e converteu-se, ele também, em mais um na mídia do consumo. Surpreendente nisso, pensei, é que o Terral é um programa da TV EDUCATIVA, (empresa sem fins lucrativos, sustentada pelo governo, a quem o povo já paga seus tributos), mas que passava a ter um formato mais adequado às tevês comerciais.

A idéia original que norteou este trabalho foi a curiosidade sobre por que o Terral deixou de mostrar os chamados artistas da terra e passou a divulgar um tipo de música totalmente produzida para vender. E sendo um programa de uma emissora estatal não estaria exposto às mesmas regras de mercado que ditam programas de emissoras privadas, como as pesquisas de opinião pública, que são uma categoria quantitativa,

enquanto -presume-se- uma categoria qualitativa é que ofereceria subsídios mais favoráveis aos programas de tevês educativas.

Por outra, se o programa deixa de veicular uma música "pensante", "reflexiva", "com características próprias" e passa a priorizar uma música como embalagem descartável é que esse programa, suponho, esteja mais para servir como instrumento de 'alienação' do que de 'consciência'.

Um outro aspecto merece atenção. É o fato de que o Terral é um dos poucos programas produzidos no Ceará, o que lhe confere a virtude de integrar uma produção de 'resistência', quando sabemos que existe uma hegemonia por parte das produções centralizadas no eixo Rio-São Paulo, em especial da Globo. Há três programas de auditório para TV produzidos aqui no Ceará: Terral, produzido por Will Nogueira, na TVE - canal 5; Ceará Caboclo, produzido por Carneiro Portela, também na TVE; e Irapuan Lima, produtor homônimo, no canal 8. Com o termo 'resistência' refiro-me também ao trabalho com poucos recursos técnicos. A tecnologia na área de comunicação é uma das mais avançadas e o Brasil, mesmo sendo um país de terceiro mundo, tem uma das televisões mais modernas do mundo. Esse avanço, no entanto, não é adotado pelo Estado para prover a única emissora que tem em mãos e que tenta cumprir o seu papel lançando mão de criatividade sobre os poucos instrumentos de que dispõe. E nem esse avanço chega às regiões e de forma democrática. E assim nos deparamos com o descaso do Estado e a centralização do poder econômico sobre assuntos de importância e interesse nacionais.

Este trabalho não pretende ir fundo nas questões -que mereceriam ir à exaustão- por limitações da autoria. O objetivo é apenas levantar uma poeira de alguns grãos de areia e servir de alguma forma à análises futuras que envolvam a questão da comunicação social, em particular a que nós fazemos aqui, no Ceará.

## 2 - A TV NO CEARÁ

### 2.1. CANAL 2

Assis Chataubriand foi a mola propulsora para a implantação e desenvolvimento da televisão no Ceará, assim como foi no Brasil. O pioneirismo nacional aconteceu na década de 50: técnicos norte americanos da RCA, trazidos pelo senhor dos Diários Associados, implantaram a primeira emissora de tv no país, PRF - 3 TV DIFUSORA, que mais tarde passaria a chamar-se TV Tupi de São Paulo, canal 4.

A TV pegou o rádio - que já foi o mais importante veículo de comunicação de massa - na fase final de sua "época de ouro" e seu variado leque de opções na programação: shows, esporte, debates, novelas, noticiários e programas de auditório ao vivo; e a expansão da indústria (atividades comerciais, financeiras, de serviços e de educação). O Ceará tinha a Ceará Rádio Clube e a Iracema com seu 'cast' de atores, cantores e orquestras.

Os Diários Associados, que já haviam chegado aqui com a Ceará rádio Clube, se estabelecem "ovacionados" pela comunidade cearense e por autoridades, em 26 de novembro de 1960, data de inauguração da TV Ceará Canal 2." Calmon falou no heróico esforço pioneiro sem visar lucros'. E citou a TV Ceará, como 'elo da unidade nacional'. "Paulo Cabral, ex-prefeito de Fortaleza, eleito aos 28 anos, por conta do prestígio da Ceará Rádio Clube leu mensagem de Chataubriand: 'Brasil seria dono da metade do mundo se estivesse em poder dos cearenses nos últimos 30 anos". (A TELEVISÃO NO CEARÁ - Gilmar de Carvalho).

O capital inicial para a construção e implantação da TV Ceará Canal 2 veio através da subscrição de ações. A sociedade participou comprando ações, que, no fundo, eram ações da Ceará Rádio Clube S/A. Os diários Associados entravam

aqui com toda a sua capacidade de endividamento, porque todo o equipamento era importado dos Estados Unidos. Enquanto os Associados responsabilizam-se pelo débito com as importações, com a compra em dólar, as dívidas locais eram pagas com ações vendidas à sociedade.

Na opinião de Guilherme Neto, assessor técnico da Superintendência da TVE Canal 5, o passo dado por Assis Chateaubriand foi gigantesco, considerando as limitações da indústria, à época, e o comércio muito medroso para arcar com o preço do tempo em televisão, bem mais caro do que no rádio.

O Ceará estava em polvorosa. Cordeiro Neto era o prefeito e as lojas faziam promoções de televisores. A Ceará Rádio Clube era a campeã de audiência com 17% de diferença para a segunda colocada. Guilherme Neto, Narcélio Lima-verde, Daniel Menezes, Henrique Jorge, Clotério Nogueira, Kleber Alcântara, Raimundo Rodrigues, Ivan Prudêncio e Adailo Silva viajam para fazer estágio no Recife. A expectativa era enorme...

Todos viam na televisão a materialização do progresso, portanto, <sup>ninguém</sup> queria ficar de fora. Juracy Magalhães, à época governador da Bahia, cortou a fita ao lado da Miss Ceará Wanda Lúcia. Estava começando a grande festa da TV Ceará Canal 2.

A televisão do Ceará, como as demais televisões do Brasil, serviu como oficina para preparar mão-de-obra especializada. "Ainda hoje aqueles que participaram desse momento-escola estão atuando no veículo"-diz Guilherme Neto.

O vídeo-tape marcaria mais ainda: seria um passo revolucionário no solo da televisão brasileira. Agora, "cenas podiam ser rejeitadas, a continuidade ganhou em precisão pelo cotejo com cenas de capítulos já gravados, a duração podia ser melhor-padronizada, cenas podiam ser gravadas fora do estúdio (internas e externas) etc".

Na opinião de Guilherme Neto, o progresso no país, de 1951 para cá, e no Ceará, de 1960 para cá, foi gigantesco, no entanto, não reflete o que poderia acontecer em cada unidade da Federação dentro, cada unidade, da sua televisão. "Sendo um potencial não utilizado pode-se dizer que a tv no Ceará "in-voluiu".

1970: Começa a era da modernidade na tv cearense com a chegada da Globo. O Canal 10 de Edson Queiroz entra no ar com imagens ruins, pois foi mal instalado. Mas o empresário era um homem bastante empreendedor e logo investiu em bons equipamentos e sua emissora assume a ponta. João Calmon denuncia a Globo pela forma como se instalou no Brasil, através de ligações com o grupo americano Time-Life, coisa que a lei proíbe. O processo foi, no entanto, engavetado e a Vênus Platinada se impõe no País, devassadoramente.

Os Diários Associados entram numa crise sem volta. Assis Chateaubriand adoece e os telespectadores se dividem. As emissoras associadas vão pouco a pouco sendo fechadas. Jânio Quadros mudara a realidade cambial brasileira e triplêtera as dívidas dos Associados. De um lado, a Globo trazia consigo modernismo tecnológico, liberalismo moral e uma certa coloquialidade. A isso o grupo de Chateaubriand se opunha por considerar de baixo nível e, por seu turno, resistia à mudança.

O progresso tecnológico chegava com muita rapidez, através dos novos, assustando aqueles que tinham dado à luz a TV. Muitos que não se adaptavam à nova maneira de se relacionar com a TV foram alijados dela, outros conseguiram se adaptar muito bem à nova linguagem que se impunha ao meio. Não se pode dizer o mesmo com as tevês regionais, a não ser como repetidoras, que não recebem apoio nem investimento para produção e manutenção.

## 2.2. CANAL 5

O canal para o Ceará de TVE foi solicitado ao CONTEL em 1966 pela Secretaria de Educação do Estado do Ceará. O processo parou por dois anos e em abril de 1970 o canal foi concedido. 1973 foi o ano da construção da sede da TVE - canal 5. Neste mesmo ano houve a contratação da primeira equipe de técnicos e professores. Em 07 de março de 1974 foi a data da inauguração.

Antes mesmo da inauguração, a emissora já havia constituído um grupo de profissionais para estudar as possibilidades de tal implemento. Este grupo foi formado por: Toni Cals, Inádio Montenegro, Gerardo José Campos, num primeiro instante. Em seguida, entrou Guilherme Neto, incumbido de passar "rudimentos sobre a linguagem televisiva".

Muitos dos profissionais, entre os citados e outros, chegam à TVE procedentes do extinto Canal 2. Inconformados com o fim da emissora, encontram abrigo no Canal 5, que trazia na sua filosofia de trabalho aquilo que parecia perdido com a ausência da Tupi e que dificilmente seria encontrado na nova emissora implantada aqui, o Canal 10.

Registre-se como pontos importantes na filosofia de trabalho citada: o sentido de trabalho coletivo, o espaço para uma programação local consistente, envolvendo não só a parte jornalística, mas também criações da teledramaturgia, os programas musicais, futebol e, evidentemente, os programas pedagógicos, com as aulas integradas, que são a marca mais acentuada do aspecto educacional -preponderante- da emissora, que atua como escola, principalmente no interior do Estado, onde registra-se maior carência de ensino escolar.

Quanto a isso, a FUNTELC - Fundação de Telecomunicação do Estado do Ceará -, criada no Governo Virgílio Távo

ra em 79, substituindo a FUNEDUCE, na manutenção da TVE - exerce uma política para alcançar objetivos, como, por exemplo, "Executar o serviço de radiodifusão sem finalidade comercial, com fins exclusivamente educacionais e culturais". Nessa direção, e la atua no sentido de "promover e apoiar a produção de programas locais, visando à regionalização de ações educacionais e culturais" (Relatório das Atividades da Fundação de Teleducação do Estado do Ceará - FUNTELC 1982).

Ressalte-se que no Canal 5 a programação local beira os 50% durante a semana só diminuindo no final de semana, quando predomina programas via satélite. Essa tendência mostra que a maior parte da produção de programas de tv cearenses está no Canal 5, mesmo com os poucos recursos com os quais a emissora conta para executar sua programação.

### 2.3. PEDAGOGIA DO SUCESSO

Ao chegar à Televisão Educativa como Superintendente há oito meses, Chico Lima percebeu na programação da casa "uma certa tendência para o 'enlatamento' e também uma crença de que esta é uma tevê era muito cara, que seguia a mentalidade que adota a 'pedagogia do insucesso', do fracasso, ou seja, tudo é visto com tantas dificuldades quantas forem intransponíveis. Ele acredita, entretanto, que trata-se disso de uma elaboração equivocada: esta é, naverdade, uma televisão barata. Essa constatação foi feita a partir de que, com a escola, o encargo maior é quanto ao salário do professor e de que os custos em relação às outras tevês são diretamente proporcionais à incursão no plano da valorização da cultura nordestina.

Seria necessário, então, aplicar a 'pedagogia do sucesso', sair do marasmo e da acomodação, exercer a cidadania dentro da televisão. "O Governo está aí, não é uma abs-tração", está aí concretamente, é preciso enxergá-lo dentro da emissora, mais que isso, tocá-lo. Dessa forma, a preguiça e a incompetência não têm lugar.

