



## **Tempo, tempo, tempo: a trajetória do programa de comunicação da ONG Fundação Casa Grande Memorial do Homem Kariri<sup>1</sup>**

Marcia Maria XIMENES<sup>2</sup>  
Catarina Tereza Farias de OLIVEIRA<sup>3</sup>  
Universidade Federal do Ceará – Fortaleza/CE

### **RESUMO**

O presente artigo tem como objetivo traçar a trajetória do programa de comunicação da Fundação Casa Grande - Memorial do Homem Kariri, ONG localizada na cidade de Nova Olinda na região do Cariri no Ceará e, mais precisamente, do laboratório audiovisual do programa, a TV Casa Grande. Tomaremos como base as discussões sobre comunicação comunitária e alternativa e, mais especificamente, as reflexões históricas e teóricas sobre vídeo popular e TV Comunitária<sup>4</sup>. O Objetivo desta reflexão é compreender as transformações que envolvem a produção audiovisual na contemporaneidade sem perder de vista o fio da trajetória e a historicidade da comunicação comunitária e do vídeo popular na América Latina. Adotando, neste artigo, uma metodologia histórica e teórica para pensar esta questão principal, esta reflexão será fundamental para a pesquisa que estamos realizando sobre o laboratório de TV da ONG Fundação Casa Grande.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação Comunitária; Comunicação Alternativa; Vídeo Popular; TV Comunitária.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012

<sup>2</sup> Estudante do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (UFC) sob orientação da professora doutora Catarina Oliveira. Participa do grupo de pesquisa Mídia, Cultura e Políticas, coordenado pelas professoras doutoras Márcia Vidal e Catarina Oliveira. E-mail: [marcitaximenes@gmail.com](mailto:marcitaximenes@gmail.com)

<sup>3</sup> Professora Doutora em Educação pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). É professora adjunta XI da Universidade Estadual do Ceará (UECE) e professora permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (UFC). Email: [catarinaoliveira30@gmail.com](mailto:catarinaoliveira30@gmail.com)

<sup>4</sup> Esse é o primeiro passo da pesquisa que está sendo realizada no mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará sob orientação da Professora Dr<sup>a</sup> Catarina Oliveira com proposta de estudar a prática comunicativa da TV Casa Grande como um processo sociocultural.



## **1. Introdução: os primeiros passos de uma pesquisa**

Traçar a trajetória do programa de comunicação da Organização Não-Governamental (ONG) Fundação Casa Grande – Memorial do Homem Kariri e, mais especificamente, do laboratório audiovisual do programa, a TV Casa Grande, é, além de objetivo principal deste artigo, o início da pesquisa que está sendo realizada no mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal do Ceará (UFC). Com proposta inicial de estudar a prática comunicativa do laboratório audiovisual TV Casa Grande, considerando-o como um processo sociocultural, e com o intuito de analisar as etapas de planejamento, produção e recepção das produções deste laboratório, destacamos que a pesquisa teve início em março de 2012 e toma, neste momento, formas iniciais.

A Fundação Casa Grande – Memorial do Homem Kariri localiza-se na cidade de Nova Olinda, distante 537 km da capital Fortaleza, no Cariri, Ceará. Ao longo de quase 20 anos de existência<sup>5</sup>, a ONG vem sendo importante objeto de estudos de pesquisadores da área da comunicação por ser uma instituição de divulgação e valorização da cultura e dos costumes do povo caririense por meio dos seus programas e laboratórios. (ACIOLI, 2002; OLIVEIRA, 2007; XIMENES, 2005). Com os laboratórios Casa Grande FM e TV Casa Grande, do programa de comunicação, a ONG configura-se como um contexto que privilegia práticas de comunicação popular e alternativa representativas no contexto cearense.

Neste artigo, o programa de comunicação será situado nas discussões de comunicação comunitária e alternativa realizadas por vários autores (SANTORO, 1989; PERUZZO, 1998; OLIVEIRA, 2007). No caso da TV Casa Grande, mais diretamente, serão discutidos o audiovisual como uso popular e as características que o inserem nas classificações de TV comunitária da autora Cicília Peruzzo (2007).

Como etapa inicial da pesquisa, além da atualização das leituras conceituais, foi realizada uma viagem à cidade de Nova Olinda entre os dias 13 e 15 de abril de 2012. Também tomamos como base os dados de pesquisa realizada anteriormente neste lugar por nós (XIMENES, 2005) bem como dados de campo colhidos em 2011, quando realizamos pesquisa exploratória para a elaboração do projeto de pesquisa para esta investigação.

---

<sup>5</sup> A Fundação Casa Grande foi inaugurada no dia 19 de dezembro de 1992, data do aniversário dos dois fundadores: Alemberg Quindins e Rosiane Limaverde. Em 19 de dezembro deste ano, 2012, a ONG completará 20 anos.



