



A cultura local e as novas tecnologias. A experiência da Fundação Casa Grande.¹

Claudio Henrique Nunes de Sena²
Universidade do Porto, Portugal

Resumo

Este trabalho trata da relação entre cultura local e as novas tecnologias a partir de uma metodologia de análise mediológica. Para compreender como determinados grupos sociais utilizam e relacionam-se com os atuais equipamentos tecnológicos, foi realizado um estudo de caso da *Fundação Casa Grande – Memorial do Homem Kariri*, uma entidade dedicada à gestão e produção artístico-cultural, tendo como foco a estação de rádio mantida pela instituição, a *Casa Grande FM*. A investigação foi conduzida a partir do cruzamento da teoria mediológica, de Régis Debray, com os conceitos e ideias sobre cultura e mediações culturais descritas por Stuart Hall.

Palavras-chave: Cultura, tecnologia, comunicação, mediologia, Cariri.

A ascensão de um novo modo de comunicar.

São inegáveis as transformações nos mais variadas segmentos da sociedade decorrentes da influência dos meios de comunicação de massa e das novas tecnologias. A partir do domínio e da posse de técnicas de produção de conteúdos midiáticos, artísticos, jornalísticos ou de puro entretenimento, os massa media revelam-se, cada vez mais, como agentes sociais. Mas essa função, segundo McLuhan, não é exclusiva dos *mass media*, sendo inerente a todos os grupos sociais. Desde aqueles que detém o poder hegemônico aos grupos e subgrupos sociais isolados, todos possuem um forte “desejo de comunicar”. “Todo o ambiente urbano tornou-se agressivamente pedagógico. Todos e tudo tem mensagem a declarar, um fio que ligar” (MCLUHAN *in* LIMA, 2000, pág. 155). Vivenciamos a emergência e a propagação de novos meios de transmissão de informação, em que o livro e o texto impresso deixam de ser as únicas fontes de conhecimento.

Apesar da visível desvantagem em relação à posse de tecnologias e técnicas entre os meios de comunicação de massa e os pequenos grupos sociais, há neste último

¹ Trabalho apresentado no DT 07 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Mestrando do Curso de Ciências da Comunicação da Universidade do Porto e docente da Faculdade Católica do Ceará, email: claudiohns@gmail.com



uma ampla gama de conhecimentos, características sociais, estéticas, práticas artísticas que pautam as mensagens e preenchem novos canais de comunicação por eles mesmos criados ou que “servem” como essência para os conteúdos criados pelos massa media. De um lado, conglomerados de comunicação, com meios já estabelecidos, canais de televisão, emissoras de rádio e sites na internet. De outro, grupos sociais ricos em capital cultural³, adquirido e mantido ao longo de anos de existência e transmitido por dezenas de gerações. O trabalho aqui proposto tenta compreender o meio em que ocorre esse trânsito de informações, essa negociação, muitas vezes subliminar, entre ambos os lados, tendo como foco a maneira pela qual a mensagem é construída e emitida pelos grupos sociais locais, especificamente regionais, a partir de suportes e plataformas possibilitadas pelas novas tecnologias.

No intuito de encontrar recursos empíricos e meios de exemplificação e comprovação, essa investigação propõe-se a analisar um núcleo de produção cultural local e sua relação com as novas tecnologias. O caso em questão é a *Fundação Casa Grande – Memorial do Homem Kariri*, localizada longe das capitais e dos grandes centros urbanos, no interior do Estado do Ceará, uma entidade não-governamental e filantrópica dedicada à gestão e produção artístico-cultural, bem como à formação educacional. Embora apresentando de maneira geral a instituição, o trabalho irá posteriormente deter-se à análise da *Casa Grande FM* como forma de aprofundar a pesquisa e para que se possa chegar a níveis aprofundados de compreensão através de exemplos consideráveis que se enquadram nesta abordagem.

Mediologia, a importância de uma metodologia.