"Todo poder no Brasil é rico e besta". É preciso descascá-lo, diz Chico Lima, que prefere ter "os funcionários da televisão como assessores nas decisões tomadas pela Superintendência.

A meta de trabalho conjunto dentro da TVE atualmente aponta para uma nova mentalidade que influenciará nas relações de trabalho e, mais, nos conteúdos veiculados pela emissora. O trabalho individual deverá ser valorizado e a filosofia da programação deverá passar por análises e questionamentos, no sentido de melhorar a qualidade das produções e procurar uma variedade de tipos de programas que atinjam a públicos mais diversificados, gostos mais heterogêneos. Isso ainda em fase experimental deverá sofrer alterações, a partir da análise

dos resultados que forem ocorrendo.

Nessa direção, algumas medidas estão sendo tomadas, como um ato baixado dizendo que todos os programas a partir de agora devem passar pelo crivo do Conselho Diretor da Fundação de Teleducação do Ceará e Direção de Pedagogia da emissora para ver se estão enquadrados dentro de suas metas e, uma portaria, que entrará em vigor assim que o superintendente consulte diretores e funcionários, responsabilizando totalmente o produtor pelo programa.

### 3 - PROGRAMAS DE AUDITÓRIO

Houve dois programas pioneiros, inaugurados em 1961, que marcaram a história da televisão cearense: PORQUE HOJE É SÁBADO, apresentado por Gonzaga Vasconcelos, e, O SHOW DO MERCANTIL, apresentado por Augusto Borges. Era no único canal de tv existente no Estado, o 2 - TV TUPI.

#### 3.1. PORQUE HOJE É SÁBADO

O programa PORQUE HOJE É SÁBADO era radical em sua proposta de divulgar exclusivamente cantores e compositores cearenses: "Ninguém de fora se apresentava, mesmo que fosse o Rei, Roberto Carlos".

Certa vez um produtor trouxe RC a Fortaleza e procurou Gonzaga Vasconcelos para que o cantor se apresentasse no programa. Gonzaga foi taxativo: "Não quero Roberto Carlos no meu programa!". Isso numa época em que o "Rei" estava no auge do seu reinado. Era assim que o apresentador defendia a filosofia do seu programa, primando por defender "as coisas do Ceará". Taxado de maluco, talvez foi o único de televisão que brigou para não apresentar gente de fora, mesmo que fossem artistas de sucesso e lhe proporcionassem subida nos índices de audiência.

Na opinião do músico, arquiteto e compositor Ricardo Bezerra, Gonzaga Vasconcelos foi o primeiro homem de tv aqui a abrir as portas para os artistas totalmente desconhecidos, proporcionando uma estrutura que viabilizasse a divulga-

ção deles, "inclusive, fez contatos com gravadoras" e proporcionou outros meios de articulação para a carreira de muitos artistas " e depois que fizeram sucesso, não cobrou nada deles".

Logo que o programa entrou no ar havia uma equipe para comandá-lo: Neide Maia, João Ramos, Augusto Borges, Gonzaga Vasconcelos. Aqueles primeiros foram saindo, um a um, deixando Gonzaga sozinho no comando.

Apareciam no programa Belchior, Petrucio Maia, Fagner, Têti, Rodger, Amelinha, muitos instrumentistas etc, que se serviram da "força" para projeção nacional e que vieram do MAU, o movimento artístico universitário. Havia os tradicionais, dos quais se destacava Ayla Maria, talvez "a mais exponencial dessa área", era a divisora de águas. Ricardo Bezerra conta: "Quando se tratava de Ayla Maria o público se derramava todo, quando era alguém do grupo dos novos era como se nada tivesse, praticamente, acontecido e quem estava nesses palcos era nada mais nada menos do que Fagner, Belchior, Ednardo, pessoas desse gabarito".

Com a chegada do canal 10, que chamava atenção pela novidade e por mostrar já condições técnicas de qualidade e inovadora, a Tupi foi caindo no ostracismo pouco a pouco, pois deixou de contar com os fiéis anunciadores. O Canal 10, repetidor da Rede Globo, tomava todos os horários na audiência, quer dizer, quase todos, pois na hora do PORQUE HOJE É SÁBADO ele não conseguia. O programa do Gonzaga era imbatível e isso foi motivo pelo qual foi sendo empurrado dentro da programação. Começou a receber reclamações de que a parte comercial não estava dando para segurar financeiramente o programa.

Resultado: recebeu um comunicado de que o PORQUE HOJE É SÁBADO sairia do ar definitivamente em janeiro de 1972. Na última emissão, Gonzaga Vasconcelos reservou os 15 minutos finais para fazer o seu discurso de revolta contra a-

quele ato ditador, falando tudo que tinha direito para o público: da sua revolta e da importância do programa, do serviço que prestava à comunidade, valorizando e divulgando a sua cultura e o quanto isso era prioritário para se manter uma identidade cultural.

O Show do Mercantil, patrocinado pelo Mercantil São João e seus fornecedores, como a Nestlé, por exemplo, propôs uma cultura oportunista, que se dirigia ao gosto popular dentro e fora do país. O programa apresentava uma programação de entretenimento e entretenimento de massa, com apresentações de artistas locais e estrangeiros, cantando e tocando instrumentos tradicionais e modernos. O programa também apresentava uma programação de entretenimento e entretenimento de massa, com apresentações de artistas locais e estrangeiros, cantando e tocando instrumentos tradicionais e modernos. O programa também apresentava uma programação de entretenimento e entretenimento de massa, com apresentações de artistas locais e estrangeiros, cantando e tocando instrumentos tradicionais e modernos.

Além disso, o programa também apresentava uma programação de entretenimento e entretenimento de massa, com apresentações de artistas locais e estrangeiros, cantando e tocando instrumentos tradicionais e modernos. O programa também apresentava uma programação de entretenimento e entretenimento de massa, com apresentações de artistas locais e estrangeiros, cantando e tocando instrumentos tradicionais e modernos.

### 3.2. SHOW DO MERCANTIL

O Show do Mercantil, patrocinado pelo Mercantil São José e seus fornecedores, como a Nestlé, por exemplo, proporcionava muitas oportunidades para a divulgação da arte local dentro e fora do programa e seus vários níveis de atuação.

A produção do programa convidava à participação pessoas que já integravam o movimento artístico da cidade e do Estado para mostrar suas composições, cantando e tocando. Muitos desses artistas hoje trilham caminhos diferentes, ganharam estradas nacionais e até internacionais, como Fagner, Belchior, Amelinha etc. Outros cantam e compõem por aqui ainda, além de terem assumido outras atividades, como Rodger Rogério, professor de Física da Universidade Federal do Ceará e enveredando pelos palcos de ator; Têti, produtora musical da Rádio Universitária FM; Ricardo Bezerra, professor do Departamento de Arquitetura e Urbanismo da UFC; Chico Pio, sempre atuando nos festivais pelo interior do Estado; Outros, ainda, atualmente, integraram a onda comercial da música romântico-brega ou da lambada, como Mardônio e Miss Lene.

Além desses convidados, o <sup>programa</sup> abria espaço para a revelação de valores na parte destinada a calouros, que, segundo Augusto Borges "não tinha por objetivo gongar, mas selecionar" os candidatos. Dos selecionados aqueles que se destacavam <sup>passavam</sup> a integrar o quadro de convidados. A produção abria inscrições e, às quintas feiras à noite, o maestro Manuel Ferreira <sup>os</sup> ouvia candidatos e escolhia aqueles que reuniam melhores condições: boa voz e interpretação, boa música etc, para se apresentar no sábado.

Havia, no Show do Mercantil, gincanas que consagravam colégios e seus representantes. Eram escolhidos 4 estudantes de cada colégio (eram dois colégios por sábado) para responderem sobre as disciplinas história, geografia, português e ciências. O colégio ganhador concorreria com outro colégio no sábado seguinte. Entre as tarefas da gincana estava a exigência de números musicais, o que servia de mais uma oportunidade para os artistas se apresentarem.

O mérito do programa se acentuava - na opinião de Augusto Borges - porque "além de fomentar a cultura, divulgava os valores que emergiam do movimento artístico local". Miss Lene, por exemplo, era uma menina de 11 anos, que chegou ao programa como caloura, em dupla com uma amiga da mesma idade, Lena. A dupla Lene e Lena foi desfeita pela produção do programa por achar que ambas reuniam qualidades que poderiam ser apreciadas melhor cantando individualmente. Com a separação, Lene virou Miss Lene e obteve, na época, resultados favoráveis para uma estrondosa repercussão nacional. A primeira gravação em estúdio de Miss Lene foi 'arranjada' por Augusto Borges, que a apresentou a William Luna, um dono de estúdio que tinha boas relações com as gravadoras (quanto a Lena, não conseguiu emplacar como artista, além do que veio a falecer num acidente de carro).

Houve uma ocasião em que a produção do programa organizou uma caravana com artistas que iam participar do Festival da Música Popular Nordestina, em Recife, O Ceará, de lá, trouxe o 2º lugar: Rodger Rogério, com a música Bye Bye Baião cantada pelo paraibano Manuel Barreto. NOs encontros que aconteciam paralelamente ao Festival outros talentos eram revelados. Augusto conta do estado de fascinação que ficou ao presenciar o encontro entre o repentista do lugar, Galo Preto, e Belchior <sup>num afiado</sup> desafio em que o cearense "saiu-se maravilhosamente bem". O encontro foi na Adega da Moraria, um bar onde os artistas costumavam se encontrar.

### 3.3. IRAPUAN LIMA

Irapuan Lima é um programa que existe desde meados de 1960, único sobrevivente da extinção do canal 2, no gênero. Depois foi para o canal 10 ESPETACULAR, convidado pelo próprio Edson Queiroz. E voltou para o canal 2, saindo de lá com o fim da emissora. Interessante notar que a saída do canal 10 deveu-se à imposição da Globo, que obriga as suas afiliadas a comprarem toda a sua programação.

A TV Cidade canal 8 abriu suas portas para o Irapuan que já por lá há 9 anos. O programa vai ao ar todos os sábados, às 13:30, ao vivo, dirigido ~~para~~ as camadas B e C da população.

Como os demais, que ainda existem, Irapuan Lima não tem muitos recursos para fazer um programa tecnicamente de melhor qualidade, porque "nem todos os comerciantes que anunciam em televisão possuem confiança o suficiente em um programa produzido aqui" (IRAPUAN LIMA: Um Programa de TV Produzido no Ceará, Helena Souza).

As atrações do programa são os calouros e os cantores convidados, o júri, as crianças e as irapuètes.

Muitos artistas que hoje fazem sucesso passaram pelo Irapuan Lima: Mardônio, Eliane, Luzirene, William Santos são alguns deles.

Helena Souza, em sua monografia comenta o estigma do programa refletido através dos artistas e calouros que lá se apresentaram. Ela diz: "Geralmente, a grande maioria dos calouros que vão ao programa estão lá para cantar a música preferida deles, que é forró e lambada de cantores locais ou regionais. Está aí, talvez, um dos motivos pelo qual o programa é considerado brega por uma parcela da sociedade, ao mesmo tem

po que vem de encontro aos anseios do público cativo do programa. Daí o firme propósito do apresentador em não mexer em time que está ganhando. Se o programa está atingindo seu objetivo principal, que é a audiência do público das camadas B e C, por que preocupar-se em mudá-lo?"

Irapuan faz uma divisão clara entre os artistas intelectuais e aqueles "que o público anseia", que são os lambedeiros e forrozeiros. Ele, mesmo reconhecendo que, entre os artistas intelectuais, existem os muito bons, o número deles não é suficiente para manter um programa semanalmente, por isso não convém convidá-los para o seu programa, "apesar de não ter nenhum preconceito contra eles".

