

**A CANTORIA DE  
IMPROVISO NAS ONDAS  
DO RÁDIO: Novos  
locutores, novos públicos,  
variados formatos**

THE IMPROVISE CANTORIA ON  
THE WAVES OF THE RADIO: new  
announcers, new audiences, varied  
formats

LA CANTORÍA DE IMPROVISO EN  
LAS ONDAS DEL RADIO: nuevos  
locutores, nuevos públicos,  
variados formatos

**Andréa Betânia da Silva<sup>1, 2</sup>**

**RESUMO**

O rádio, de acordo com a proposta aqui apresentada, entra em cena como um dos principais meios de propagação da cantoria de improviso, evidenciando as múltiplas funções desempenhadas por este veículo de informação em espaços onde outras fontes se faziam ausente. Neste sentido, surgem reflexões que se nutrem não apenas de fontes teóricas, mas também da memória dos cantadores, cujas falas revelam aspectos e lembranças que findam por confirmar como tal *media* estava inserida nas práticas cotidianas, de modo que

---

<sup>1</sup> Doutora em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia em co-tutela com a Université Paris Ouest Nanterre La Défense. Professora da Universidade do Estado da Bahia, onde atua nos cursos de graduação e pós-graduação. Membro do Núcleo de Tradições Orais e Patrimônio Imaterial das Matrizes Afro-indígenas (NUTOPIA/UNEB) e do Centre de Recherches Interdisciplinaires sur Le Monde Lusophone (CRILUS/Paris Ouest). Desenvolve pesquisas sobre as poéticas orais, notadamente as poéticas improvisadas. E-mail: [andreabetania@gmail.com](mailto:andreabetania@gmail.com).

<sup>2</sup> Endereço de contato com a autora (por correio): Universidade do Estado da Bahia, Departamento de Educação I. R. Silveira Martins, 2555, Cabula CEP: 41195-001 - Salvador, BA – Brasil.

a distribuição da programação orquestrava as mais diversas atividades, contribuindo decisivamente para a formação de um imaginário que unia fantasia e realidade, tendo o improviso como fundo musical e motivando a formação não apenas de apreciadores de repente, mas de novos cantadores.

**PALAVRAS-CHAVE:** Rádio; Cantoria de improviso; Memória; Cantadores.

### ABSTRACT

The radio, according to the aim presented here comes as one of the principal means of propagation improvising repentistas<sup>3</sup> singing, showing the multiple functions performed by this vehicle of information in spaces where other sources were absent. In this sense, not only theoretical but also sources from memory of the repentistas\*, all these can be considered as sources to be researched. Improving singers (repentistas) show aspects and memories that confirms, how such media was inserted in the daily practices, because of the various distribution programmed activities, contributing decisively to the formation of an imaginary that joined fantasy and reality. When we have improvisation singers as background music, it motivates the formation not only of fans of repente, but also new folk singers or repentistas.

**KEYWORDS:** Radio; Repentistas; Memory; Folk singers.

### RESUMEN

La radio, a partir de la propuesta aquí presentada, figura como uno de los principales medios de propagación de la canturía de improviso, evidenciando las múltiples funciones desempeñadas por este vehículo de información en espacios donde otras fuentes se hacen ausentes. De este modo, se plantean reflexiones que se nutren no sólo de fuentes teóricas, sino de la memoria de los cantautores cuyas hablas revelan aspectos y recuerdos que tienden a confirmar como tal *media* estaba inserida en las prácticas cotidianas, de modo que la distribución de la programación orquestraba las más diversas actividades, contribuyendo decisivamente para la formación de un imaginario que añade

---

<sup>3</sup> A repentista is a Northeastern singer-poet who improvises strictly metered verses accompanied only by a guitar.

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n5p461>

fantasía y realidad, con el improviso como fondo musical y motivando la formación no sólo de admiradores del repentismo, sino de nuevos cantautores.

**PALABRAS CLAVE:** Radio; Cantoria de improvisación; memoria; Cantantes.

Recibido em: 30.11.2017. Aceito em: 12.03.2018. Publicado em: 01.08.2018.