Ao considerar a complexidade entre as tecnologias e a sociedade, há que se analisar, além da comunicação em si, a transmissão, que, segundo Regis Debray (DEBRAY, 2004), envolve aspectos que ultrapassam a saída e chegada da mensagem entre emissor e receptor.

Cada grupo⁴, seja hegemônico ou advindo de guetos, estabelece características próprias, com diferenças sociais e linguagens específicas. A ideia deste trabalho não é julgar as evoluções das linguagens em cada grupo, mas entender como estes as

³ Num sentido mais amplo, constituem o capital cultural de um indivíduo ou comunidade, a soma de todos esses instrumentos que permitem o consumo e a produção dos bens simbólicos (bem como sua distribuição e troca) e o conjunto dos próprios bens simbólicos produzidos, como as coleções nas bibliotecas, pinacotecas, museus, galerias, cinematecas, videotecas, e assim por diante. (COELHO, 2004, pág. 85)

⁴ Grupo aqui entendido como pessoas com um objectivo e uma função em comum.



articulam para evidenciar sua mensagem, sob um prisma talvez mais integrado que apocalíptico.

Neste ponto se aplica a mediologia, como disciplina transversal e ampla, que considera as influências das novas tecnologias, bem como as diversas estruturas sociais que possam interferir e caracterizar o processo comunicacional. Como afirma Giovandro Marcus Ferreira, a mediologia faz “um esforço de relacionar os vários elementos que concorrem na evolução cultural, dando uma atenção especial aos dispositivos materiais de difusão”⁵.

A abordagem mediológica leva em consideração o contexto sociocultural, as condições e a maneira que é produzida a mensagem, tratando da questão da herança cultural e do conjunto de símbolos vinculado a esta, como os objetos e suas respectivas simbologias ou a linguagem oral de determinada cultura local. O que a mediologia considera, além dos próprios espaços de comunicação e monumentos de evocação cultural, são as relações, as trocas, as transmissões ao longo do tempo, bem como a busca de um suporte físico e técnico para perpetuar um conjunto de símbolos. Regis Debray ressalta: “Materializar ou monumentalizar é sempre, mais ou menos, fazer grupo, fazer lugar, fazer durar” (DEBRAY, 2004, pág. 30). Nem que para isso sejam necessárias adaptações, transformações ou, como cita o autor, “desvios simbólicos”. Debray trata a cultura como organismo “vivo” e dinâmico, não estanque, em constante mutação, pois, para ele, “qualquer cultura se alimenta através do metabolismo” (DEBRAY, 2004, pág. 34).

A questão é compreender como o processo de perpetuação acontece, considerando as perdas e ganhos a partir da utilização de novas tecnologias e canais de comunicação. Para isso, partimos agora para os estudos de caso, com o objectivo de identificar e analisar o *modus operandi* desse processo.

Do sertão do Ceará para o Brasil.

Localizada em pleno semiárido nordestino, afastada cerca de 600 km de Fortaleza, capital do Estado do Ceará, a microrregião do Cariri é composta por 10 cidades, dentre elas Nova Olinda, onde está situada a sede da Fundação Casa Grande - Memorial do

⁵ Trabalho apresentado por Giovandro Marcus Ferreira no Núcleo de Teorias da Comunicação, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.



Homem Kariri. A região foi habitada por seres humanos desde a pré-história e posteriormente pela tribo de índios Kariri, e é hoje um polo de turismo religioso, recebendo anualmente milhares de peregrinos em seus santuários⁶.

O Cariri é também reconhecido como umas das regiões do nordeste brasileiro mais ricas em capital cultural. Movimentos artísticos, rituais religiosos, danças, artesanato e música regional fazem parte do cotidiano local. Anualmente as cidades da região sediam festivais de música, teatro, folclore protagonizados por artistas, escritores, músicos e os demais considerados talentos locais⁷.