Destacamos que, na última ida a campo, foi possível retomar o contato com a ONG e com os sujeitos que tornam possível esta experiência, alcançando o objetivo de lançar um novo olhar na realidade em que a Fundação está inserida atualmente. Para isso, colhemos informações utilizando três técnicas principalmente: a observação juntamente com as anotações no diário de campo<sup>6</sup>; a entrevista formal; e a entrevista antropológica (GUBER, 2004)<sup>7</sup>. A escolha metodológica procurou obedecer as particularidades do objeto, uma vez que a definição das estratégias metodológicas é definida pela situação do que se é investigado e não uma escolha solta a ser definida pela opção e desejo do pesquisador. Essas são características da etnografia, metodologia sugerida para a pesquisa que agora se inicia.

## **2. Pistas metodológicas**

Nas últimas décadas, as áreas da antropologia e da comunicação vêm consolidando vínculos e ampliando um diálogo que se dá em função dos métodos e do interesse de estudo que passam a fazer parte das pesquisas nas duas áreas. Essa aproximação é impulsionada pelos Estudos Culturais e pelos trabalhos dos teóricos latino-americanos da recepção, que procuram salientar a natureza comunicacional da cultura e a natureza cultural da comunicação, e que fazem parte das discussões da pesquisa que por hora se inicia. (COGO, 2009; OLIVEIRA, 2012)

Um dos traços que passa a ser compartilhado a partir desse diálogo é justamente o método clássico da disciplina antropológica: a etnografia. Exemplo dessa constatação são os métodos que foram utilizados no recolhimento de informações para elaboração do presente artigo, etapa inicial da análise da prática comunicativa do laboratório audiovisual TV Casa Grande. Centrada na análise das etapas de produção e recepção dos produtos audiovisuais desse laboratório, a pesquisa direciona-se para o uso da metodologia etnográfica a fim de analisar a natureza sociocultural da prática comunicacional a ser estudada.

Esse tipo de análise aproxima-se da definição de etnografia utilizada por Yves Winkin (1998) em “A nova comunicação. Da teoria ao trabalho de campo”. Winkin (1998) considera a etnografia como uma disciplina científica que convoca três

---

<sup>6</sup> O diário de campo e o processo de observação participante foram utilizados de forma preliminar, pois estamos no início da pesquisa de campo.

<sup>7</sup> A Entrevista Antropológica ocorre de maneira informal quando estamos em campo inseridas na observação dos sujeitos pesquisados. Guber (2004) afirma que esta é fundamental, pois ocorre de forma espontânea. São, na verdade, conversas sem hora marcada que temos em campo com os informantes.



competências: *saber ver*; *saber estar com*; e *saber escrever*. Retomar esse contato e proporcionar um reconhecimento da TV Casa Grande dentro do programa de comunicação, exigiu, pelo momento, essencialmente uma das três competências de que fala Winkin. O *saber ver* na observação das atividades da Fundação e de como se movimentam os meninos e meninas da Casa Grande e de todos que se envolvem, de alguma forma, com a ONG<sup>8</sup>. Para Rosana Guber (2004), dentre as várias estratégias metodológicas permitidas pela etnografia da comunicação, a entrevista é uma das mais apropriadas para se aproximar do universo de significações existente no contexto de comunidades a serem estudadas. Como já explicitado, para elaboração do presente artigo, foram utilizados dois tipos de entrevistas: a entrevista formal e a entrevista antropológica.

A entrevista formal, do tipo semi-estruturada, com temas pré-determinados e com horários marcados, foram aplicadas mais especificamente com o fundador da Casa Grande, Alembert Quindins, e com alguns jovens participantes da TV Casa Grande. Destacamos que foram realizadas dentro do espaço da ONG. A escolha desse tipo de entrevista com esses entrevistados e nesse espaço se deu pelo fato dessas pessoas já terem bem definidos nos discursos proferidos por eles o seu papel de pesquisado e o papel da pesquisadora, uma vez que os conhecemos em pesquisas anteriores nesta mesma instituição. O que não excluiu o uso da entrevista antropológica repetidamente com algumas delas em outros momentos e espaços.

Já com a entrevista antropológica, pretendemos, por meio de conversas informais com pessoas ligadas diretamente à Fundação Casa Grande, como dona Toinha (dona da pousada domiciliar em que a pesquisadora se hospedou), perceber outros questionamentos que não se percebem nas entrevistas formais. Refletimos que a característica maior da entrevista antropológica ou etnográfica é que não há uma institucionalização do momento da entrevista como ocorre nas entrevistas semi-estruturadas. A Entrevista Etnográfica<sup>9</sup> se diferencia por seu caráter mais espontâneo, pois as conversas ocorrem durante o perambular em campo, circulação e observação

---

<sup>8</sup> As outras duas competências de que fala Winkin já fazem parte da investigação por meio do *saber estar com* nos momentos de convívio nos espaços dentro e fora da Casa Grande e do *saber escrever* no registro das impressões no diário de campo, mas se encontram ainda em fase inicial.