## Introdução

O impasse colocado entre tradição e modernidade desperta apreços e desassossegos. Por um lado, a tradição esforça-se para acompanhar o fluxo da onda e manter-se atenta aos encaminhamentos da modernidade. Esta, por sua vez, tenta dar àquela ares modernos, impondo padrões e estéticas aos quais é preciso submeter-se. Essa peleja ganha proporções tragicômicas quando se coloca em questão as razões pelas quais algumas práticas tradicionais, a exemplo da cantoria, são mantidas e continuam atuantes a despeito dos avanços que as circundam. Eis a questão: enquanto práticas culturais, a cantoria de improviso e tantas outras artes populares se valem das novidades que as circundam e mantêm-se graças a seu alto poder de reelaborar o uso de mecanismos, a princípio fora do seu raio de alcance.

O surgimento das comunicações de massa, mas, sobretudo, as mudanças por que estas passaram ao longo do tempo, bem como sua popularização, possibilitaram o acesso às classes populares e contribuíram, decisivamente, para que, de posse de novas informações e novos instrumentos, as práticas populares incorporassem e desenvolvem outros modos de se manter ao alcance de todos, ampliando seu escopo de atuação. Assim sendo, pode-se concluir que o tom ameaçador, tantas vezes temido, revela-se, na verdade, o medo do desconhecido.

O conceito de indústria cultural foi apresentado por Theodor Adorno e Max Horkheimer, nos anos 1940, quando afirmam: "A civilização atual a tudo confere um ar de semelhança. Filmes, o rádio e semanários constituem um sistema. Cada setor se harmoniza em si e todos entre si." (p. 183). Dito isso, os meios de comunicação mais utilizados à época passaram a ser vistos como parte de um conglomerado que se mantém a fim de promover a alienação do povo a partir da veiculação e da apologia a um conceito de arte que passa a ser

não apenas questionado, mas desacreditado, ao que eles sentenciam: “Filme e rádio não precisam mais ser empacotados como arte. A verdade, cujo nome real é negócio, serve-lhes de ideologia. Esta deverá legitimar os refugos que de propósito produzem”. (p. 184)

Diversos cantadores apontam as relações que travam com as mídias na ânsia de manterem-se em cena, entretanto, os argumentos apresentados pelo poeta Edmilson Ferreira (2010) sinalizam o caminho que norteia as discussões aqui colocadas:

O tripé rádio, televisão também\_ a televisão está nas nossas casas, já é um processo inevitável – mas a internet, hoje, provavelmente assuma o papel do jornal escrito, até porque a maioria dos jornais está também *on line*, né? A *internet* é uma ferramenta muito procurada por todos nós e o rádio; o rádio continua sendo um veículo importante de informação. O fato de ser feito ao vivo, o rádio trabalha sem edição, dá a notícia no momento que passa e é também um veículo que você pode estar utilizando no carro, né? Muito, muito mais fácil, no próprio celular, né? Os bons repentistas hoje, os que se prezam utilizam todas essas fontes de informação ou pelo menos algumas. O que não pode é ficar sem essas informações. Eles são cobrados e o mercado não perdoa. (p. 03/04)

Do tripé apontado pelo cantador, neste texto destaca-se o papel desempenhado pelo rádio, verificando em que medida este colabora e interfere nos encaminhamentos dados ao universo da poética improvisada em questão.

### **A radiodifusão e a inauguração de uma nova era comunicacional**

A entrada da radiodifusão no Brasil se dá em um contexto de autoafirmação da cultura nacional, num ano em que vários eventos importantes tiveram lugar, tais como: a Revolta dos tenentes do Forte de Copacabana, a fundação do Partido Comunista Brasileiro, a Semana de Arte Moderna e a

Exposição Internacional do Centenário, que comemorava o centenário da Independência do Brasil (RIVRON, 2005, p. 190). Em 07 de setembro desse mesmo ano, a partir de uma exibição do serviço de radiotelefonia e telefone autofalante, considerou-se inaugurada, oficialmente, a radiodifusão no país. Entretanto, consta que a Paraíba já contabilizava, nesse mesmo período, algumas apresentações radiofônicas. De qualquer modo, apesar do evento simbólico, as atividades foram regularmente implementadas somente a partir de 1923, com a criação da Radio Sociedade do Rio de Janeiro, com propósitos educativos, sob a iniciativa de Edgar Roquette-Pinto, cujo objetivo voltava-se para “[...] a perspectiva de difundir à distância uma mensagem civilizatória e de mudar a cara do mundo ou, ao menos, do Brasil” (RIVRON, 2005, p. 193).<sup>4</sup>

O rádio viveu uma época de grande efervescência, denominada Época de Ouro, entre os anos 1930 e 1950, quando sua grade contava com uma programação diversificada e abrangente, que tinha nos programas de auditório e nas radionovelas os campeões de audiência. Foi nesse período que se deu a divulgação e o fortalecimento da música popular brasileira, parte de um projeto mais amplo que visava o estabelecimento de elementos colaboradores para o delineamento de uma cultura ‘genuinamente’ brasileira. Todavia, a consolidação do seu poder como grande veículo de comunicação de massas só se deu a partir dos anos 1960, quando o transistor passou a ser comercializado em grande escala e chegou tanto na zona urbana quanto na zona rural, ampliando seu alcance e captando um número extremamente significativo de ouvintes.