É nessa região e nesse contexto social e cultural, longe das principais emissoras de televisão e rádio, salas de cinema e produtoras de audiovisual, que funciona há mais de 10 anos a *Fundação Casa Grande – Memorial do Homem Kariri*, uma instituição sem fins lucrativos de formação e produção cultural e de educação.

A instituição reúne laboratórios de conteúdo com *gibiteca*, *dvdteca*, discoteca, biblioteca, educação patrimonial e informática, além de laboratórios de produção para TV e rádio, editora e teatro. Nesses espaços são ministradas palestras, oficinas e oferecida consultoria para a população local. O mais determinante nesses espaços talvez não seja a constante produção ou a amplitude de ofertas de cursos ligados à comunicação, mas sim o fato de que a maioria de tudo o que é produzido e grande parte do segmento administrativo está a cargo de crianças e adolescentes da região do Cariri. Ao ser questionada a respeito do conteúdo da produção realizada pela Fundação Casa Grande, Rosiane Limaverde, uma das fundadoras e diretoras da instituição esclarece:

“É resultado do que eles apreendem nos Laboratórios de Conteúdo (as "tecas"): os programas de rádio, documentários para TV (temos parceria com a Futura, Cultura e TV Brasil), trilhas e espetáculos musicais, gibis, jornais e a recepção do memorial. E o mais importante: a gestão cultural de toda a Fundação, pois eles administram tudo sozinhos, todos os espaços, da limpeza aos produtos.”⁸

Resistir ou adaptar-se?

⁶ Uma média de dois milhões de pessoas visitaram a região ao longo das cinco maiores romarias do ano, segundo dados da Arquidiocese de Juazeiro do Norte e do CONDIRC – Conselho de Desenvolvimento e Integração Regional do Cariri.

⁷ Festa das Candeias - Juazeiro do Norte, Festival dos cantadores e repentistas do Cariri - Juazeiro do Norte, Festa de Santo Antônio – Barbalha, Semana de Artes – Barbalha, Aniversário de Patativa do Assaré – Assaré, dentre outras. Datas extraídas do Calendário de Eventos do CONDIRC – Conselho de Desenvolvimento e Integração Regional do Cariri.

⁸ Excerto da entrevista cedida por Rosiane Limaverde ao autor deste trabalho.



Computadores de alta performance, equipamentos de transmissão radiofônica, câmeras de vídeo e mesas de som passam a preencher os dias dos meninos. Como conseguinte surge o impasse: manter a identidade pura, garantir a memória e a *monumentalização* do capital simbólico arraigado durante séculos ou ceder às tentações deste mundo de novas possibilidades?

A resposta dá-se a partir da negociação, do uso inteligente dessas técnicas para registro e difusão da cultura local, pois uma cultura que se fecha, tentando limitar e defender suas fronteiras, mantendo-se alheia ao contexto social a que inevitavelmente pertence, pode estar, assim, sentenciada ao encolhimento ou a uma falsa autonomia.

“Pode-se ficar satisfeito por ver o dinamismo evolutivo das inovações derrubar as barreiras de identidade, os entre-si da memória e os nossos velhos aconchegos domésticos, favorecendo assim os abraços interculturais e interétnicos.” (DEBRAY, 2004, pág. 146)

Nessa perspectiva apontada por Debray conduz-se a produção da Casa Grande, a fazer uso do que está disponível como forma de fomentar e evidenciar traços da cultura local, mesmo que para isso seja inevitável a negociação ou a hibridação.

A capacidade de determinada cultura dialogar, interagir e negociar com demais culturas ou com níveis superiores de poder, como grandes conglomerados de comunicação, é uma realidade contemporânea. No contexto social, político e cultural da atualidade, por mais que se tente renegar e resistir, a cultura de um povo acaba confrontando-se e relacionando-se com influências externas. É isso que aponta Stuart Hall, um dos representantes dos Estudos Culturais Britânicos, sobretudo na obra *Da Diáspora*.