<sup>9</sup> Segundo Guber (2004), a entrevista antropológica inicia-se com perguntas previamente pensadas pelo investigador, mas as que se sucedem são formuladas das respostas obtidas pelas primeiras. Isso acontece porque conceitos e categorias predefinidos pelo pesquisador, ao longo das entrevistas antropológicas, são relativizados e influenciados pela perspectiva do pesquisado, que independe da ótica do investigador mesmo sendo também influenciada por ela.



comuns à pesquisa etnográfica. Definidos os preceitos teóricos-metodológicos que norteiam esta pesquisa, partimos para a contextualização mais histórica e teórica do artigo. Destacamos por fim que a etnografia é solicitada como parte da pesquisa por termos a recepção como foco central da pesquisa a ser aprofundada ao longo do mestrado. Nesse sentido, já iniciamos este processo desde abril de 2012 como forma de aproximação.

### **3. A trajetória histórica da comunicação na Fundação Casa Grande**

Para traçar a trajetória do programa de comunicação da Fundação Casa Grande, primeiro é necessário fazer um breve levantamento do funcionamento atual da ONG. A Fundação Casa Grande é uma ONG que funciona na cidade de Nova Olinda, na região do Cariri do Estado do Ceará, e tem como proposta, segundo o site da instituição, a formação educacional de crianças e de jovens protagonistas em gestão cultural. ([www.fundacaocasagrande.org.br](http://www.fundacaocasagrande.org.br)). Criada em 1992 pelo casal Aemberg Quindins e Rosiane Limaverde, atualmente a ONG Casa Grande funciona a partir de seis programas: memória e educação patrimonial; artes integradas; turismo comunitário; esporte de rua; meio ambiente; e comunicação social.<sup>10</sup>

O programa de memória e educação patrimonial conta com o Memorial do Homem Kariri, que expõe o acervo arqueológico e mitológico da Chapada do Araripe através de artefatos, fotografias e lendas ilustradas pelos meninos e meninas da Casa Grande. Segundo o blog do Memorial, no ano de 2011, foram atendidos 16.114 visitantes em visitas guiadas. ([www.memorialdohomemkaririfcg.wordpress.com](http://www.memorialdohomemkaririfcg.wordpress.com)) Somente nos três primeiros meses de 2012, o blog divulga um número que já chega a 1.234 visitas. A recepcionista Tainara, de 11 anos, em visita guiada a um grupo de estudantes da cidade de Recife, em Pernambuco, na tarde do sábado, dia 14 de abril, a qual a pesquisadora acompanhou, explica aos visitantes todo o acervo do Memorial.

No Memorial, há um acervo de lendas, mitos, material lítico e cerâmico e registros rupestres. No âmbito da educação patrimonial, o Memorial do Homem Kariri trabalha com a formação de recepcionistas mirins, com aulas de arqueologia, conservação do patrimônio, mitologia e museologia. (Tainara, recepcionista de 11 anos em visita guiada para visitantes, 2012)

---

<sup>10</sup> Cada um desses programas possuem laboratórios e, em sua maioria, contam com blogs na Internet para divulgar as informações e as ações de cada um deles.



O programa de artes integradas possui, além do Teatro Violeta Arraes-Engenho de Artes Cênicas<sup>11</sup>, os laboratórios de música, DVDteca<sup>12</sup>, gibiteca e biblioteca<sup>13</sup> e tem como objetivo a formação de crianças e de jovens por meio da sensibilização pelas artes e a qualidade do conteúdo, incentivando a produção artística. De janeiro a março deste ano, 1.040 pessoas participaram das atividades do teatro. A gibiteca, com acervo de 3.500 exemplares, atendeu 141 leitores de janeiro a março de 2012<sup>14</sup>.

A quantificação do atendimento feito em cada um dos laboratórios da Fundação Casa Grande é uma ação recente da ONG. Alembert Quindins justifica o motivo pelo qual a Fundação, que sempre se preocupou mais com a qualidade do que com a quantidade, precisou mudar um pouco de atitude.

Nos últimos anos, o Brasil passou de país subdesenvolvido para país em desenvolvimento. Isso levou os financiadores estrangeiros para outros países mais necessitados. Quem mais sofreu com isso foram as ONGs. Aqui na Casa Grande, a gente resolveu investir no diálogo com parceiros locais. E o meio que a gente achou de fazer isso foi mostrar que a Fundação Casa Grande dá um retorno imenso pra cidade com as pessoas que vem nos visitar e visitam também a cidade. Então, a gente resolveu colocar no papel todos os atendimentos e mostrar que o que a gente investe por visitante é bem maior que o investido pela Prefeitura, por exemplo. (Alembert Quindins, fundador da Casa Grande, em entrevista, abril de 2012)

No programa de turismo comunitário, está inserida a Cooperativa Mista de Pais e Amigos da Casa Grande, a Coopagran, que administra a lojinha de souvenirs e o restaurante dentro da ONG e as pousadas domiciliares<sup>15</sup> na casa das famílias dos meninos e meninas que participam da Fundação. Dona Toinha, dona da pousada em

---

<sup>11</sup> De acordo com informações do blog, o Teatro Violeta Arraes – Engenho de Artes Cênicas foi inaugurado em 2002 e possui capacidade para 180 pessoas. O teatro é usado para sessões de cinema, exibição de espetáculos de música e teatro, entre várias outras atividades.