As relações travadas entre cultura popular e indústria cultural há tempos ocupam as pautas das discussões a respeito das implicações causadas por suas contribuições e seus impasses. Entretanto, interessa trazer à baila que o

---

<sup>4</sup> “[...] la perspective de diffuser à distance un message civilisateur et de changer la face du monde ou, du moins, du Brésil.”

reconhecimento das produções populares como criações culturais datam do século XVIII, mais precisamente de 1778, quando Herber lançou *Volkslieder*, afirmando ser “[...] autêntica poesia que emerge do povo”, conforme Martín-Barbero (1987, p. 17), sedimentando um marco decisivo no encaminhamento dado às produções populares. Destaca-se que a mudança que se deu no conceito de cultura naquele momento possibilitou tais feitos. Impossível esquecer, entretanto, que os maiores responsáveis por essa conquista são os românticos, cujas ações propiciaram a criação de um novo imaginário em torno das criações populares.

O crescimento e a naturalização da indústria cultural trazem os meios de comunicação (hoje chamados de velhas tecnologias, tais como o jornal, o rádio e a televisão) como canais de manutenção de princípios ideológicos que têm na comunicação um dos seus objetivos, mas, não necessariamente, o mais importante. O surgimento e o fortalecimento de um espaço virtual, propiciado pela dinamização do computador e sua posterior popularização, a partir da criação de modelos pessoais cada vez menores e mais acessíveis, possibilitou o estabelecimento da *internet* como um produtivo e lucrativo viés de informação. Sua consolidação, inicialmente acolhida como uma possível ameaça aos meios em vigor, ao contrário, não sentenciou a extinção destes, mas lhes exigiu mudanças de formato e concepção que alteraram profundamente os modos de produção, circulação e recepção da informação e, sobretudo, do entretenimento, abrigando o nascimento de novos modos de produção, circulação e recepção, cuja aparência anuncia o enfraquecimento da passividade diante do que está posto, entretanto, o controle das informações veiculadas indicam que a crescente participação do público é minuciosamente calculada. O manancial de informações que jorra pelos mais diferentes canais obriga os consumidores a utilizar filtros cada vez mais seletivos a fim de

promover uma triagem diante das milhares de informações que surgem todos os dias, requerendo uma atenção e uma criticidade que impulsionam a busca por fontes mais sérias, por produtores mais confiáveis.

Nesse contexto, as práticas populares, tais como a cantoria de improviso, alvo de interesse dessa pesquisa, encontram-se num processo de reestruturação que parece não descaracterizar sua espinha dorsal, mas exige-lhes uma crescente flexibilidade para se adequar aos novos meios e tirar deles o maior proveito.

A noção de indústria como o setor responsável pela produção em larga escala, fundamentada num processo automatizado, parece ter saído das fábricas e alcançado as ruas. O conceito de arte em vigor conclamava a criação de obras que, pensadas por sujeitos 'especiais', só poderiam ser compreendidas e apreciadas por receptores também 'especiais, dotados de uma capacidade singular de enxergar além do que estava posto, enquanto a maioria limitava-se ao dado, pois, de acordo com uma visão elitista:

A obra de arte só adquire sentido e só tem interesse para quem é dotado do código segundo o qual ela é codificada. [...] O espectador desprovido do código específico sente-se submerso, "afogado", diante do que lhe parece ser um caos de sons e ritmos, de cores e de linhas, sem tom nem som. (BOURDIEU [1979] 2007, p. 10)

Para tanto, erudição e educação artística poderiam formar um público apto a desfrutar da beleza de tais feitos. Os artistas, por sua vez, eram miticamente dotados de uma capacidade singular de inspiração e sensibilidade inacessível aos demais. Criação e produção, nesse momento, compunham um dueto dicotômico inconciliável. Enquanto a primeira vinculava-se à criatividade, a segunda remetia à reprodução; a primeira gerava obras, a segunda desenvolvia produtos.