“Seria possível hoje nos propormos a escrever a história cultural popular sem levar em consideração a monopolização das indústrias culturais, por trás de uma profunda revolução tecnológica? (É lógico que nenhuma revolução tecnológica profunda pode ser, em sentido algum, puramente técnica) Escrever a história da cultura das classes populares exclusivamente a partir do interior dessas classes, sem compreender como elas constantemente são mantidas em relação às instituições da produção cultural dominante não é viver no século XX.” (HALL, 2003, pág. 236)

Segundo Hall, ao analisarmos determinada cultura, sobretudo culturas populares ou locais, há que se compreender também sua relação com esferas superiores de poder, neste caso, as indústrias culturais e as novas tecnologias. No estudo de caso da



Fundação Casa Grande, é evidente a relação com as novas tecnologias, já que estas constituem, junto com o capital cultural da região, a força motriz e o fio condutor das produções realizadas na instituição. Consolida-se assim uma via de mão dupla, em que ícones, valores, costumes, rituais, danças, cânticos, lendas e histórias “reaparecem” em suportes tecnológicos como TV, rádio e internet.

Nesse aspecto, a cultura popular reage às imposições de uma cultura hegemônica produtora de bens tecnológicos e detentoras dos meios de comunicação de massa, assumindo função de agente social e participante desse fluxo contínuo e intenso de informação. Caracteriza-se um campo de batalha mencionado a seguir por Hall, com resistências, recusas, aceitações e superações entre o global e o local.

“Há pontos de resistência e também momentos de superação. Esta é a dialética da luta cultural. Na atualidade, essa luta é contínua e ocorre nas linhas complexas da resistência e da aceitação da recusa e da capitulação, que transformam o campo da cultura em uma espécie de campo de batalha permanente, onde não se obtém vitórias definitivas, mas onde há sempre posições estratégicas a serem conquistadas ou perdidas.” (HALL, 2003, pág. 239)

Dotado de aparatos técnicos, com autoestima fortalecida, com firme sentimento de pertença e a segurança de um grupo sólido e produtivo, consciente de seus valores e ideias, os meninos da Casa Grande revelam-se preparados para estes “abraços interculturais e interétnicos” mencionados por Debray ou para “as batalhas permanentes” citadas por Hall. Com o domínio de técnicas, de softwares, de equipamentos de produção de TV e rádio, abrem-se novos canais de comunicação, novas possibilidades de integração e diálogos com grupos distintos e, muitas vezes, distantes, ou mesmo com uma cultura hegemônica dos *mass media*. O grupo antes reduzido e limitado à Região do Cariri agora ascende a um patamar mais universal, pelo menos no que diz respeito à comunicação, sem que para isso seja necessariamente preciso “esquecer” ou omitir atributos e características culturais mantidos ao longo de anos.

Segundo Debray (DEBRAY, 2004, pág. 146), quem passa a ter acesso e a dominar “aparelhos”, sejam máquinas de barbear elétricas ou programas de informática, pode estar inserido em um contexto comunicacional amplo, do qual milhões de pessoas do mundo todo participam. Em uma perspectiva mediológica, o que passa a ser



empecilho no processo comunicacional são sim os traços culturais, como idiomas, crenças, culinária, que diferem entre culturas.

A produção da Casa Grande. A tecnologia com o sotaque cearense.

Aceitas as regras deste universo possibilitado pelas novas tecnologias e assumido o posto de agente de produção e difusão a partir de novos canais de comunicação, a questão passa a ser o que registrar, o que *monumentalizar* e o que transmitir. A Fundação Casa Grande e seus componentes optam pelo que está próximo, pelas singularidades do universo do qual fazem parte.