Para isso, o programa é dividido em dois tipos de serviços diferentes. No sentido de informar as pessoas, ele se liga com as necessidades da população, através de programas como "Saúde da Família", "Doenças da Família", "Verdade e Falso Popular", falando de doenças típicas, etc., com uma linguagem simples e direta.

O entretenimento do programa também é orientado para a educação. Os aspectos de falatório, de conversas, através de música, dança, teatro, etc., são feitos de maneira que o público se interesse e participe. Tudo tem espaço. O artista popular, o artista intelectual, todos têm espaço. Qualquer artista que tenha talento e que queira participar, pode se inscrever.

O programa vive uma transformação constante. Já ficou claro que aquilo que representava o "Kilobyte" não é mais suficiente para a maioria do público. A maioria do público quer mais notícias de fundo, quer mais informações sobre a cultura americana.

Segundo Carneiro, porém, o povo brasileiro não quer apenas notícias, quer também uma cultura rica e de

### 3.4. CEARÁ CABOCLO

Ceará Caboclo é um programa da TVE - Canal 5 e que vai ao ar aos domingos, a partir das 11 horas, logo depois do Terral, apresentado e produzido por Carneiro Portela. O programa "visa a resgatar a verdadeira identidade do sertanejo, as nossas tradições, os sentimentos de camponeses"; diz Portela, "ele pretende ainda servir de resistência à invasão cultural americana e a hegemonia do sul do país".

Para isso, o programa é dividido em seções de serviços diferentes, no sentido de informar as pessoas sobre como lidar com as suas necessidades utilizando recursos próprios ou os mais acessíveis. No quadro A Saúde do Povo, um médico aborda a saúde popular, falando de doenças típicas, regionais, como curar, como combater determinados males..

O entretenimento do programa também acontece de forma educativa. "...apresenta aspectos do folclore cearense, através da música caipira, cantadores e danças regionais". Não toca música de duplo sentido. A prioridade é para o artista iniciante. Todos têm espaço. O artista renomado, o artista do disco é apresentado, mas com espaço menor. Qualquer artista pode se apresentar desde que tenha um compromisso com o regional

O nordeste vive uma descaracterização de identidade, "já ficou para trás aquilo que representava o EU nordestino, que consome muito mais as notícias de fundo de quintal do sul do país e o subproduto da cultura americana".

Segundo Carneiro Portela, o povo nordestino não precisa buscar fora o que ele tem aqui, "uma cultura rica e bela".

#### 4 - A CAMINHO DO TERRAL

##### 4.1. PERCURSO DE WILL NO RÁDIO

O interesse de Will Nogueira pelo rádio remonta aos tempos de criança, quando assistia no auditório da Ceará Rádio Clube o programa PAPAÍ NOEL, que seu pai, Eduardo Fernandes, fazia. O rádio aparecia aos olhos daquele garoto com deslumbre e como um veículo de grandes possibilidades, principalmente porque não tinha televisão ainda e tudo acontecia no rádio: "rádioteatro, programa de calouro, muitos prêmios" et. Este período de sua vida foi importante para a carreira do comunicador, pois foi quando começou a sua formação musical, ouvindo Jackson do Pandeiro, Silvinho (hoje é cantor brega) e muitos outros que faziam parte do acervo da discoteca de seu pai. Na adolescência, Will forma um grupo musical com alguns amigos chamado Os Canibais, na época da jovem guarda: Renato e seus Blue Caps, Roberto Carlos, Wanderléia, Os Vips e muitos outros. OS CANIBAIS começaram a tocar em festinhas no Bairro de Fátima, onde os integrantes moravam e onde o Fagner, nessa época, tinha um conjunto que fazia a <sup>con</sup>corrência junto com um outro famoso, OS FARAÓS. Depois de tocarem em festinhas, passaram a tocar no clube do bairro, posse de grêmio de colégios, sem cachê e, inclusive, pagando as despesas do próprio bolso do grupo.

À convite, Os Canibais se apresentaram no TV JUVENTUDE apresentado pelo Paulo Limaverde e foi o suficiente para serem contrados para tocar todos os sábados neste programa do Canal 2. O grupo, a partir daí, cresceu, comprou nova aparelhagem e acompanhou grandes artistas de renome nacional: Jerry Adriani, Márcio Greyck, Wanderley Cardoso e outros representantes da Jovem Guarda e que eram as estrelas do TV JUVENTUDE. Will passou 6 anos no grupo tocando guitarra e compondo os arranjos.

Depois da Jovem Guarda, Will começa a se interessar mais pelos movimentos musicais e o rádio. O rock entra na sua vida através de Led Zeppelin, The Purple, Yés, Pink Fløyd, Emerson Lake and Palmer, discos, revistas especializadas em rock e através da correspondência com uma amiga americana que lhe mandava as últimas informações no gênero e que geralmente chegavam aqui com atraso. Ele recebia as informações com antecedência.

Eduardo Fernandes, o pai, fez o contato com a Uirapuru. Afrânio Peixoto acreditou na idéia de Will, que era fazer um programa de rock pesado. Uma proposta ousada para o princípio dos anos 70, quando as rádios não tocavam rock ainda. Will inaugurou o rock no rádio cearense com O SHOW DO GRILO. Esse <sup>nome</sup> foi escolhido pela analogia que fez entre o barulho do grilo e o do rock e como, em casa, Will ouvia os discos muito alto, então as pessoas reclamavam: "parece um grilo, toca muito barulho!".

O programa fez sucesso e permitiu a Will criar, na mesma rádio, mais dois programas em apenas três meses: O SHOW DOS BEATLES, que ía ao ar domingo pela manhã, O PESSOAL DO CEARÁ, sábado à noite, este produzido, inicialmente, com apenas três discos, um do Belchior, o outro do Ednardo, e o terceiro do Fagner.

Já dentro de uma rádio e com material em mãos, Will começa a diversificar o seu conhecimento musical estudando a música brasileira, a música antiga, voltou a ouvir o que havia conhecido na discoteca do pai: as orquestras, Ary Barroso, Jackson do Pandeiro etc. A sua meta era a diversificação, tanto é que os últimos programas que fez no rádio como disc jockey foram "os programas mais diversificados": na segunda-feira era um programa de música popular brasileira; na terça-feira, rock internacional; na quarta-feira, pessoal do Ceará; na quinta-feira, Beatles; na sexta-feira, discoteque; sábado, In Concert, especial que faz até hoje.

Da Uirapuru, Will foi para a Rádio Iracema fazer o Geração Pop, um programa criado para Nonato Albuquerque apresentá-lo, mas Nonato cedeu o espaço para Will, que estava chegando. Na Rádio Iracema, ele fez os programas que mais gostou de fazer. O programa era A GERAÇÃO DO WILL, proposto pelo diretor da rádio, durava 3 horas da manhã de domingo com músicas da Jovem Guarda e outras que tinham feito parte da geração do disc jockey. O outro programa era O SHOW DO WILL, que era o de maior sucesso no rádio cearense àquela época, onde tocava só músicas de discoteque e era contemporâneo da novela Dancing Days. A Globo lançara a moda discoteque, que morreu com o fim da novela, o que faz com que Will classifique como "sorte" ter ido para a Verdes Mares três meses antes desse fato acontecer, o que teria gerado um impasse na sua carreira, sempre muito bem sucedida porque costuma seguir sua intuição na hora das decisões.

Em março de 1979, Will Nogueira entra na Rádio Verdes AM e começou lá por um programa que dividia com Bidu Kawasaki. Entretanto, o objetivo de Will era a Frequência Modulada, que, na época, aqui, ainda estava "engatinhando". Ele acreditava -e já havia percebido- que a FM ia dar uma guinada muito grande, por causa da qualidade do som. "Eu não admitia estar fora da FM", diz ele, ainda mais pela sofisticação dos equipamentos do FM que obrigava os locutores a passarem um batom nos lábios para não sibilar na hora de falar. Os primeiros locutores de FM, aqui, foram Narcélio Limaverde, Irazer Gadelha, Rita Olivera. E Will não admitia estar fora do rádio também porque acreditava que, mesmo inconscientemente -atribui isso a uma coisa meio espírita- havia se preparado para isso quando se interessou por estudar rock, baião, xaxado, samba, a música nacional e a música internacional, mas nunca imaginara que um dia inauguraria uma rádio FM. Foi esse conhecimento geral sobre a música que fez com que Astrolábio Queiroz acreditasse no talento e na competência de Will Nogueira para o rádio.

Na AM, mas de olho na FM, pois acreditava nas

qualidades revolucionárias dessa nova freqüência, Will partiu para aprender a lidar com o sistema onde estava, o que, segundo ele, em 60 dias já era doutor no assunto: potencialidade e funcionamento do FM. Will entra definitivamente na FM, agora podendo ver a realidade daquilo que intuira: mudança no comportamento do rádio de um modo geral, devido à novidade, o som de mais qualidade, a segmentação da programação: os mais exigentes ficaram com FM e o povo ouviria mais AM, etc. A FM 93, hoje, segundo o comunicador, é líder em audiência há 52 meses consecutivos.

#### 4.2. CRIAÇÃO DO TERRAL E "VIRADA"

No rádio, tecnicamente era inviável apresentar um programa só com os "novos valores". quem não acompanhou o Pessoal do Ceará, que foi para o sul, ficou para trás em termos de espaço para a divulgação de seus trabalhos, inclusive porque o movimento musical cearense foi, de certa forma, deserdado pela televisão. Mesmo assim, em 1980, Will teve a idéia e a apresentou a Sebastião Belmino, que era o diretor de produção do Canal 5.

O programa se propunha - e sendo essencialmente musical - a "divulgar novos valores artísticos que nunca se apresentavam na televisão". Novato na tv, Will trazia em sua bagagem a experiência com o rádio, que já lhe rendera bons frutos.

O primeiro Terral, em preto e branco, apresentou César Barreto como cantor e compositor, mas que acabou ajudando o novo telecommunicador por ter já suas experiências em televisão. A proposta do programa era apresentar exclusivamente artistas novos. E os artistas novos dessa época eram Dilson Pinheiro, Calé Alencar, Eugênio Leandro, Paraíba, Peninha, o Grupo Bodega e Rossé Sabadia, Leninha, Alcio, Pingo e outros que fizeram parte do movimento musical na década de 80 e que estiveram presentes, repetidas vezes, no TERRAL. Movimento este que na opinião de Will Nogueira, não teve o ápice que aconteceu no movimento anterior com Fagner, Belchior, Jorge Melo, Ednardo etc.

Então, como há sempre um movimento de transição, de indefinição que se registra na história entre um movimento musical e outro, esse momento tinha chegado em meados de 80 no Ceará. Não havia como o programa prosseguir como estava: toda semana eram os mesmos cantores e compositores que participavam - e eram poucos-, além do mais, a proposta não estava sendo se-

guida, pois aqueles artistas já não eram mais novos no programa. A repetição se tornara uma constante que <sup>a baixar</sup> tendia ~~cada~~ vez <sup>mais</sup> a audiência. Outro fator que contribuiu para a mudança no rumo que o programa tomava foi o relacionamento com os artistas, que exigiam cachê e dificultavam a ~~apresentação~~, alguns pelo menos, segundo Will Nogueira, esquecendo o próprio material que ia usar, como cabo de guitarra, por exemplo. O fato é que a TVE, por sua vez, também não tinha recursos para adequar-se às exigências que faziam os artistas. E os artistas passaram a não ser suficientes para a sobrevivência do programa.