<sup>12</sup> A DVDteca tem no acervo filmes europeus, asiáticos, latino-americanos, nacionais, infantil, documentários e musicais.

<sup>13</sup> Já a biblioteca infanto-juvenil é dividida em sessões como infantil, literatura em minha casa, língua estrangeira e autores diversos.

<sup>14</sup> Dados divulgados nos blogs dos programas e laboratórios da Fundação Casa Grande.

<sup>15</sup> As pousadas domiciliares são hospedagens para visitantes incluindo café da manhã, almoço e janta na diária.



que se ficou hospedada, e responsável pela lojinha de souvenirs, em conversa durante um almoço, conta que participa desde o início da cooperativa:

Eu sou da cooperativa desde que ela foi criada, em 2002, e só eram quatro pousadas. Hoje, são 10 casas e, na minha, por exemplo, tem três quartos, um de casal e dois de solteiro. Tudo que a gente recebe é dividido. São 10% pra dividir entre a cooperativa e a Casa Grande e o restante é pra reformar a pousada, comprar a alimentação, tudo o que precisar. (Dona Toinha em conversa durante o almoço, abril, 2012)

O programa conta também com o que a ONG denomina “turismo de conteúdo”, uma programação que incentiva a pesquisa e a capacitação nos laboratórios da Casa Grande e a visita aos sítios arqueológicos e mitológicos e aos museus da região.

Esporte de rua e meio ambiente são os dois novos programas da Fundação Casa Grande. Criados no ano de 2011, eles são frutos de uma parceria com a Fundação Nestlé, que destinou recursos para a compra de equipamentos de futebol e para a estruturação do Parque Ambiental dos Cajueiros<sup>16</sup>. Naninha, jovem de 21 anos que participa da Casa Grande e adora jogar futebol, também demonstra interesse pela questão da preservação quando afirma que quer ser arqueóloga e conta um pouco da história do Parque. “O ambiental do programa é porque tem a preservação do local. Aqui era o pátio central da tribo dos Kariris e foram plantadas as três primeiras árvores da cidade, são três cajueiros ali, olha”, mostra Naninha em visita com a pesquisadora ao Parque. Ela destaca que o Parque Ambiental dos Cajueiros foi tombado no ano de 2011 e, hoje, é patrimônio histórico e cultural da cidade de Nova Olinda.

A descrição dos programas da Fundação não implica afirmar que todas as atividades funcionam de forma intensiva. No período desta última visita, percebemos, inclusive, que muitas atividades têm períodos de parada para revisão de seu funcionamento ou mesmo não ocorrem como o planejamento prevê. Entretanto, se tomarmos a história da instituição desde sua origem, verificamos um crescimento nos laboratórios de comunicação, além das atividades de inclusão de lazer que não

---

<sup>16</sup> No parque, foi construído um campo de futebol, em que, por meio de uma parceria com a Prefeitura de Nova Olinda, crianças das escolas públicas frequentam o campo três dias por semana no período da tarde. No período da noite, o campo fica disponível todos os dias para os times de futebol da cidade e da redondeza treinarem e organizarem campeonatos.



existiam antes. (OLIVEIRA, 2007). Em seu trabalho, realizado no final da década de noventa e início do século XXI, Oliveira (2007) traz uma instituição que contava apenas com o Museu, a Biblioteca e videoteca, a Rádio Casa Grande FM e a editora. Porém, naquele período, o teatro Violeta Arraes ainda estava sendo construído, não havia projetos de formação de plateia, dentre outros. Essa observação é importante para percebermos que, embora a instituição não desenvolva intensamente todos os programas que cria, tem crescido em ampliação de suas atividades na última década.

#### **4. As relações da Fundação Casa Grande com os conceitos de comunicação alternativa, popular e comunitária.**

O programa de comunicação da Fundação Casa Grande, chamado por eles de Escola de Comunicação da Meninada do Sertão, tem como objetivo, segundo o site da Fundação, produzir materiais educativos e formar leitores, ouvintes e telespectadores. Este enfoque no público já sugere o recorte na recepção, uma vez que esta instituição se propõe a formar seu público, fica a curiosidade de refletirmos sobre como ocorre a relação com os receptores. Oliveira (2002) estudou a recepção da rádio Casa Grande FM. No estudo do laboratório de TV, objetivamos investigar a recepção deste laboratório e como esta entra em interação com a produção audiovisual da TV Casa Grande. Porém, neste artigo, nosso recorte de reflexão é situar como este laboratório pode ser compreendido dentro da trajetória da ONG.

Os projetos comunicacionais da Casa Grande dividem-se nos seguintes laboratórios: Casa Grande FM, Casa Grande Editora e TV Casa Grande. Neste artigo, vamos nos deter mais nas discussões sobre a rádio e a TV por se constituírem em veículos de comunicação popular e/ou alternativa.