“Temos um programa de Memória, o primeiro, que deu origem à fundação a partir da restauração da Casa Grande. Nele funciona o Memorial do Homem Kariri, um museu arqueológico e mitológico que conta com um acervo de artefatos arqueológicos encontrados na região e o inventário das lendas do povo Kariri. O memorial tem como gerente e recepcionistas as crianças que se revezam no atendimento aos visitantes.”⁹

O sotaque da fala, os gestos e a irreverência das crianças e adolescentes da Região do Cariri apresentam-se intermediados pelos meios audiovisuais. Para atender ao desejo de comunicar, de se fazer chegar ao outro, valem-se dos aparatos técnicos atuais oferecidos, seguindo, nesse sentido, a proposta de McLuhan, a qual os meios de comunicação passam a representar extensões do homem.

“O homem deve servir a tecnologia elétrica com a mesma fidelidade servomecânica com que serviu seu barco de couro, sua piroga, sua tipografia e todas as demais extensões de seus órgãos físicos. Com uma diferença, porém: as tecnologias anteriores eram parecidas e fragmentárias, a elétrica é total e inclusiva”. (MCLUHAN, 2001, pág. 77)

Ocorre uma mudança drástica na relação do indivíduo com a tecnologia. Esta “fidelidade servomecânica inclusiva” revela-se ao analisarmos os laboratórios de produção da Fundação Casa Grande.

“Há uma interação do programa de memória com os outros programas da fundação, que são comunicação, artes e turismo. A tecnologia está

⁹ Excerto da entrevista cedida por Rosiane Limaverde ao autor deste trabalho.



presente em tudo, desde a pré-história, com o estudo da técnica de lascar uma pedra, por exemplo.”¹⁰

A Rádio Comunitária Casa Grande FM, operada pelos alunos do projeto, com programação eclética, variando do jazz ao forró pé-de-serra¹¹, funciona como ferramenta prática de aprendizado e integração social. Os participantes da Rádio, ao mesmo tempo que começam a dominar a técnica, passam a caracterizar-se como produtores, agentes de uma instituição, “explorando”, através de novos suportes, seu próprio capital cultural. Trata-se aqui de um exemplo prático da tentativa de combinações entre os vetores técnicos e institucionais e entre os meios e agentes de circulação, parâmetros de entendimento que deve-se ter em consideração quando se segue uma abordagem mediológica (DEBRAY, págs 103 e 104, 2004). Combinações estas que assumem a singularidade de quem as protagoniza e promove, onde “cada dispositivo técnico reveste uma dimensão simbólica diferente de acordo com a cultura em que se insere” (DEBRAY, pág. 54, 2004). Numa lógica mediológica, os mesmos ensinamentos, os mesmos códigos, as mesmas tecnologias aplicadas na Casa Grande FM, se utilizadas ou disponibilizadas a outra determinada cultura local, criariam resultados antagônicos, entretanto ambas estariam a “falar a mesma língua”, usando as mesmas ferramentas, adaptadas a realidades distintas.

No caso da Casa Grande FM, os programas da rádio abordam temáticas variadas, mas sempre de interesse da população de Nova Olinda, sobretudo, com foco no público jovem.

“A programação da Casa Grande FM é um reflexo do contexto em que a emissora está situada. Reúne desde programas difusores dos ritmos mais tradicionais, como Forró Pé de Serra, até os musicais mais contemporâneos, como o reggae e o rap. Esta programação retrata a cidade de Nova Olinda em seus aspectos tanto ligados à cultura tradicional da região, como também apresenta as transformações culturais contemporâneas que fazem parte da dinâmica sociocultural da cidade.”¹²

Os programas *Submarino Amarelo*, *Arrepiando o Rap*, *Nação Jegueira*, *Papo Cabeça e Repentes e Violas* são exemplos da mistura de conteúdos, que variam desde ritmos familiares à realidade de Nova Olinda, como o *Repentes e Violas*, a estilos

¹⁰ Excerto da entrevista cedida por Rosiane Limaverde ao autor deste trabalho.

¹¹ Estilo musical típico do interior da região nordeste brasileira.