Ubaldo solon sugere uma abertura no Terral, acreditando que existe uma forma de melhorar o programa e promover o que participa. A idéia, então, era mostrar cantores que não têm chance de se apresentar em programas de grandes redes, como Chacrinha, Bolinha, Fantástico, Angélica, Faustão etc, e, ao mesmo tempo, mostrar artistas conhecidos nacionalmente. "Isso dá credibilidade ao programa e faz o artista desconhecido crescer". Seguindo esse raciocínio, Will promove a grande mudança no programa, hoje um dos mais assistidos no interior do Estado e, na capital, perdendo só para a Globo.

A "virada" implementada no TERRAL foi, a princípio, mal vista, segundo Will, pois "alguns ficaram meio isolados do esquema do programa, até porque acharam que não deviam ir mais", como Chico Pio e Eugênio leandro, que cobram cachê para aparecer no programa -e este não paga-, enquanto "Roupa Nova e Beto Barbosa" não cobram para se apresentar. Will diz que não sabe se os artistas que cobram para ir ao seu programa estão certos ou errados, mas considera errado é o artista "não assumir que o programa também é dele; esse artista deve ir lá, se inscrever como os outros se inscreveram; aceitar a opinião do produtor do programa, eu sei quando o cara vai cantar uma música que o pessoal não vai gostar, afinal de contas estou há catorze anos nesse negócio, se não soubesse... Eu digo: não cante essa música que não dar certo, o cara diz: "não, essa músi-

ca é boa". Então cante, digo. Dito e feito. Eu já posso medir o feed back, com a experiência que tenho".

O público do TERRAL é muito vasto, embora a maioria seja de mulheres da classe C, D e E, mas muitos intelectuais e pessoas de outras classes assistem ao programa. As Pessoas que Will encontra e elogiam tanto o programa quanto a programação da TVE por ser bem diversificada, "com programas de alta qualidade, com programas populares". O Terral é um passatempo, um show musical. O programa não mudou sua proposta básica, mudou o naipe de artista que hoje participam dele. O fato é que a moda musical mudou e aqueles artistas da primeira fase do programa não acompanharam essa mudança.

O ápice da música nordestina aconteceu com Zé Ramalho, Elba Ramalho, Geraldo Azevedo, Amelinha, Nando Cordel, Fagner, Alceu Valença, Jorge de Altinho, Belchior... depois essa música esfriou e esse pessoal daqui que estava espelhado naquele movimento esfriou também". O fato é que surgiu um impasse: de um lado, Will propunha-se a mesclar naipes distintos de artistas, os mais intelectuais e os populares; do outro lado, os artistas mais intelectuais deixam de aparecer no programa, ou por falta de convite ou porque não querem mais aparecer num programa "brega".

#### 4.3. FASE DO TERRAL E MOVIMENTO MUSICAL CEARENSE

O Terral entra na grade da programação do canal 5 com a responsabilidade de conferir o que está sendo produzido de bom no meio artístico-cultural do Ceará, especialmente a produção daqueles que fazem parte do movimento em Fortaleza. O importante era não só divulgar os artistas e suas produções, mas informar o público do que acontece em sua região, em seu país, em consonância com a função básica da televisão educativa, que é, como o próprio nome diz, educar, ou seja, informar e formar opiniões, adequar-se às necessidades culturais do lugar, elevando o nível cultural da população.

A música é o conteúdo essencial do programa. A 'música de qualidade', a música reflexiva, pensada, elaborada e comprometida socialmente. E com poesia. Isso, num primeiro momento do programa, que chamarei de primeira fase, que durou a metade da idade que ele tem hoje e que seguia, de certa forma, a proposta veiculada por aqueles programas da TV Ceará - Canal 2: PORQUE HOJE É SÁBADO e SHOW DO MERCANTIL, em divulgar os artistas locais que estavam começando.

Essa música era compartilhada por muitos que frequentavam os meios culturais da cidade: as universidades, os bares, as galerias de arte, as rodas de intelectuais etc. Eram os novos músicos, compositores e cantores que, além de absorverem 'facilidades' deixadas pelo movimento anterior, o Pessoal do Ceará: Fagner, Belchior, Belchior, Ednardo, Têti, Amelinha, Rodger Rogério, Ricardo Bezerra, só para citar alguns, traziam consigo uma nova marca para a música cearense.

Enquanto o Pessoal do Ceará tinha um rebuscado mais intelectualizado, político-literário, como acontece com a música de Belchior, por exemplo, com um conteúdo também político, mas um político 'domesticado' pela poesia, os novos valores

que surgiam no princípio da década de 80 tinham como característica marcante e heterogeneidade de comportamento intelectual, estético e político.

Aqueles primeiros refletiam aqui um movimento que acontecia a nível nacional. Era o regional como alvo mercadológico pelas empresas discográficas que buscava renovar seus produtos de venda. Isso aliado à necessidade regional de expansão, de extrapolar fronteiras, veio a calhar para contribuir para a renovação da MPB e para o reconhecimento nacional dos nordestinos.

Os cearenses vão gravar seus discos no eixo Rio-São Paulo e alguns deles passam a ser presença obrigatória nos meios de comunicação de grande porte. Fagner é talvez, o de sucesso mais retumbante destes. Na década<sup>\*</sup> das grandes redes, até no XOU DA XUXA, mais recentemente, A música sertaneja ganha mais espaço na programação televisiva nacional, com programas especializados: SOM BRASIL, EMPÓRIO BRASILEIRO etc.

Aqui, a programação local perde cada vez mais espaço nas emissoras. Sem o canal 2, extinto com a extinção da Tupi, que promoveu grande produção local, só o canal 5 se estabelece com grande parte de sua programação voltada para a produção local. Os artistas ressentem-se da falta desses espaços, necessários para a divulgação de seus trabalhos, meta de todo artista.

Assim, os canais oficiais que antes estiveram abertos para o Pessoal do Ceará, se fecham para os novos que buscam as suas alternativas. A maioria, jovem, começa a sua batalha nos meios universitários, nos bares, nos festivais: Cenequista da Canção, da Credimus, Universitário etc. Revelam-se Eugênio Leandro, o grupo Bodega, com destaque para o vocalista Rossé Sabadia, Olguinha, Gigi Castro, Paraíba, Alcio, Calé Alencar, Dilson Pinheiro, Peninha e outros. O Terral, assim, passa a ser um canal efetivo de expressão desses na televisão.

\* de 80 aparece em todos os programas

Eugênio Leandro, cantor e compositor, explica a proposta de conteúdo do programa: "Nessa época que começou o Terral havia, no Brasil, a moda do regional: gaúchos, pernambucanos, cearenses etc; essa efervescência, em termos locais, aconteceu por causa do Pessoal do Ceará e do Terral pegou carona com seguir na direção que iam aqueles artistas..."

A música popular brasileira, por essa época, refletia a exaustão política, psicológica e intelectual em que se encontrava a sociedade. Os artistas estavam exaustos da "intensa ginástica" que tiveram que fazer nas décadas anteriores, devido às excessivas perseguições e repressão. Devassadas por causa daqueles fatos políticos, as pessoas voltavam-se para dentro de si mesmas. O mundo vivia mais frequentemente a fragmentação do indivíduo.

Naqueles anos de ditadura, o movimento musical não estava separado do movimento artístico como um todo. Músicos, cantores, fotógrafos, pintores, escultores, artistas de teatro, integravam um mesmo coro na direção de identidade cultural. Especificamente no caso cearense, eram frequentes as caravanas culturais, lideradas por Claudio Pereira e promovidas pelo Diretório Central dos Estudantes e que levavam os mais diversos artistas para a região do Cariri, outras cidades do interior do Ceará e até a Argentina.

Com a criação do Terral, na TVE, verifica-se através dele resquícios de um movimento artístico coeso e instigante. Nessa época, o programa era gravado num dos dois estúdios do canal 5. Ar quente, poucos recursos técnicos, porém um espaço valioso para os artistas divulgarem seus trabalhos.

O Coral da UFC, além de firmar um trabalho próprio que viria a desencadear a expansão do movimento coral da cidade, aglutinava artistas que dali saíam para carreira-solo: Dilson Pinheiro, Eugênio Leandro, Paulo Eleutério (dupla Paulo/Válery), Gigi Castro, Peninha, Paraíba e muitos mais. Outros que

não participavam de coral, como Olguinha, Banda Oficina, Clarêncio, etc compunham junto com aqueles o estilo do programa de Will Nogueira, diferente do Ceará Caboclo, que se destina mais ao público do interior, mostrando coisas da cultura popular, do folclore rural, e do Irapuan Lima, que trabalha com as faixas C e D. O Terral, então, se constituía no único espaço televisivo para a divulgação daqueles que se convencionou chamar de 'artistas da terra'.

Nem tudo, no entanto, era integração entre artistas convidados para o programa e o ritmo imprimido pela emissora e pelo produtor Will Nogueira. O terral já com cinco anos, Will começa a repensar sua estrutura: o espaço no estúdio é pequeno, os convidados atrasam para a hora de gravar, o programa não tem audiência, as atrações começam a se repetir, os artistas mais 'populares' estão na moda e a massa os quer. O apresentador conclui que o Terral está defasado, ressentido-se da "desunião" e "desorganização" dos artistas que, assim, imprimem essas características ao seu programa. Aproveita, então, uma injeção de ânimo injetada por Ubaldo Solon, que sugere uma "mistura" no programa. Misturar esses artistas com os que estão nas paradas comerciais 'popularescas'.

\* O produtor e apresentador do programa atribuiu a três fatores. Um: continuar com aqueles que não atraíam audiência faria morrer o programa, o que já estava acontecendo; dois: a relação direta com os artistas era difícil, porque eles atrasavam para a gravação, eram desorganizados, muitas vezes esquecendo seus próprios instrumentos, e eram desunidos entre si; três: com a mistura, Will foi descobrindo que era muito mais fácil lidar com os artistas mais populares, além do mais davam audiência.

Alguns daqueles artistas, preteridos pelo programa, formaram sua opinião com respeito a essa ruptura e a adoção de um conteúdo comercial. A maioria deles responsabilizava a tevê educativa:

\* Vale a pena indagar porque ocorreu esse impasse e a posterior ruptura entre o Terral e artistas que foram atuantes nele. De que lado foram produzidos os entraves da relação?

Izaíra Silvino, ex-regente do coral da UFC, que considerava o programa "popular, pois apresentava artistas populares, da terra, à época, não tinha espaço <sup>nem</sup> em restaurantes", atualmente sucumbiu ao "jogo de mudança de personalidade bem parecido com a postura de certos políticos... demonstra falta de filosofia e política de programação: a direção está alí para tratar de outros assuntos que não a programação".

O cantor e compositor Eudes Camargo, um dos que iniciaram musicalmente a década de 80 em Fortaleza, considera que a mudança do Terral para a execução de uma música "de péssima qualidade" é responsabilidade da TVE, "o que é um acinte", posto que a tv estatal "deve <sup>ter</sup> um compromisso com a educação, com a formação cultural, com um certo senso crítico, e, pelo fato de ser um meio de massa, chegando a desprivilegiados, analfabetos, deveria chegar de uma forma mais responsável". Segundo ainda Eudes, o problema todinho não é o preconceito contra essa música: há espaço para todos. O que incomoda realmente é ver a tv do Estado, que não é comercial, tirar fatia de direitos nossos, do público, que também é dono da tevê, estabelecendo uma relação desigual. Além do mais, o programa como é feito hoje não questiona o processo de criação desses artistas, de onde eles saíram; o programa é simplesmente jogado para o público.

Na opinião de Eliane, uma das cantoras 'de hoje' do Terral e que já participou de programas nacionais, o seu sucesso deve-se muito ao Terral, "porque ele abriu as portas para os artistas novos e os incentivou".