Embora o objetivo aqui pretendido não seja enveredar por uma discussão mais fecunda no campo das artes, torna-se importante ressaltar como o conceito de arte que se encontra instituído em cada época colabora diretamente para a formação do gosto e a apreciação artística, já que “O ‘olho’ é um produto da história reproduzido pela educação” (BOURDIEU, [1979]2007, p. 10). Desse modo, vale ressaltar quantos artistas foram rechaçados em sua época, de modo que suas criações não eram sequer apreciadas, sob a acusação de que não se alinhavam aos ditames em vigor e, hoje, muitas delas são consideradas obras-primas da humanidade.

Adorno e Horkheimer ([1947] 2011, p. 184/185) afirmam que o processo de massificação passou a vigorar no momento em que o telefone cedeu espaço ao rádio, já que enquanto o telefone era liberal e considerava o usuário como sujeito, o rádio transforma todos os ouvintes em iguais ao submetê-los a uma mesma programação. Tendo em vista o encaminhamento apontado por Martín-Barbero (1987), parto do pressuposto que os *medias* já não desempenham a simples função de meros meios de comunicação, mas são eles que efetivam a mediação entre os bens culturais e os sujeitos, ditando-lhes regras, apresentando-lhes uma face da moeda como a única visão possível, mostrando-lhes suposições como verdades. Todavia, é nas brechas da informação e dos seus canais que a cantoria de improvisação mostra sua versão multifacetada e se insere, tirando proveito de variados modos de alcance. O que se tem, enfim, é um sistema de negociação constante, embora se reconheça que este sugere a inclusão de todos quando, na verdade, seus filtros mais severos são os da exclusão, que alija do processo aqueles que se recusam a se deixar levar por seu canto de sereia.

### **Rádio e repente: parceiros de longas datas**

Durante um período importante, notadamente antes do surgimento da televisão, o rádio impunha-se como o único meio de divulgação dos eventos, como sinaliza o poeta Geraldo Amâncio (2012), ao tratar do modo como os ouvintes ficavam a par da agenda de apresentações dos artistas: “A gente foi de Caicó até Patos, cantando aqui, cantando ali, canta aqui e seis quilômetros na frente, tal e tal. À época não havia telefone, internet, nada disso. Se avisava pelo rádio: ‘Fulana, estou aí segunda-feira. Terça lá, quarta lá’ e tal” (p. 04). Além dessa função básica, o rádio estava inserido no cotidiano das pessoas de tal modo que seu papel extrapolava o entretenimento e prestava serviços de utilidade pública, servindo como meio de comunicação entre as pessoas a ponto de funcionar como intermediador de ‘avisos’ familiares, como relata a poeta Mocinha de Passira (2011), no tocante às consequências de ter fugido de casa para se embrenhar no mundo da cantoria, tendo chegado em Caruaru e se alojado na casa de Severino Pinto:

Aí, pronto, eu passei um tempo. Aí, Pinto diz pra botar aviso e eu digo: Não diga, não diga, não diga. Aí, pai quebrou muito a cabeça procurando. (...) Aí, quando tava na hora, eu disse: Pinto, agora você bota um aviso. Onde? No programa de Azulão e Golado, que era na Rádio Cultura de Caruaru, um programa da tarde, de embolada, coco de embolada. Ali botou um aviso que tava viajando, mas eu cheguei, tava bem guardada na casa dele e tudo mais, e Dona Ana e tudo mais. Esse aviso eles não viram direto não, passaram, né? Porque a essa altura o negócio de ligar radio pra ouvir era muito pouco. (2011, p. 04)

O discurso evidencia que o rádio funcionava também como um balcão de informações. A cantadora Maria Soledade (2010), por sua vez, também traz em seu discurso a prática dos avisos como algo recorrente nos programas de rádio quando trata das dificuldades de fazer cantorias sem dispor de um calendário prévio para o agendamento das apresentações. Destaca ainda a

importância da amizade e da solidariedade entre os cantadores: “Mesmo se eles não tivessem cantoria, eles me botavam um aviso no rádio pra um amigo ‘Olha, tal dia tá chegando aí’ e quando a gente chegava lá a cantoria tava marcada e o pessoal tava convidado” (p. 08). Carvalho (2005) confirma: “A ligação dos violeiros com seus ouvintes se acentua na medida em que estes programas inserem avisos de viagens, estados de saúde, festas, transferências de dinheiro, que cumprem uma função de comunicação ágil onde as ligações são difíceis e precárias” (p. 43).