¹² Excerto do trabalho apresentado por Catarina Farias de Oliveira no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 de setembro de 2002.



contemporâneos e universais, como o *Arrepiando o Rap*. Há aqui uma preocupação de fazer-se coerente em relação ao que é oferecido nas rádios e o que realmente desperta interesse do público. Não há como omitir e negar o fato de que alguns ritmos musicais, estilos de vida, comportamentos e vestuário alheios à cultura local do Cariri já façam parte da vida da população. Caracteriza-se assim um ambiente de negociação, com pontos de resistência e de renúncia, em que todos podem ser beneficiados, sem que haja grandes perdas. Na Casa Grande FM, bem como nos demais laboratórios de produção, ocorre uma “hibridação necessária”, para que, desse modo, possa se chegar aos vários níveis de diferença apresentadas por um público diverso. Segundo Hall (HALL, pág. 73, 2003), todos negociam culturalmente, de acordo com interesses próprios que variam entre grupos sociais, faixa etária, espaço geográfico e outros aspectos de diferenciação.

“Nesses tempos, então, o perito contador asiático, de terno e gravata, tão vividamente invocado por Modood, que mora no subúrbio, manda seus filhos para a escola particular e lê *Seleções* e o *Bhagavad Gita*; ou o adolescente negro que é um DJ de um salão de baile, toca jungle music mas torce para o Manchester United; ou o aluno muçulmano que usa calça jeans larga, em estilo hip-hop, de rua, mas nunca falta às orações de sexta-feira, são todos, de formas distintas, hibridizados.” (HALL, 2003, pág. 73)

O fator decisivo a favor dessa hibridação na programação da Casa Grande FM deve-se principalmente à influência de uma geração mais jovem e de crianças, que tem o meio radiofônico como uma das principais fontes de informação e contacto com o mundo além do Cariri, e que agora ultrapassam a função de receptores para ascenderem à posição de produtores de informação. Nesse contexto, o rádio passa a ser percebido como extensão do homem, como meio de sólido e eficaz de transcender do corpo físico para difundir opiniões, gostos, desejos de um grupo social, uma maneira de conectar a cultura vivenciada em determinada realidade com uma estância ainda maior, universal.

A mensagem além do Cariri.

O reconhecimento por parte das estruturas de poder e dos meios de comunicação de massa, aspecto relevante em uma abordagem mediológica, legitimam a contribuição da Fundação Casa Grande como uma sólida instituição cultural e de formação que atua pelo viés comunicacional para educar, registrar e difundir a cultural local do Cariri.



“Recebemos algumas comendas e premiações. Somos conveniados com o Ministério da Cultura, Ministério do Turismo e a Secretaria de Educação do Estado do Ceará, também temos parceria com a Prefeitura Municipal.”¹³

Segundo Debray (DEBRAY, 2003, pág. 20), a “comunicação e transmissão não são conceitos que devam ser justapostos, mas coordenados. Os dois amparam-se mutuamente”. A proposta desenvolvida pela Fundação segue as “orientações” do autor, na medida em que faz uso de ferramentas de comunicação, especificamente, os aparatos tecnológicos, com objetivos que ultrapassam o processo comunicacional, transmitindo valores e saberes, criando e mantendo “substituições”, como museus e bibliotecas e estabelecendo vínculos com a população local.

“É uma cidadezinha do sertão que não tem nada a oferecer, a Casa Grande representa um olhar sob uma nova perspectiva. As famílias das crianças estão presentes e envolvidas no programa de Turismo. Hoje a Casa Grande já tem uma boa credibilidade da população local. Somos o ícone turístico do município e atraímos recursos e investimentos locais.”¹⁴

Atualmente a Fundação Casa Grande recebe apoio do Governo do Estado do Ceará, Ministério da Cultura e UNESCO. São recorrentes também as apresentações dos grupos musicais, dos vídeos e documentários em canais de televisão abertos e emissoras de rádio. A parceria firmada com a Universidade Regional do Cariri e com a Universidade Federal do Ceará leva todos os anos alunos para ministrarem oficinas de aperfeiçoamento na Fundação Casa Grande. Diversos prêmios de âmbito nacional já foram atribuídos à instituição, como o Prêmio UNICEF Criatividade Patativa do Assaré e a Comenda da Ordem do Mérito Cultural do Ministério da Cultura do Brasil.