Ricardo Bezerra, arquiteto e ex-integrante daquele grupo do Pessoal do Ceará atribui o "desencontro" a, pelo menos, dois fatores: primeiro, falta de estímulo por parte das tevês à produção local - a estrutura desses programas é deficiente, e, segundo, o movimento musical está sem força com crise a nível de composição.

Misturar esses artistas com aqueles que estão

\* Codinome de um artista que não quis ser identificado.

nas paradas comerciais: este o embrião que vai gerar a fase nova do Terral, ou a Segunda Fase.

A preocupação em agradar ao público passa a ser agora prioridade do programa, sob a orientação conjunta do produtor e do diretor de produção, Daniel Menezes, que se preocupa com os índices de audiência da emissora. Ele diz que o Terral, hoje, "divulga sucessos atuais, sucessos já feitos. Começou à cata de valores, mas se firmou a partir da mudança implementada".

Will Nogueira e a direção da casa conversam sobre a mudança do programa. Precisar-se-á de um espaço maior, de um auditório, pois é preciso buscar audiência, o público, que, vendo-se ali representado pela platéia, fará o programa elevar-se no ibope (segundo Will, no horário do Terral, atualmente, em Fortaleza, a TVE-canal 5 atinge 27% contra 52% da Globo, o que, proporcionalmente, é uma diferença significativamente favorável para o Terral). Sem espaço físico adequado, a produção é obrigada a improvisar um auditório no salão de entrada da emissora, montando cenário, enfileirando bancos para a platéia (apenas 10), enfim, criando condições não tão ideais, mas razoáveis para "acomodar" o programa.

A equipe de trabalho  <sup>aumenta</sup> devido ao acréscimo de atividades exigidas pela nova produção do programa. Entra Eduardo Filho, irmão do apresentador, como coordenador de produção, para cuidar da harmonia entre cenário, público, segurança. Ele diz como quer o cenário, a partir de orientações do produtor, organiza as pessoas na platéia, contrata os seguranças, posiciona-os e rege seu comportamento. José Ferreira, o Ferreirinha, coordena os artistas e o palco, enquanto Will Nogueira apresenta o programa.

A direção do Canal 5 acata a nova proposta do Terral, a mesclagem dos artistas mais intelectuais, difíceis de entrar no mercado comercial da música, com aqueles, tidos como mais 'populares', em geral não muito informados, do ponto

de vista intelectual, mas aceitos facilmente pelos meios de comunicação de massa e gravadoras. É o novo filão que vende em grande escala, dá lucro para as empresas, até porque é um produto de fácil elaboração e "digestão". São chamados cantores bregas.

Representante maior mesmo desse filão é a lambada, a febre do momento, que junta dança, música e sensualidade. Fenômeno com expansão internacional, a lambada encontra o seu reino no Brasil, sob regência de Beto Barbosa, que se considera o criador da lambada, a partir da mistura de ritmos paraenses com elementos da música das Guianas. Essa afirmação do cantor não encontra credibilidade certa na opinião de críticos, mas o público—consumidor da lambada pouco se importa com isso. Para ele, o importante é aproveitar a oportunidade.

E essa novidade não é encontrada nas músicas e bailarinos que acompanham Beto Barbosa e seus seguidores. A produção cinematográfica norte-americana já a registrou em LAMBADA, O FILME e LAMBADA, A DANÇA MALDITA, lançados em 89 e 90, respectivamente. As bilheterias não são tão fenomenais como\* deste novo gênero continua vertiginoso, explorado através dos milhares de cursos promovidos em academias de dança do mundo inteiro. Qualquer brasileiro na Europa, hoje em dia, por exemplo, é sinônimo de professor de lambada, mesmo que aqui seja 'desengonçado' para os ritmos musicais e nunca tenha passado dos "dois prá lá, dois prá cá" de um bolero.

Não é o caso de Ernesto Gadelha, cearense, ex-integrante do Balé Municipal de São Paulo, hoje dançando numa companhia alemã desde a época em que não se conhecia a tal lambada. Mas o fato curioso é que a lambada chegou por lá e os alemães, arrebatados pela febre tropical, assediaram os brasileiros para uma contradança. Estes, com o molho tropical que se lhes mistura ao suor com naturalidade não deixaram escapar a chance de fomentar um novo negócio: o comércio da lambada. Em férias no Brasil, Ernesto descobriu que os movimentos

\* se esperava mais do consumo

ensinados na Alemanha como sendo lambada não correspondiam ao que ele encontrou aqui.

Há suspeitas de que a lambada seja tudo e nada, ao mesmo tempo. Ou, por outra, como produto da indústria cultural, é mais uma dessas embalagens que abrigam qualquer conteúdo, de preferência ralo, que atinja a massa. Na verdade, se trata de um conteúdo aparentemente inofensivo, "doce", com ADOCICA, de Beto Barbosa, -"Adocica, meu amor, adocica/Adocica, meu amor, a minha vida"-, mas que esconde, ideologicamente, o jogo econômico de promover lucro para uma minoria privilegiada regida ( ou regente da ) pela cultura de massa.

A Indústria Cultural cria seus produtos, lança-os <sup>ao</sup> mercado, controla esse mercado em todos os níveis utilizando-se de linguagem própria: atraente e persuasiva para atingir o lucro. Lucrar. Vender/Comprar: eis a dupla face fundamental desse processo. A Indústria não foge à regra e entrega-se 'de corpo e alma' à lógica do Capital: nesse contexto, ela vai à exaustão ao lançar os seus produtos. Um produto é mantido no mercado enquanto ele dá lucro, enquanto vende. É o caso da música romântico-brega, ou brega ou brega popular romântica, que continua vendendo muito, mesmo sem a mídia excessiva como ocorre atualmente com a lambada. Bartô Galeno é um dos representantes desse gênero e, hoje, não se ouve tanto <sup>falar</sup> dele, mas vende mais do que Roberto Carlos, segundo Ferreirinha, representante da BMG - Ariola aqui em Fortaleza.

O artista que atende ao jogo monopolista age sem autonomia, ele é apenas mais um instrumento, sem poder, da Indústria Cultural. Othon Janbeiro escreveu em seu livro Canção de Massa, sobre a situação do artista de mercado, o seguinte: "O artista não tem, portanto, autonomia para **escolher** quando lançar um disco seu ou que músicas deve gravar. É uma prerrogativa da gravadora selecionar seu repertório, o estilo pessoal como cantor e o gênero musical a que deve se dedicar. Isto é, o artista não tem autonomia estética, podendo, inclu-

sive, gravar uma canção que não goste, deixando outra que julgue de grande qualidade e beleza musicais".

Assim, obra e artista passam à categoria de "inanimados" pela desgastante atividade a que são submetidos. Essa atividade consiste numa ginástica exaustiva para dar conta de uma imagem criada pela gravadora. Mais além, Jambeiro diz: "A criação de um ídolo para o público, no que se refere às gravadoras, é a mais agressiva e bastante comercial":

A apelação excessiva sobre um produto da Indústria Cultural, no entanto, é uma faca de dois gumes, pois, em geral, ele já nasce com os dias contados e, quando chega a sua hora de acabar, ou seja, quando o consumo desse produto cai, tenta-se artifícios para reerguê-lo até que nada mais o segure no mercado. É o ofício da moda.

A lambada atingiu seu ápice: Beto Barbosa, num único lançamento -o LP ADOCICA- vendeu 120 mil cópias só em Fortaleza, mas os representantes desse gênero já começam a sentir os primeiros sinais de queda: Beto Barbosa vendeu 35 mil cópias em Fortaleza com o último disco -LP SOUVENIR-. Os sinais mais visíveis desse estremecimento das vendas de discos de lambada são sentidos através da ação das gravadoras Continental, BMG-Ariola, Polygram em dispensar a maior parte dos lambateiros cearenses ou os que mais tem mercado aqui.

A continental dispensou Hermelinda, Carlos André, Ivan Peter, Luizinho Calixto e muitos outros. Ficam por lá, ainda, Beto Barbosa, Beto Douglas e Alípio Martins. A BMG-Ariola está 'em acertos' com Eliane e Zé Orlando e ainda não decidiu pela dispensa destes, mas já dispensou José Orlando, Shirley e Mardônio, este encontrando abrigo na RGE.

A Continental, A BMG-ARIOLA, A POLYGRAM e a CBS são as maiores gravadoras do momento, esta última investiu de maneira menos exaustiva com relação à lambada, contratando apenas o grupo KAOMA e fazendo montagens de lambada, que consiste em juntar pedaços de músicas de uma variedade de

lambateiros num único disco. Essa é uma estratégia econômica, pois não há contrato e paga-se apenas os direitos autorais.

O mercado em Fortaleza, o maior em termos de lambada e o pioneiro no gênero, recebeu entre junho e outubro deste ano 178 lançamentos e, sozinho, tem mais de 100 cantores/compositores do gênero se articulando no mercado. Esse é mais um dado do "cansaço" deste produto. Isso ocorre possivelmente porque a lambada está mais para "uma coreografia" de aeróbica do que para música", ou seja, é uma música que se dança mas não se ouve, portanto, deve-se ao "desmascaramento" desta "farsa", já que é apresentada como música e sua embalagem é o disco.

#### 4.4. PRODUÇÃO E FUNCIONAMENTO

A produção do terral é feita praticamente fora da televisão, devido aos poucos recursos que a tv dispõe. Segundo Eduardo Fernandes, assistente de produção, ela não dispõe do mínimo para se fazer uma produção razoável, "não tem estrutura, não tem uma sala onde possa receber as pessoas e proceder os contatos necessários ao programa, por exemplo", por isso, Will faz toda a produção na Rádio Verdes Mares, onde ele exerce o cargo de direção, lá ele tem mais espaço e condições para trabalhar. Pelo próprio estilo da rádio são facilitados os contatos com artistas e gravadoras. Afinal, a rádio Verdes Mares está mais para terral do que a TVE, tanto em recursos técnicos como em filosofia e direção de conteúdo.

De qualquer forma, Will Nogueira tenta estender para a TV aquilo que ele tem no rádio para poder diminuir as falhas do programa terral. Quando começa o trabalho de produção ele não pára, correndo de um lado para o outro, articulando cada elemento que dele vai participar.

Muitas pessoas são articuladas para realizar um programa como esse. Além do próprio produtor e apresentador, há o assistente de produção, o coordenador dos artistas, ou do palco, os iluminadores, o cenógrafo, maquinistas, pintores, eletricitas, câmeras-man, fotógrafos, diretor de imagens, sonoplasta, músicos, cantores, enfim é um 'big cast' que terá que trabalhar com um sentido de unidade, ou procurar trabalhar em conjunto, do contrário tudo pode dar errado.

Will tenta superar ~~superar~~ todas as dificuldades, que vão desde a não ter fone para comunicação entre o palco e a mesa de som até contar com alguns técnicos fora do seu horário de trabalho, como é o caso de Ivan Prudêncio, sono-

plasta, que que passa do horário para continuar na equipe do Terral. Ele está no programa desde o princípio e quando ainda era gravado às tardes de sábado. Will não quis que seu saísse para não desintegrar a equipe", diz ele. O Trabalho dele consiste em orientar os microfones e em sua mesa de som, receber o som do palco, equalizar, nivelar, para a gravação. Esse som passa automaticamente para o VT que o recebe junto com a imagem. Ele cuida ainda das músicas que tocam durante todo o programa em 'off' e das músicas que os cantores vão dublar. Como quase todos os artistas cantam com 'play back', <sup>Fica</sup> Ivan ~~tem~~ <sup>tem</sup> estar atento para colocar o disco ou fita certa, na hora exata e cuidar da manutenção desse material. Às vezes acontece de a faixa do disco que o cantor vai dublar estar arranhada ou pulando e isso não pode acontecer. A fita do 'off' é preparada com vários sucessos do momento, sucessos que fazem parte do estilo dos cantores que se apresentam no programa. Ele faz a montagem e solta desde o início das primeiras imagens, que geralmente são do público. Essa fita roda durante todo o programa e só pára para a apresentação dos cantores. "Antigamente, o programa tinha uma música-característica, que era TERRAL, do Ednardo, mas como o estilo mudou, aquela música é muito parada pra ele". Agora a característica são várias músicas, desde até Beto Barbosa. De 15 em 15 dias ele prepara uma nova fita, com outras músicas, para não cansar o ouvinte, além disso é mais uma maneira de divulgar o artista, diz Ivan Prudêncio.