A presença do rádio na vida dos repentistas se dá a partir da infância e alimenta o desejo artístico de se ver em cena, embalando os sonhos infantis, ao mesmo tempo em que contribui diretamente para a formação do gosto musical, tendo em vista o apreço que possui em sua comunidade e a frequência com que é exposto à sua expressão. O cantador Edmilson Ferreira revela como o hábito de seu pai de ouvir rádio preencheu sua vida de criança:

E aí, ele todos os dias a partir de 4 horas da manhã, ele sintonizava os programas de rádio, programas de cantoria nas mais variadas emissoras, desde Fortaleza, Campina Grande, Patos e esses programas. A gente mesmo entre dormindo e acordado, aquela musicalidade, os repentistas, né? O conteúdo apresentado, a cantoria, né, nos era uma música costumeira. Isso cria alguma prática, isso acostuma aos seus ouvidos e tal. E no final do dia a mesma coisa: lá pelas cinco da tarde havia uma série de programas, nós éramos também apresentados a esse veículo, ouvindo os programas e tal. E gostávamos do que ouvíamos. Havia toda aquela expectativa de conhecer quem eram aqueles artistas, né? Toda aquela imaginação que o rádio proporciona de você pensar mil e uma coisas, né? Quer dizer, a não presença da imagem, às vezes, é muito (...). Permite uma criatividade enorme. Esse é um ponto interessante. (2010, p. 01)

A imaginação alimentada em torno do rádio estimulava a criatividade e o fascínio girava em torno do mistério que cercava aquelas vozes sem corpo. Imaginar rostos conforme cada tom de voz era prática constante, dentre tantas

outras que permitiam um deslocamento da realidade limitada que os cercava rumo ao mundo que os convidava. A construção do cotidiano se dá com práticas que são forjadas como exemplo, cuja repetição colabora diretamente para a formação da identidade cultural dos sujeitos que, ao longo da vida, verão suas atitudes confrontadas com tantos outros modos de se pôr no mundo.

O poeta Geraldo Amâncio acrescenta que, ao lado dos grandes cantadores que marcaram presença na sua infância, na sua adolescência e na sua mocidade, outra contribuição para sua formação como cantador se deu através do rádio:

Outra influência que me fez também cantador foram os programas de rádio de cantoria, que à época tinha alguns muito bons. Então, o primeiro programa de rádio que eu ouvi foi da Rádio Clube de Pernambuco, estou falando dos anos 50, 54, 55, 56, eu tinha oito, nove, dez anos. Programa esse feito por Otacílio Batista e por José Alves Sobrinho, dois grandes cantadores. Eu fui ouvindo e eu trabalhava na roça com meus irmãos, com meus primos, meus contemporâneos, meus amigos e quando fechavam a rádio e a gente ia pra roça, a gente ficava cantando. Cantando sextilha, que eu não sabia nem se esse era o nome era esse. Mas a gente cantava. E não só era eu poeta, meu irmão cantava e os outros, mas não sei por que os outros desistiram. Eu continuei. Aí existe um vácuo. Eu estou falando quando eu tinha oito, nove, dez anos. Aí não houve mais programa. Depois quando eu tinha 16 anos, 15, 16 anos, apareceu um programa chamado Violas e Violeiros na Rádio Educadora do Crato, programa esse feito por Pedro Bandeira e João Alexandre. Esse sim, né, foi assim o despertar dessa vontade de cantar. Porque ouvindo o programa, e eu ouvia religiosamente, cotidianamente, acontecia de segunda à sexta, de 4 e meia às 5 e meia da tarde, 16 h e meia, 17 h e meia. E aí sim, eu fui ouvindo, aprendendo os estilos: sextilha, martelo, galope, mourão e tantos outros, outras modalidades que existem na cantoria. (2013, p. 02)

Segundo o relato do poeta, o rádio continuava forte e atuante nos anos 50, apesar do advento da televisão e tinha uma grande presença nos espaços

rurais, embalando a luta cotidiana de tantos trabalhadores do campo que encontravam na música a trilha sonora para seus sonhos.