Foi durante o período de repressão política da ditadura militar (1964-1984) no Brasil que surgiram os primeiros veículos de comunicação comunitária e popular em nosso país. Mais precisamente nos anos da década de 1970, foi intenso o número de jornais que nascia com o objetivo de ser uma alternativa às informações oficiais que se faziam presentes nos grandes veículos de comunicação da época. A principal característica desses veículos, que, geralmente, pertenciam a grupos de intelectuais descontentes com o regime militar, era fazer uma comunicação revolucionária e de conteúdo crítico (PERUZZO, 1998).

Já a comunicação popular, segundo Peruzzo (1998), surgiu no início dos anos 90 do século XX. Esse tipo de comunicação foi denominada alternativa,





participativa, participatória, horizontal, comunitária, dialógica e radical, dependendo do lugar social, do tipo de prática em questão e da percepção dos estudiosos. Porém, o sentido político de todas essas denominações é o mesmo: uma forma de expressão de segmentos empobrecidos da população, mas em processo de mobilização, visando suprir suas necessidades de sobrevivência e de participação política com vistas a estabelecer a justiça social. (PERUZZO, 2008).

O primeiro uso dos meios de comunicação na Fundação Casa Grande ocorreu com a reativação da rádio “A Voz da Liberdade”, uma amplificadora criada pelo pai de Alemberg, Miguel Ferreira Lima, ainda entre as décadas de 40 e 60 do século XX. A reativação da amplificadora, em 1993, se deu para divulgar o Memorial do Homem Kariri e para chamar moradores e turistas para o local. Funcionando como rádio comunitária desde 1998, a emissora obteve concessão definitiva<sup>17</sup> homologada pelo Ministério das Comunicações através da portaria de número 60 do dia 22 de fevereiro de 2001, com uma potência de 25 watts, na frequência 104.9 Mhz. O sinal da rádio chega a todo o município de Nova Olinda e na zona rural de municípios vizinhos, como Altaneira, Crato e Santana do Cariri.

A comunicação comunitária, na prática, por vezes incorpora conceitos e reproduz práticas tipicamente da comunicação popular em sua fase original e, portanto, confunde-se com ela, mas, ao mesmo tempo, constrói outros matizes. (PERUZZO, 2008) Por exemplo, às vezes se desconecta de movimentos sociais e assume feições diversificadas quanto às bandeiras defendidas e mensagens transmitidas.

Esse é o caso da Casa Grande FM, rádio comunitária, mas, atualmente, seguindo uma linha mais voltada para rádio educativa<sup>18</sup>. No próprio slogan da emissora, já se pode perceber essa tendência: “Casa Grande FM, a rádio que educa”. Dentre as principais propostas da Casa Grande FM, está a de formação musical, a de educar através da música. Desde 2002, quando as pesquisas para o trabalho de conclusão de

---

<sup>17</sup> O serviço de radiodifusão comunitária foi criado pela Lei 9.612, de 1998, regulamentada pelo Decreto 2.615 do mesmo ano. Trata-se de radiodifusão sonora, em frequência modulada (FM), de baixa potência (25 Watts) e cobertura restrita a um raio de 1km a partir da antena transmissora. Podem explorar esse serviço somente associações e fundações comunitárias sem fins lucrativos, com sede na localidade da prestação do serviço. (Ministério das Comunicações < <http://www.mec.gov.br> > Acesso em: 18/04/12).

<sup>18</sup> O Ministério das Comunicações define como rádio educativa o Serviço de Radiodifusão Sonora (rádio) destinado à transmissão de programas educativo-culturais, que, além de atuar em conjunto com os sistemas de ensino de qualquer nível ou modalidade, vise à educação básica e superior, à educação permanente e formação para o trabalho, além de abranger as atividades de divulgação educacional, cultural, pedagógica e de orientação profissional. (Ministério das Comunicações < <http://www.mec.gov.br> > Acesso em: 18/04/12).



curso de graduação e de doutorado das pesquisadoras foram iniciadas na Fundação Casa Grande, há um processo de pedido de concessão de rádio educativa, que ainda está em tramitação no Ministério das Comunicações<sup>19</sup>.

Em trabalhos recentes de reelaboração dos conceitos de comunicação popular, alternativa e/ou comunitária, Cicília Peruzzo (2008) considera que o elemento principal que caracteriza a comunicação como popular, comunitária e/ou alternativa está no processo, nas práticas sociais, nas relações que se estabelecem, e não nos veículos ou meios utilizados, nem em outra característica qualquer (língua, veículo, propriedade, formato) tomada isoladamente. Para a autora, o que é importante é o conjunto da práxis, a qual tende a conjugar mais de um dos elementos, porém não necessariamente todos eles simultaneamente.