Num trabalho em grupo, para que saia a contento, uma coisa fundamental é a comunicação.

É essencial, no caso de um programa de televisão, que haja sintonia entre todos os envolvidos, principalmente entre imagem e som, parceria fundamental no processo televisivo. No caso da produção das imagens, "deve haver sintonia entre o diretor de imagens e os câmeras" diz Dorivan Carlos, diretor de imagem da TVE.

A dificuldade maior enfrentada por ele, no caso do terral, é que, devido aqueles poucos recursos materiais de

que dispões a produção do programa e já tocados aqui, a sua comunicação com os câmeras fica comprometida. Como Dorivan é quem indica as imagens que os câmeras devem pagar e as seleciona, a sua preocupação, na hora do trabalho, é que, pela profusão de ruídos constantes durante o programa, a sua linha de comunicação com os câmeras, através de fones, seja cortada a qualquer momento. A nitidez do som dos fones é impedida pelo som muito alto que toca no auditório. Mas, Drivan, assim como os outros técnicos, aprendeu a conviver com esse estilo de trabalho, sempre buscando superar os problemas, e assim, de alguma forma, ele sempre consegue que os dois câmeras do programa o obedeçam de maneira que ele tenha as melhores imagens para selecionar.

Nos primeiros cinco anos do programa ele não tinha cenário, pois ele era gravado em estúdio, não tinha platéia, portanto a preocupação com a estética física do lugar era bem menor, ou seja, o material para compor o visual do programa era mais simples. Hoje, como o programa acontece no salão da tevê, o cenógrafo tem muito trabalho, pois ele vai ter que transformar aquele lugar num auditório, coisa que não é. O grupo que trabalhava para esse fim é liderado por Deugiolino Lucas, o cenógrafo. Neste grupo estão: os maquinistas, que carregam as tapadeiras (paredes do cenário, de compensado) e montam o cenário; contra-regras, que cuidam do material de cena, adereços, módulos ou praticáveis etc; carpinteiros, que constroem os cenários, os bancos da platéia e os consertam; além de pintores, maquiadores.

Deugiolino Lucas ressalta a importância do trabalho 'junto', onde todos exercem a sua própria autonomia, mas tem humildade para deixar que o outro exerça a dele também, numa relação de reciprocidade. Quando o programa é novo, o cenógrafo ainda não exerce a sua autonomia, diz ele, mas como o Teral é conhecido por todos, quer dizer, todos que trabalham

nele sabem o que o que devem fazer, então há mistério e, apesar do sistema dentro da tv ser complexo, o trabalho torna-se simples.

O cenógrafo recebe da diretor de produção, Daniel Menezes, o roteiro e o inventário do programa dizendo o que será o programa e o que vai ser necessário usar de material. O roteiro consiste no texto e evolução do programa, enquanto que o inventário descreve o que vai acontecer, quando e o que vai ser necessário para sua realização. São as bases da criação do cenógrafo aliadas à inventividade, de acordo com o material disponível.

A assistência de produção é feita por Eduardo Filho, funcionário da TVE, mas trabalha no Terral como forma de colaborar com o irmão que "gosta de tudo perfeito" e necessitava de alguém que resolvesse aqueles problemas peculiares aos momentos que antecedem à gravação do programa. Principalmente porque acaba aí o trabalho do produtor Will Nogueira para começar a do apresentador, e, como com toda pessoa que sobe ao palco, esses momentos são vividos com nervosismo e tensão.

É nessa área delicada que atua o assistente. É preciso ter cabeça fria para proceder os últimos preparativos, porque, ao mesmo tempo, ele vai controlar a entrada e organizar a platéia, contar o tempo, regressivamente, para comunicar o começo, o meio e o fim do programa. Acena para o pessoal da técnica, fica pronto para resolver qualquer problema que surja de repente entre o palco, o auditório e as mesas de som e imagem. "É preciso muita atenção, porque, mesmo que o programa seja gravado, podendo parar para possíveis erros, o Will não gosta de fazê-lo, por achar que perde o pique".

Ele acrescenta que o programa é feito "na marra", "amadoristicamente", mas que, mesmo assim, "sai no mesmo nível ou melhor do que programas produzidos no Canal 10, por exemplo, que não tem os mesmos problemas enfrentados pelo Canal 5". O Terral tem um funcionamento próprio que, se tentar mudar,

tentar sofisticá-lo, ele perderá muito. Uma prova disso é quando se tenta criar algum tipo de norma para a platéia, a nível de organização, como acontece com o programa Irapuan Lima, "as meninas não gostam, imediatamente se rebelam".

Na parte técnica do programa trabalham ainda:  
 Chefe dos câmeras: William Ferreira Dantas;  
 Câmeras: José Menezes de Oliveira e José Maria Ribeiro;  
 Iluminadores: Francisco da Silva Maia e Antonio Negreiros  
 Operadores de microfones: Luis Carlos Ferreira de Almeida, Carlos Alberto Barbosa Bezerra, Francisco Cipriano de Castro.  
 Operador de caracteres: Ruither  
 Operador de VT: Ademir Soares.

#### 4.5. LINGUAGEM E ESTÉTICA

No primeiro momento do Terral, aquela primeira fase já tocada aqui, um flagrante ocorria repetidas vezes, em quase todas as emissões observadas: segurando o microfone com uma mão, com a outra o roteiro do programa, Will Nogueira olhava fixo para a câmera de um jeito que parecia medido para não errar. Aquele olharzinho rápido, de lado, enviezado, que revelava o 'aperto' em que ele se encontrava: poucos recursos técnicos, calor no estúdio, ainda inexperiente quanto à linguagem televisiva.

Se fechasse os olhos, o telespectador se depararia com um potencial 'radiofônico' mais seguro, provavelmente. Falar não sendo visto era um exercício doméstico na vida de Will, o que acontecia ainda no caso da televisão. Eram os primeiros sinais de sua imagem na 'tela', era preciso arriscar no 'novo' veículo, penetrar para conhecê-lo. Essa penetração significava familiarizar-se com a técnica, com o espaço cênico, com a 'revelação' de sua imagem, <sup>com o</sup> um público etc.

Essa intimidade, ainda em fase de descoberta, seria encontrada no olho da câmera, pois "o artista televisivo 'vê' com os olhos da câmera e estes determinam a verdadeira fala do veículo (logo, a sua 'estética')" (Artur da Távola, A Liberdade do Ver). Will, entretanto, ainda não olhava no olho da câmera, portanto não olhava no olho do telespectador. Ele estabelecia, então, contato mais próximo com quem conversava e apresentava durante o programa e isso era a sua sustentação no papel que representava. A cumplicidade com o artista era importante porque, além de exercer, com isso, a função do programa, de divulgar os artistas da terra, criava uma relação, mesmo que indireta, com o telespectador.

A sobriedade era a sua marca como o era o pro-

grama. "Uma linguagem quieta, sem os chavões" que vem aparecer na segunda fase, dirigia a entrevista com o convidado no sentido do conhecimento: era, geralmente, uma conversa sobre a obra do artista, informações que estavam fora do domínio do público. O tom informativo da conversa presumia formar uma mentalidade compartilhada com o público de valorização da arte e cultura locais e que estavam mais voltadas para uma reflexão sobre a realidade.

A linguagem dos chavões do consumo vêm aparecer na segunda fase histórica do Terral. Logo em off, na abertura do programa, gravada por outro locutor da Rádio Verdes Mares, introduz-se o primeiro: "... O maior show musical da televisão brasileira". No decorrer do programa outros compõem a galeria, como na hora de apresentar a atração: "...mais um cantor que é sucesso no disco, no rádio e na televisão", ou no intervalo entre uma atração e outra: "Alô, gente, o nosso programa não pára".

São frases que carecem de profundidade informativa, se pensarmos na função principal a que se propõe a emissora que as veicula, mas condizente com uma proposta de consumo a que está mais ligado agora o programa e à uma estética da superficialidade tocada por Artur da Távola: "seria... um discurso de formas... operaria sobre formas visuais de um 'belo' já aceito e já descoberto..." E, como "sempre haverá as formas estéticas próprias a cada realidade histórica", muitas vezes em consonância com o status dominante e o expressando, pode-se talvez afirmar que a nova estética e linguagem do programa estejam de acordo com o imperativo da indústria cultural, do consumo.

#### 4.6. MERCHANDISING

Não seria de se estranhar que tendo o Terral uma linguagem do consumo viesse a usar merchandising como elemento componente de sua estrutura. Afinal, "a propaganda é a alma do negócio" e como todo 'negócio', isto é, em toda relação comercial faz-se, necessariamente a exposição do produto, tornando-o pronto para o consumo, quando, a partir daí, será estabelecida a relação comercial;

O disco é o produto que recebe mais estímulo, mesmo que de forma sutil n'algumas <sup>vezes</sup> e n'outras explicitamente, no programa do Will. Através dos contatos frequentes com as gravadoras: Continental, Poligram, BMG-Ariola, em geral, ele recebe os lançamentos dos novos artistas e dos que já fazem sucesso para apresentar ao seu público, utilizando a estratégia de sorteio dos discos como forma de ganhar a simpatia -pois o disco chega às mãos da platéia, ou do fã do cantor como um presente do artista, da gravadora e do apresentador do programa- e a adesão -pois estimulado pela propaganda o público provalvelmente comprará o disco.

Essa propaganda feita no Terral consiste de uma outra natureza, por não se tratar de uma relação essencialmente ou diretamente comercial. Não há contrato assinado, nem há dinheiro circulando entre as partes para fazer o "comercial": há troca de favores, quer dizer, os representantes das gravadoras levam os discos e Will divulga como forma de estabelecer 'empatia' entre ele e o público, apresentando-o com uma atração ou apresentando novos artistas para reciclar o programa.

No programa do dia 16 de setembro, Will Nogueira recebeu Nivaldo Barbosa, representante da Ariola, que confirmou a presença da dupla de sucesso, no momento, Luan e Va-

nessa no dia do aniversário, 11 de outubro . Na ocasião, dessa visita, Nivaldo levou posters e discos da dupla para serem distribuídos com a platéia. Will recebeu ainda Lindolfo e Antenor, representantes da Continental, por onde gravam Beto Barbosa, Chiclete com banana, Roberta Miranda etc. e eles lhe entregaram um Disco de Platina pelos 10 anos do Terral e pela acolhida que dá aos artistas da gravadora.

Além de outros discos distribuídos, como do Sidney Magal e Luzirene, há propaganda constantemente da revista Amiga e dos seguranças que contratados para manterem a ordem no auditório. Essa propaganda é feita de maneira cuidadosa, tentando não caracterizá-la como comercial, pois a lei não permite esse tipo de propaganda nas emissoras de cunho educativo. No caso da revista Amiga, por exemplo, a relação acontece entre Will Nogueira e Célio Curi. Este faz contatos com a revista para a divulgação do programa, compra alguns exemplares e dá ao Will para sortear com a platéia. Célio faz isso espontaneamente, simplesmente por prazer de participar do auditório do programa.