Conclusões.

A coerência na escolha das técnicas, os processos de produção da mensagem e os interesses da população local são fatores que determinam os resultados proporcionados pelas atividades da Fundação Casa Grande na Região do Cariri. Constata-se, a partir deste estudo de caso, que a tecnologia, se empregada de maneira

¹³ Excerto da entrevista cedida por Rosiane Limaverde ao autor deste trabalho.

¹⁴ Excerto da entrevista cedida por Rosiane Limaverde ao autor deste trabalho.



inclusiva e educacional, a partir de um viés social, pode funcionar como uma importante ferramenta de transformação social. É o modo que se gere, se disponibiliza e se articula a tecnologia que corrobora para os benefícios de quem as utiliza ou daqueles que sofrem sua influência.

Referências Bibliográficas:

ACIOLI, Socorro (2003). **A prática da educomunicação na Fundação Casa Grande.** *in* <www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP11_acioli.pdf>

AZEVEDO, Fábio Giorgio dos Santos. **Tecnologias de transmissão cultural: a experiência da “escola” de comunicação Fundação Casa Grande – Memorial do Homem Kariri.** 251 folhas. Dissertação (Programa de Pós-graduação) Faculdade de Educação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005.

COELHO, Teixeira. **Dicionário Crítico de Política Cultural.** São Paulo: Editora Iluminuras, 2004.

DEBRAY, Régis. **Introdução à Mediologia.** Lisboa: Livros Horizonte, 2004.

FERREIRA, Giovandro Marcus (2003). **A questão da técnica no pensamento comunicacional** *in* <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/handle/1904/4334>>

HALL, Stuart. **Da Diáspora. Identidades e Mediações Culturais.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

LIMA, Luiz Costa (Org), Adorno et al. **Teoria da Cultura de Massa.** São Paulo: Paz e Terra, 2000.

MCLUHAN, Marshal. **Os Meios de Comunicação Como Extensão do Homem.** São Paulo: Editora Cultrix, 2001.

MORATÓ, Javier del Rey (1995). **Mediología y comunicación: La república de los sentimientos, una nueva epistemología.** *in* www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/11357991/articulos/CIYC9595110157A.PDF

OLIVEIRA, Catarina Farias (2002). **Escuta Sonora: A Experiência da Casa Grande FM.** *in* www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002

Material eletrônico complementar:

“A casa é deles” por Mariana Albanese *in* <http://www.overmundo.com.br/overblog/a-casa-e-deles>



“A menina do sertão” por Ricardo Soares *in*
<http://www.tvcultura.com.br/caminhos/28meninada/meninada1.htm>

Daniel Bounoux entrevista Regis Debray *in*
<http://findarticles.com/p/articles/mi_m1310/is_1995_feb/ai_16791347>

Site da Diocese do Crato: <http://www.diocesedecrato.org.br>

Site oficial da Fundação Casa Grande – Memorial do Homem Kariri:
<http://www.fundacaocasagrande.org.br>

Site oficial do Conselho de Desenvolvimento e Integração Regional do Cariri:
<http://www.cariri.org.br/cr/index.html>

Site da Secretaria da Cultura do Governo do Estado do Ceará:
<http://www.secult.ce.gov.br/noticias/cariri-cearense-sedia-iv-encontro-mestres-do-mundo>

“Turismo e cultura de mãos dadas no Cariri”, matéria publicada no Jornal Diário do Nordeste em 02/04/2004 *in* <<http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=151810>>