A comunidade pode não participar diretamente da gestão, mas pode ter espaço para programas, participar das reuniões de pauta, etc. Pode não participar das reuniões de pauta, mas ter voz ativa na programação e desfrutar da propriedade coletiva, uma vez representada por entidades sem fins lucrativos da localidade. (Cicília Peruzzo, 2008)

As características da Casa Grande FM em 2002, quando Oliveira (2002) desenvolveu pesquisa sobre a rádio para tese de doutorado em educação, eram diferentes das atuais. Na época, a programação da rádio tinha duração de 14h em todos os dias da semana, de domingo a domingo, e trazia a participação de pessoas externas à Fundação Casa Grande. Pelo menos cinco programas não eram apresentados pelos meninos e meninas da ONG: Soldados da Jovem Guarda, Emoções de Roberto Carlos, Cantores do Povo, O Entrevistado é Você e Autógrafo Musical. Além disso, Oliveira (2002) aponta também a difusão de programas religiosos na programação da rádio com a veiculação de, além do terço às 18h, como é até hoje, de mais dois programas: Jovens a Serviço da Vida e da Esperança, da igreja católica; e Palavra Viva, da igreja Assembléia de Deus. Já em 2005, quando a rádio foi objeto de pesquisa de Ximenes (2005), apesar de a programação ter se ampliado para 16h de duração por dia, também de domingo a domingo, a participação de apresentadores externos à Fundação já não existia mais. Atualmente, a programação tem sua duração diminuída para 11h, das 8h às 19h, e os únicos programas que não são apresentados

---

<sup>19</sup> Podem pleitear a outorga para a execução de serviços de radiodifusão com fins exclusivamente educativos as pessoas jurídicas de direito público interno, inclusive universidades, que terão preferência para a obtenção da outorga, e fundações instituídas por particulares e demais universidades brasileiras.



pelos meninos e meninas da Casa Grande são o terço, diariamente, e a missa, aos domingos, que são veiculados direto da igreja.

Além das rádios comunitárias, outro tipo de veículo que teve destaque ainda na década de 70/80 nos movimentos populares e permaneceu nas experiências desenvolvidas já na década de 90 do século XX é a produção audiovisual. Como contextualiza Santoro (1989), resultado de encontros nacionais realizados por essas experiências de vídeo popular espalhados pelo Brasil, em novembro de 1984, nasce a Associação Brasileira de Vídeo no Movimento Popular (ABVMP). O objetivo da associação, além de estabelecer contato entre as diversas entidades e grupos que se utilizavam do vídeo popular, era manter o espírito de organização e representação política dessas experiências e a busca por financiamentos para compra de equipamentos e realização de seminários e cursos.

Especificamente na América Latina, o vídeo popular fez e faz parte do desenvolvimento social e político da região. Já em 1989, Santoro apontava grupos populares da América Latina que, por meio do audiovisual, ganhavam poder de voz em busca de um desenvolvimento social e da divulgação de suas culturas. Assim, por meio do registro, as culturas e as expressões do cotidiano são transmitidas às novas gerações, o que quase nunca interessa à grande mídia. As experiências discutidas por Santoro demonstram que esta fase da história do vídeo popular foi fundamental para as experiências que surgirão no final da década de 90 e início do século XXI. Estas representaram as primeiras possibilidades de apropriação dos equipamentos audiovisuais por seguimentos populares e, certamente, inspiraram as práticas de produção audiovisual contemporâneas.

É no final da década de 90 que surge o laboratório audiovisual da Fundação Casa Grande, a TV Casa Grande, seguindo a linha de difusão da cultura da região do Cariri. A TV Casa Grande foi idealizada por Samuel Macedo<sup>20</sup> na ocasião em que acompanhou a gravação de um dos vídeos do projeto Som da Rua<sup>21</sup>. Juntamente com outros meninos e meninas da Fundação, Samuel passou a filmar as visitas importantes que iam para a ONG para adquirir experiência. As primeiras produções resultados de

---

<sup>20</sup> Samuel Macedo é um dos meninos que participou da ONG desde o início dela e que hoje trabalha como fotógrafo no Jornal do Cariri, na cidade do Crato.

<sup>21</sup> Som da Rua é um projeto permanente da TV Zero, iniciado em 1997. Seu objetivo é registrar, sonora e visualmente, a paisagem musical das ruas brasileiras, destacando artistas de excelência que, à margem da indústria cultural e da mídia, conservam e reinventam a memória musical brasileira.



curso de formação só aconteceram bem depois, como lembra Samuel em entrevista concedida à pesquisadora na tarde de sábado, dia 14 de abril de 2012.

O primeiro vídeo que foi feito aqui na TV Casa Grande não tem mais esse vídeo, perdeu. Eu não sei como, mas foi um documentário sobre a feira, que foi resultado da primeira oficina que teve, assim, oficina mesmo. O cara veio num final de semana ensinando a filmar e a editar. E a gente fez um filme sobre a feira. Foi o primeirão mesmo, assim, bem no início mesmo aqui da TV. Ainda era com uma super VHS, acho que nesse tempo tinha nem Internet. Mas perdeu esse vídeo. (Samuel Macedo em entrevista, abril de 2012)

Segundo Santoro (1989), o vídeo popular sempre teve um papel importante nos movimentos sociais com a finalidade de ampliar as mensagens e promover um combate às mensagens da indústria cultural com a mesma ferramenta e, em alguns casos, apoiando-se em estruturas comunicacionais semelhantes às dos tradicionais meios de comunicação de massa. Percebemos que a TV Casa Grande seguiu essa mesma linha quando, na fala de Samuel, surgem as características das primeiras produções do laboratório. “No começo, a gente filmava quando tinha visita importante aqui na Casa Grande, editava e exibia depois. Era num formato bem rede Globo mesmo, com a figura do repórter e tudo, porque era o que a gente tinha contato de como fazer.”<sup>22</sup> (Samuel Macedo em entrevista, abril de 2012).