Quanto aos seguranças, ele não cita o nome da firma onde eles trabalham, mas diz no ar o número do telefone para quem quiser contratá-los.

Para Eduardo Nogueira Bastos, coordenador de produção do Terral, "a propaganda comercial deveria ser aberta, pois proporcionaria uma melhoria ao programa, já que a emissora não dá condições técnicas mínimas para um trabalho de nível". Um exemplo disso é a falta de fones para comunicação entre o salão, onde é gravado o programa, e o estúdio. Com a falta de fones, a comunicação é feita na base do grito.

#### 4.7. AUDITÓRIO

##### 4.7.1. MENINAS DO POMPOM

Não se sabe com exatidão a origem das Meninas do Pompom. Nem Will Nogueira se lembra de quando elas começaram a formar um grupo homogêneo e constante, nem elas mesmas se lembram. Sabe-se, no entanto, que tudo começou pela regência de Darci Mourão de Albuquerque, de 24 anos, moradora da Barra do Ceará e assídua frequentadora do Terral desde a criação do auditório no programa há cinco anos.

Darci andou pelos auditórios do Ceará Caboclo, também do canal 5, e Irapuan Lima, canal 8, mas a preferência dela é pelo Terral, "porque tem mais audiência e vem cantor bom, de fora", além de apresentar os seus preferidos Beto Barbosa, José Orlando, Mardônio, Banda Aquários etc. Ela só falta mesmo ao programa quando está doente. Sua liderança no grupo das Meninas do Pompom, batizado assim por Will, deveu-se, principalmente, à sua iniciativa de procurar amizade com todo mundo, com o próprio apresentador e todo o pessoal que participa do programa, técnicos e as meninas da platéia, e com dinheiro do seu próprio bolso, comprar material para fazer os pompons: rafia colorido, papel laminado, durex, papel (para picar e jogar nos artistas no momento em que se apresentam). Ela mesma se encarrega da compra e feitura dos pompons.

Os pompons são um signo da alegria e do prazer das meninas em ter participação ativa no show. Reflete o desejo de se destacar junto com os ídolos que alí estão. Um desejo particular que encontra ressonância em outros desejos particulares e se transforma no coletivo platéia: pessoas de idades diversas, mas preponderantemente jovens de classe social baixa e formação cultural primária ou semi-analfabeta, como representam as Meninas do Pompom.

A maioria tem entre 13 e 19 anos. São elas:

1. Rejane Maciel, 15 anos, moradora do Dionísio Torres. Estuda na Escola Integrada Prof. Antonieta Cals.
2. Andréia Maciel de Alencar, 16 anos, mora no Bairro de Fátima, Estuda no Centro Interescolar de 2º grau Gov. Adauto Bezerra.
3. Ana Rodrigues Busson, 13 anos, mora na Piedade e estuda no Centro Educacional São João Batista.
4. Clécia Souza dos Santos, 15 anos, Aldeota, estuda na Escola de 1º e 2º grau Arquiteto Rogério Fróes.
5. Francisca Vanusa de Oliveira, 18 anos, mora na Lagoa Redonda, estuda na Escola de 1º grau Deputado Moreira da Rocha.
6. Francineide Ferreira da Silva, 17 anos, Aldeota, Escola de 1º e 2º grau Arquiteto Rogério Fróes.
7. Luzineide Maria da Silva Barbosa, 17 anos, Aldeota, Escola de 1º grau Prof. Joaquim Albano.
8. Linéia Silva de Freitas, 17 anos, Bairro Edson Queiroz, Justiniano de Serpa.

As mais antigas no programa são-

1. Darci Mourão, 24 anos, frequenta já há cinco anos, mora na Barra do Ceará e não estuda. É a líder.
2. Francisca Bezerra (conhecida como Lucineide), 25 anos, frequenta o Terral há quase 5 anos, mora na Aeorolândia e parou de estudar na 5ª série.

As Meninas dos Pompons representariam para o Terral aquilo que representam as chacretes para o Chacrinha, ou as Irapuetes para o Irapuan Lima, com a diferença básica de que, no caso das meninas do Terral, elas são uma alegoria espontânea dentro do processo de comunicação estabelecido pelo programa.

#### 4.7.2. CÉLIO CURI

Francisco Célio Curi, sempre frequentou os auditórios. Praticamente acompanhou a história do rádio e da televisão através da participação nos seus auditórios. Na verdade, Célio Curi sempre foi um fã daqueles que escrevem para os seus ídolos, mantêm correspondência com as revistas especializadas na divulgação da vida dos artistas e procuram vê-los de perto, nos lugares que eles se apresentam. As suas musas principais sempre foram -e ainda são- Emilinha Borba, Ângela Maria e Ayla Maria. Por elas ele fez tudo que um fã é capaz de fazer por seus ídolos, Célio costumava escrever para a Radiolândia, por exemplo, mandando fotos de seus ídolos, para publicação. Compensando a publicação ele divulgava a revista na cidade, como o faz até hoje com a revista Amiga. Ele compra alguns exemplares por semana entrega ao Will Nogueira para distribuir com a platéia, ou sorteá-las.

Devido ao seu fanatismo e trabalho de divulgação feito por Ayla Maria, numa ocasião Célio ganhou 50 discos da cantora doados por Armando Vasconcelos para distribuir com seus correspondentes de outros Estados. Célio pedia a eles que escrevessem para uma revista de tv que promoveu concurso para a escolha da rainha da televisão brasileira, a 1ª e a 2ª princesas. A rainha escolhida, na época, foi Elis Regina; a segunda princesa foi Emilinha Borba; e a primeira escolhida foi Ayla Maria, que, segundo Célio Curi, sua escolha deveu-se em parte pelo seu trabalho de divulgação.

Ele é aposentado como agente administrativo do DNER, 50 anos, solteiro, e sua única atividade hoje é essa: admirar os artistas que saem na televisão. Gosta de todos eles, admira-os <sup>do mais</sup> todos. Só não tem por esses artistas "de hoje" o fanatismo que dedicou a Ângela Maria, Ayla e Emilinha. Conhece Luzirene desde pequena, acompanha a sua carreira

ra, "mas não tem aquele entusiasmo".

Dos 18 a 50 anos, Célio Curi já passou por todos os auditórios de programas de rádio e tv. Na época dos programas de rádio, era fã do Irapuan Lima. Via FIM DE SEMANA NA TABA e DIVERTIMENTO E SEQUÊNCIA. Os programas eram dinâmicos, com apresentação de calouros, brincadeiras e concursos de todo tipo. Na tv via TV JUVENTUDE com Paulo Limaverde apresentando músicas da jovem guarda e iê iê iê; PORQUE HOJE É SÁBADO, com Gonzaga Vasconcelos, só com artistas da terra; EU SHOW LUIS VIEIRA, comentarista do sul e dois daqui como convidados. Neste, Célio trabalhou na produção. Sem função era pegar os artistas no Aeroporto. Luis Vieira lhe dava o dinheiro do táxi e ele ía.

A preferência de Célio recai sobre o Terral por achá-lo organizado, pela animação das Meninas do Pompom e pelo jeito do Will anunciar cantores "faz sucesso no rádio, disco e televisão". A única crítica que ele faz é quanto o espaço físico, que deveria ser outro, construído no pátio da tv. Quanto ao Irapuan Lima, gosta da organização (Francisco Félix organiza o auditório com apenas 80 pessoas, recebem convites numerados), mas, por outro lado, acha o auditório desanimado, mesmo recebendo dinheiro e camisas para aplaudir. Ceará Caboclo, para Célio, é um programa autêntico, natural, que fala tudo sobre da capital e do interior. Ele só acha que o Carneiro Portela deveria avisar antes aos artistas que eles não podem cantar determinadas músicas e não pará-los na hora em que estão cantando, "isso não é bom para o artista".

#### 4.7.3 "SUPERHOMEM"

Wanderley Oliveira Viana é o homem que traveste de "superherói" nos auditórios do Irapuan Lima e do Terral. Escolheu o Zorro para se travestir no programa do Irapuan Lima, onde também participa do show de calouros. Ele costuma cantar músicas como "ENTRE TAPAS E BEIJOS" ou qualquer outro tipo de música, segundo ele, pois gosta "de qualquer uma". Sua participação no Irapuan Lima também consiste em apresentar-se de Judas todos os anos. Mas, Wanderley está se desinteressando por se apresentar no Irapuan, principalmente como calouro, pois lá não lhe dão a atenção que lhe dispensam no Terral por apenas a parecer como "superhomem."

No programa do Will, seu nome sempre é divulgado, as câmeras o focalizam durante o tempo suficiente para ele mostrar-se: ele se levanta, ensaia alguns movimentos como que imitando "o homem mais forte das histórias em quadrinhos". Devido a essa atenção especial, o "superhomem" não pretende deixar de comparecer a um só dos programas Terral, pois, ainda, significa oportunidade indispensável para que alguém o veja e queira contratá-lo para animar festinhas de criança.

A plateia se diverte com aquela caricatura do "superherói" que tanto admiram, quando o vêem numa revista ou na tv. Para ela, estar ao lado do "superhomem" significa a realização do desejo de tocar um mito. Um mito vivo e humano, além do mais ESTE é mais acessível economicamente - basta pegar um ônibus e ir ao Canal 5 - do que aquele das revistas e da tv.

Wanderley, assim, alimenta duplamente a sua fantasia - de ser um mito - e a das crianças - de estar com o "superherói" -, além de servir como elemento decorativo ao programa. Ele acaba por fazer parte da alegoria do cenário e de elemento analógico na linguagem utilizada pelo programa. Assim o "superhomem" é como o Beto Barbosa, o Rei da Lambada. São os he-

róis. A platéia projeta neles seus desejos de ascensão e de posse que estão na fantasia e só se realizam no momento em que eles estão ali para consumir a caricatura do seus objetivos de desejo.

Aquele homem simples, pobre de condições materiais e exposto às mais apelativas promessas de recompensa pelo seu esforço em adequar-se aos modelos veiculados pelos meios de comunicação, dispõe-se a acreditar que ~~ele~~ pode chegar ao topo prometido.

Frágil - com uma compleição física que revela a subnutrição e a subserviência em que vive-, projeta-se nos músculos e na força de um herói moralista e implacável com os que lhe recusam, ou lhe questionam.

Com ele (o herói) está a verdade, a justiça e, por isso, será sempre bem sucedido por mais agruras que sofre contra todas as interpéries.

Aquele herói (superhomem) não é um só. Ele é a síntese dos bem sucedidos na vida. Nele estão os artistas de televisão, pessoas que aparentemente - de acordo com as leis da indústria que os manipula - sempre se dão bem na vida.

Othon Jambeiro diz qssim no seu livro Canção de Massa: " o fato de haver uma grande procura das gravadoras por pretendentes à vida artística, parece traduzir uma crença nas possibilidades de ascensão social que a indústria do disco oferece. Isto é tanto mais verdadeiro, se observarmos que praticamente todos os cantores ostentam uma aparência de vida fácil, com inúmeras viagens ao exterior, belos carros e grandes casas. Os pretendentes estariam, assim, à procura de uma oportunidade, não mostrarem seu valor artístico, mas sim de, através deste valor, consumirem uma brecha por onde penetrar ta vida fácil e romanesca que lhes mostram todos os dias

no rádio, na televisão e nos noticiários das revistas e jornais. Esta vida de "ídolo" deve significar, para eles, a grande oportunidade de ascensão social e pode-se, talvez, inferir, que tanto mais pretendentes, existam, mais fechadas estariam as chances de ascensão na sociedade, pelo menos com referência às camadas sociais a que pertença a maioria destes pretendentes. >>

Aquele homem, no entanto, nunca alcança aquilo que ele deseja -até porque não se sabe se ele o deseja realmente, ele, talvez, pense que deseje, pois é característica do monopólio do consumo forjar "desejos" nos indivíduos e mascarar a realidade, assim como mascara os objetos de consumo -, pois é neste não alcançar ~~nem~~ esse desejo -do indivíduo- artificializado pela indústria, que está se alimenta para sobreviver.