Com o tempo, a TV Casa Grande passou a ter como objetivo funcionar como um canal de TV Educativa e transmitir programação própria para a cidade de Nova Olinda, a exemplo do laboratório Casa Grande FM, que funciona desde 1998 como rádio comunitária com uma programação diária das 8h às 20h. No ano 2000, por meio de uma parceria com o Unicef, foram comprados os primeiros equipamentos da TV, inclusive um transmissor, que permitiu a TV Casa Grande a entrar no ar, experimentalmente, por três vezes, quando foi lacrada pela Agência Nacional de Telecomunicações, a Anatel. Desde então, tanto os fundadores da Fundação Casa Grande, Alemberg Quindins e Rosiane Limaverde, quanto os jovens responsáveis pelo funcionamento do laboratório TV Casa Grande não desistiram de funcionar como TV Educativa, apresentando, inúmeras vezes, o pedido de concessão ao Ministério das

---

<sup>22</sup> A figura do repórter foi retirada das produções da TV Casa Grande quando da visita da artista plástica Bia Lessa à Fundação em ano que o entrevistado não soube especificar. Em atividades voltadas para a elaboração de um documentário, a artista sugeriu aos meninos e meninas da TV que adotassem um outro formato, nas palavras dela, segundo Samuel, que fugisse aos padrões da Rede Globo.



Comunicações. Hoje, a TV Casa Grande, equipada por meio de doações, funciona como um estúdio de produção de curtas, documentários e trilhas sonoras e conta com uma equipe formada por crianças e jovens que recebem formação nas áreas de gestão, produção, iluminação, câmera e edição.

De início, o laboratório TV Casa Grande, da ONG Fundação Casa Grande, não se enquadra na caracterização feita de vídeo popular nas pesquisas iniciais de Santoro sobre o assunto (1989), pois não tinha caráter reivindicatório. Posteriormente, com sua estruturação, a produção audiovisual da fundação se aproxima da conceituação de Santoro, bem como das reflexões mais atuais de Peruzzo (2004) sobre TV comunitária. Acreditamos que hoje a TV Casa Grande enquadra-se mais na definição de TV Comunitária, na qual Peruzzo (2004) divide em quatro tipos (TVs Comunitárias em UHF; Televisão de Baixa Potência; TV de Rua; e Canal Comunitário de TV a Cabo). A autora aponta como principais características de suas produções o caráter educativo-cultural e a exibição em espaços públicos e de forma coletiva.

Dentre os tipos de TV Comunitária definidos no parágrafo acima, consideramos a TV Casa Grande como do tipo TV de Rua, ou também chamada de TV Livre. Esse tipo de experiência tem como principal característica, segundo Peruzzo (2004), não ser canal de televisão, mas sim produções em vídeo que se utilizam de suportes televisivos para transmissão e recepção, que se dão em espaços públicos ou em canais de TV Educativa. Além disso, o processo de produção dos audiovisuais é realizado por meio de participação popular, e a recepção desses audiovisuais se desenvolve de forma coletiva. Isso para citar, dentre várias outras características da TV de Rua, as que mais se destacam no laboratório TV Casa Grande.

Enquanto a concessão do Ministério das Comunicações para funcionar como Canal Educativo não é autorizada à TV Casa Grande, os jovens produtores do laboratório não deixaram de trabalhar, planejando e executando produções próprias, como explica Lucas, jovem de 14 anos que participa da TV Casa Grande como operador de câmera e edição. “Primeiro, foi pensado o “100 Canal”, que são esses vídeos curtas de cinco a sete minutos de duração. O principal objetivo do “100 Canal” é a divulgação da cultura popular da região do Cariri. Pro “100 Canal”, a Casa Grande tem uma parceria com o Centro Cultural do Banco do Nordeste do Cariri (BNB – Cariri), que apoia a produção dos curtas e também é espaço de exibição desses vídeos”<sup>23</sup>.

---

<sup>23</sup> Na ONG, o Teatro Violeta Arraes – Engenho de Artes Cênicas é o espaço onde são exibidos os curtas antes dos espetáculos de teatro e de música, como também das apresentações de longa metragem. Com a parceria entre as duas



No ano de 2007, cerca de sete anos após a Anatel lacrar a TV Casa Grande, surgiu a produção “Matéria Futura”, parceria com o Canal Futura. O gerente da TV Casa Grande, Hélio Filho, é que fica a frente desse projeto. “O Canal Futura veicula reportagens produzidas por crianças e adolescentes no noticiário deles, que é o Jornal da Cultura. Toda semana, eles exibem matérias desse tipo. A gente aqui da TV Casa Grande manda duas matérias todo mês” (fala de Hélio Filho em entrevista para a pesquisadora por email no dia 20 de abril de 2012). Com a “Matéria Futura”, o laboratório começou a fazer produções com objetivos comerciais, utilizando o pagamento para manutenção do estúdio de TV da ONG.