Mas o tal homem, dentro das suas condições, que são, em geral, o oposto do bem sucedido, articula-se com os instrumentos que tem à mão, sempre os mais pobres e menos eficazes, porém enganosos. Com uma pobre roupa que imita as vestes do "superhomem" que viu na tv e nos cartazes, ele acredita que está "sendo" também um superhomem e também mais próximo daqueles outros "superhomens" que passam pelo palco do Terral.

É nesse caso o grotesco, como diz Muniz Sodré em A Comunicação do Grotesco: "Esta categoria está nas vivificações do cômico, do caricatural e, mesmo, no monstruoso". Ele continua na frente: " O grotesco é um olhar acusador que penetra as estruturas até, em ponto em que descobre a sua fealdade, a sua aspereza. A essa altura, o real antes tido como belo pode tomar o lugar do sonho".

4.8. 10 ANOS TERRA TERRAL

O pátio externo da TVE - Canal 5 é preparado para o grande acontecimento, assediado por uma multidão, - pelo menos duas mil pessoas, - que se espreme no portão para entrar. Mas ainda não é hora e os seguranças tentam reger o furor de mães com filho de colo, homens, crianças serelepes, moças, adolescentes e adultas, acompanhadas ou não de namorados, e que trazem no brilho dos olhos a imagem do ídolo.

Um outro público já se encontra dentro do pátio procurando um bom lugar para ficar. Este é um público privilegiado, pois são pessoas amigas de funcionários da TVE, dos técnicos do programa, além daquela parte da platéia que também serve como atração, como as meninas do pompom, Célio Curi e o 'superhomem'. Eles se arrumam nos bancos compridos que são colocados entre o palco e um praticável onde instalam equipamentos de som, luz e imagem: canhão, câmeras, monitores etc. ao som e ruídos da platéia de fora, que grita "abre! abre!".

Escadas são revesadas para se proceder os últimos preparativos. Tentam-se cabos, fios, holofotes. O palco - empréstimo do BNB Clube - é grande o suficiente para abrigar a pequena multidão que passará por ele esta noite de quinta-feira, dia 11 de outubro, e que se transformará numa emissão gravada para ir ao ar dia 12, domingo.

O público, em gritaria, começa a entrar, solto, aos poucos, pelos seguranças que tentam controlar o portão. Primeiro, as crianças invadem por cima do muro, pelas brechas do portão. Depois a massa toda, desobediente, invade esfuziante.

A Banda Aquarius entra para equalizar luz e som e aquecer o público para a hora do programa. Para as pessoas que estão ali o show já começou. A Banda toca o sucesso LAMBA-

TERIA, que é no que se transforma o espaço entre palco e platéia. Os corpos 'lambateiam' incessantes, sós ou acompanhados, Um casal busca a estética da nova dança: ritmo, movimento, suor, sensualidade, ingredientes do fenômeno comercial.

Câmeras de VHS passeiam pelos bastidores, palco e platéia registrando a emoção daqueles que vivem um dia -ou uma noite- ímpar em suas vidas. Alguns artistas já chegaram: Eliane, Leonardo, Toni Moraes, Banda Alta Tensão, Ana Paula, Mardônio...

Will Nogueira já se prepara com nervosismo de quem conhece a responsabilidade que lhe cabe hoje. Uma dupla responsabilidade: com o aniversário do programa e com a proporção que adquire o evento, que mobilizou uma equipe maior de trabalho, um público muitas vezes maior, artistas que vêm especialmente por ser o programa de aniversário.

A Banda Aquarius, que tinha entrado para passar som e luz, já não está mais no palco e o público aguarda ao da montagem de vários sucessos de lambada que saem da mesa de som de Ivan Prudêncio que hoje compõe o arsenal <sup>sobrl</sup> do palco. Os câmeras "aquecem" as imagens do público que mandam para a mesa de Dorivan Carlos, lá em cima. Ruither prepara os caracteres de A TVE APRESENTA... Eduardo Filho corre de um lado para o outro entre a platéia e os bastidores dando as orientações necessárias para começar o programa. Tudo tem que ser perfeito, porque, apesar de ser gravado, Will não pára "senão quebra o seu pique e do público presente". Ele dá sinal para os câmeras. Ivan solta o 'off': "1990- 10 anos depois, a certeza da missão cumprida". O show já começou, que, segundo ainda o 'off', é o maior da televisão brasileira.

Will entra: "alô, alô, amigos e amigas do interior do Estado; alô, alô, amigos e amigas da capital... bom dia!". Esta é uma gravação que se repete nos programas Terral. O apresentador anuncia a primeira atração: Ana Paula, que traz flores brancas e amarelas. Ela foi lançada no programa em 87. Sua carreira começou neste ano, em maio, pelas mãos do

produtor Wagner Pontes, quando tinha 13 anos. Cantar lambadas juvenis registradas pela Gravasom, de Recife. Hoje é presença obrigatória no Terral.

Mardônio Barbosa de Souza é a segunda atração do programa, o Mardônio, que já passou pelo rock e MPB, quando se apresentava nos programas da TV Ceará Canal 2 no final da década de 60. Hoje canta lambada por achar um "ritmo gostoso". Seu sucesso Atual é LAMBARIA.

Acabam de chegar as grandes atrações da noite: Luan e Vanessa e Beto Barbosa com seus bailarinos. Will os anuncia e a platéia delira. Anuncia ele: "alô, gente, o nosso programa não pára... Vem aí: Alta Tensão!" A banda que tem 8 elementos, 12 anos de existência tocando em bailes, discotecas, periferia da cidade. Em 78 misturou forró com discoteque. Armando Teles, cantor e compositor do grupo, fez o sucesso MALANDRINHA. 1990, Festrão em Fortaleza, a lambada em alta, apresentação no Pirata, o Alta Tensão vai mostrar seu som na Itália da Copa para gente do mundo inteiro. LAMBADA PIRATA é o sucesso do momento, pela continental.

Entre comunicar mais uma vez a chegada de Beto Barbosa e anunciar o festival de compositores que o programa vai promover, Will anuncia a próxima atração: Toni Moraes, que como o Mardônio passou pelo rock, integrou a Banda Posh e hoje canta lambada e grava pela RGE. Segundo ele, a escolha pela lambada "tem a ver com se voltar para as origens, origem da terra que é nossa". Em seguida, entra Eliane: uma carreira de 7 anos, 6 elepês e um compacto. O pai é José Lima o empresário que cuida de tudo da carreira de Eliane, contatos para shows, contrato com gravadoras, reveando com a mãe, que cuida de produzir (roupas, make up) a cantora. Depois de Eliane canta Leonardo, uma espécie de 'galã' da música brega romântico, que faz o público relaxar do ritmo frenético da lambada.

As atrações especiais do programa de aniversário entram encarnados de Luan e Vanessa, ele carioca e ela

paulista, uma dupla de adolescentes que tem feito com estilo romântico-brega-juvenil. O exemplo é QUATRO SEMANAS DE AMOR nas paradas de FM. Beto Barbosa é o grande esperado com suas bailarinas e bailarinos e imensos guarda-costas. Ele canta, dança e lança sua grife ADOCICA de calças e camisas. Will ensaia com ele uma entrevista

em que Beto Barbosa aproveita para responder questões da sexualidade e drogas. Nada sério, apenas fofocas em voga nas revistas especializadas em sensacionalismos. Tom Cavalcante é convidado para falar e a festa termina com a apresentação da Banda Aquarius, a nova "protegida" por Will.

## 5 - CONCLUSÃO

Logo que terminei este trabalho, vi-me numa enrascada. Eu desejava descobrir uma resposta satisfatória para a questão da divisão ao meio do Terral em seus variados aspectos, desde a sua relação com os artistas que convidava, como a relação com a TVE - e influência da FM 93 - o seu posicionamento como produtor da cultura local.

Aquele paradoxo descoberto no Terral não começou em si mesmo. Está ligado a história da própria televisão aqui no Ceará. A divisão entre os fatos culturais e o comércio da comunicação e da arte. O tratamento dado pela Indústria da Cultura aos seus produtos e aos produtos da cultura mesma. Ou seja, a Sociedade convive com uma cultura que nasce dela mesma e com uma outra produzida industrialmente. Na primeira, observa-se a Liberdade individual como algo imprescindível, ou seja, um compositor compõe uma música e simplesmente mostra-a para pessoas que terão liberdade de gostar ou não, sem a interferência contundente de alguém que vai dizer o que ele deve ou não gostar.

No caso da cultura produzida industrialmente, ocorre o contrário. Tudo segue as leis também produzidas pela Indústria, que sufoca o 'produto' na sua espontaneidade e individualidade e o converte em massa modelável e desprovida de conteúdo. Um produto da Indústria Cultural precisa de exposição exaustiva para poder "comunicar" o seu próprio conteúdo. Essa superexposição o enfraquece - ao descobrir-se o mistério, se é que há algum, de algo que esteja na moda, como a lambada agora -, tira-lhe a razão de existir, porém outros produtos já estão na fila para substituir aquele personagem em cena, procurando satisfazer aquela necessidade fabricada nos indivíduos pelo monopólio do consumo.

O fato é que vivemos numa sociedade, hoje, inteiramente fragmentada na sua estrutura e observar o Terral só me reafirmou isso.

O povo brasileiro precisa resgatar muita coisa que ele só tem perdido durante os anos e uma delas - e fundamental - é a oportunidade de poder acreditar nos seus porta-vozes.

Os discursos em nome do povo ou mentem deliberadamente ou estão defasados.

Os meios de comunicação e o Estado são - ou deveriam ser - porta-vozes da sociedade como um todo, mas isso só ocorre parcialmente, como "vozes" de uma minoria poderosa econômica, social e politicamente. E é do lado do poder que vem a ordem que manipula o público e os artistas.

A frase constante "A música que é sucesso no disco, no rádio e na televisão" é contraditória já que Will fala <sup>em</sup> ~~que~~ ampliar o programa, misturando os artistas 'intelectuais' e os 'populares', pois aqueles 'intelectuais' - chamo-os assim só por uma questão formal - perdeu espaço no programa. Isto porque toda a produção do programa, desde a preparação do auditório até a linguagem utilizada, estimula a incompatibilidade entre os grupos de artistas mencionados, do ponto de vista, inclusive, da receptividade do público. É preciso que o programa 'queira' receber o artista para que ele se sinta em casa e possa mostrar o seu trabalho.

## 6 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 - CARVALHO, Gilmar. A Televisão no Ceará. Fortaleza, secretaria de Comunicação Social, 1985.
- 2 - JAMBEIRO, Othon. A Canção da Massa. São Paulo, Pioneira, 1975.
- 3 - BASTOS, Francisco de Assis Fernandes. Relatório das Atividades de Teleducação do Ceará - FuNTELC 1982. Fortaleza, TVE, 1982.
- 4 - NETTO, Samuel Promm. Tecnologia da Educação e Comunicação de Massa, São Paulo, 1976.
- 5 - PÁSCOA, Rubens Linhares de. TVE Canal 5 - Uma escola para todos. Fortaleza, Departamento de Programação Pedagógica da TVE, 1978.
- 6 - SODRÉ, Muniz. A Comunicação do Grotesco. Petrópolis, Vozes 1983.
- 7 - SODRÉ, Muniz. O Monopólio da Fala: função e linguagem da televisão no Brasil. Petrópolis, Vozes, 1984.