Com a chegada das diversas tecnologias digitais da atualidade, o uso do vídeo popular teve uma disseminação bem maior e com outros fins, além do político, bem mais amplos. O espaço de exibição das produções audiovisuais ganhou um grande aliado com o advento da Internet. Hoje, vários são os sites que dispõem de serviços para circulação de tais produções, aumentando a difusão das mesmas para além dos movimentos populares, chegando a outros indivíduos, ou até coletivos, interessados no tema. A TV Casa Grande possui um canal no site Youtube ([www.youtube.com/user/tvcasagrande](http://www.youtube.com/user/tvcasagrande)), onde se pode assistir a praticamente todas as produções do laboratório audiovisual da Fundação Casa Grande.

##### **5. Considerações finais: próximos passos da pesquisa**

Percebemos que o programa de comunicação da Fundação Casa Grande vem, tanto no que se refere à Casa Grande FM quanto aos assuntos ligados à TV Casa Grande, como vários outros exemplos de comunicação comunitária no Brasil, adaptando-se à conjuntura política e tecnológica pela qual estamos inseridos.

Outro ponto importante é que o laboratório de TV procura diversas formas de fazer circular sua produção desde exibição de filmes no Teatro Violeta Arraes até transmissão em canais de TV educativa, passando também pela Internet. Este fator nos faz refletir sobre as diferentes mediações que permeiam esta produção. A partir deste mesmo eixo da produção, questionamos se tão diferentes lugares de transmissão de seus produtos não influenciam também cada mensagem produzida, adequando-as às políticas de cada agente emissor no caso a TV Futura e o Yotube. Parece-nos que a Casa Grande dialoga com muitos sujeitos e estabelece distintas interfaces. Estes fatores também nos

---

instituições, as produções do “100 Canal” ganharam mais um espaço de circulação junto aos receptores e, desta vez, fora da cidade de Nova Olinda: o BNB Cariri, na cidade de Juazeiro do Norte.



despertaram a compreender que esta instituição assume relações com receptores de dimensões mundiais, dependendo do canal de emissão que utiliza. Este cenário não era comum às produções audiovisuais da década de 80 e início da década de 90. Neste caso, notamos que a Fundação Casa Grande amplia o leque de circulação de seus produtos.

## REFERÊNCIAS

ACIOLI, Socorro. *Fundação Casa Grande: Comunicação para a Educação*. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará. 2002

BRAGA, Robson da Silva. *Identificações e Recepção: o olhar dos moradores do Pantanal ou Planalto Ayrton Senna sobre o vídeo popular da TV Janela*. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará. 2010

COGO, Denise. *Pesquisa em Recepção na América Latina: perspectivas teórico-metodológicas*. Portal de la Comunicaci3n. Instituto de la Comunicaci3n (InCOM) de la UAB (Universidade Aut3noma de Barcelona) Barcelona: 2008. Dispon3vel em: [http://portalcomunicacion.com/uploads/pdf/48\\_por.pdf](http://portalcomunicacion.com/uploads/pdf/48_por.pdf) Acesso em: 04/10/2011

GUBER, Rosana. *El salvaje metropolitano. Reconstrucci3n del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires: Paid3s, 2004.

OLIVEIRA, Catarina Tereza farias de. *Escuta Sonora: educa3o n3o-formal, recep3o e cultura popular nas ondas das r3dios comunit3rias*. Campinas, SP. Universidade Estadual de Campinas; Faculdade de Educa3o. 2002.

PAIVA, Raquel. *O Esp3rito Comum - Comunidades, M3dia e Globalismo*. Petr3polis, Vozes, 1998.

PERUZZO, Cic3lia. *Comunica3o nos Movimentos Populares – a participa3o na constru3o da cidadania*. Petr3polis: Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. *Televis3o Comunit3ria – dimens3o pol3tica e participa3o cidad3 na m3dia local*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

SANTORO, Luiz Fernando. *A imagem nas m3os: o v3deo popular no Brasil*. S3o Paulo: Summus. 1989.

SORIANO, Jaume. *Las nuevas reglas de la etnografia de la comunicaci3n*. Portal de la Comunicaci3n. Instituto de la Comunicaci3n (InCOM) de la UAB (Universidade Aut3noma de Barcelona) Barcelona: 2007. Dispon3vel em: [http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/30\\_esp.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/30_esp.pdf) Acesso em: 04/10/2011

WINKIN, Yves. *A nova comunica3o: da teoria ao trabalho de campo*. Campinas/SP: Papyrus, 1998.

XIMENES, Marcia Maria. *Discurso e Recep3o no R3dio: um estudo sobre o programa infantil Submarino Amarelo na Casa Grande FM*. Fortaleza: Universidade Federal do Cear3. 2005.