O compositor e poeta José Carlos Capinan, cuja obra é marcada por elementos da cultura popular, fala que, além das figuras populares que habitavam seu universo de menino do interior que circulava por Salvador – como o cordelista Cuíca de Santo Amaro, figura emblemática da cena soteropolitana – o rádio desempenhou um papel fundamental na sua formação artística:

E a cultura do rádio que também no interior era a forma de comunicação, né? Com os centros produtores de cultura - sobretudo Rio de Janeiro, São Paulo porque mesmo no interior a gente não conseguia sintonizar rádios locais, rádios baianas. Então, a rádio que mais se ouvia (...) A partir de determinado horário era possível ouvir a Rádio Nacional, que era a preferida do meu pai e onde havia muitos programas de caráter popular em função de (...). Mais tarde eu entendi o porquê, de uma geração comprometida com Cultura Popular, que era o Oduvaldo Vianna, pai do Vianninha, era todo o elenco de artistas que mais tarde ingressariam na televisão em novela, o Primo Pobre e o Primo Rico, essas coisas todas e muito Luiz Gonzaga, que tinha um programa especial na Rádio Nacional. E meu pai era cativo da coisa do Luiz Gonzaga. Luiz Gonzaga talvez tenha sido o principal, vamos dizer assim, artista popular a se comunicar diretamente com – pela linguagem, pela coisa – com o interior da Bahia e isso era a própria Cultura Popular na veia, né? A coisa do sertão, essas coisas, né? Toda aquela temática do Luiz Gonzaga voltada para entender melhor, para falar da coisa sertaneja, tudo isso me trouxe muita coisa, além das feiras, né? (2012, p. 01)

O testemunho do artista coaduna com as contribuições dos repentistas, ratificando o lugar privilegiado ocupado pelo rádio no interior do país. Interessa destacar o alcance das rádios localizadas na região sudeste do país, o que permitia o acesso a informações e tendências que tinham como porta de entrada no país justamente essa via. As notícias que chegavam, as músicas que se faziam escutar, a tônica de uma voz que prevalecia e ansiava por dar conta

de elementos performáticos que se viam concretizados nos diversos tons de voz e no aparato sonoro que reproduzia onomatopeias e nos apresentadores e demais artistas do rádio que precisavam dispor de uma formação multifacetada. O surgimento da figura de Luiz Gonzaga contribui diretamente para a divulgação e consolidação de gêneros populares, ao afirmar a presença do componente sertanejo no palimpsesto que forma a identidade nacional brasileira. A construção da sua figura, trajando um figurino que remetia ao referencial dos cangaceiros e vaqueiros, popularizava um modo de vestir que se distinguia do que predominava nos grandes centros, mas os que tinham o privilégio de frequentar os programas de auditório constataavam que sua voz forte e imponente compunha um personagem marcante que em nada se assemelhava aos galãs do cinema por quem as mulheres suspiravam. Entretanto, o ritmo que o acompanhava embalava romances e se afeiçoava mais rápido nos corações daqueles que, abertos a novidades, se deixavam encantar pelo som dos Beatles, mas não resistiam ao apelo de um baião bem orquestrado.

O pesquisador Umbelino Brazil, que participou da organização de festivais de violeiros que aconteciam na cidade de Campina Grande, nos anos 1970, na condição de diretor do Museu de Arte da Universidade, mostra como o rádio era decisivo na composição da imagem do cantor, elevando-o a um estatuto diferencial em relação aos que não faziam parte desse universo:

[...] É que tinha programa de rádio, tem essa questão. Tanto acho que a Rádio Cariri, a Rádio Caturité e também a Rádio Borborema tinham programas de repente de manhã cedo, quer dizer, a cidade... Aí é uma coisa que eu queria até retificar. Essa inserção deles nesse sistema radiofônico e depois que vai aos congressos, auditivamente, eles eram escutados. Então, a cidade ouvia de manhã cedo, você acordava ao som da viola e as pessoas, eles glosavam os motes lá e tal. Tinha um momento na cidade, que a cidade escutava, pela manhã e acho que também tinha programa no final da tarde numa dessas três emissoras,

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n5p461>

que é a Borborema, a Rádio Caturité e a Rádio Cariri, eram as três emissoras existentes em Campina Grande, não é? Tinha os programas. Então, os programas, eles já, no meu entendimento, eles já faziam essa proliferação do indivíduo na roça, na área rural ou mesmo no espaço urbano, que tem isso cotidianamente, ouvia como se escuta um programa normal de música, de jazz ou de samba ou de rock se escutava. (2013, p. 03)

A fala do pesquisador é reveladora no sentido de mostrar o trânsito que existia entre o rádio e os festivais, na medida em que estes traziam à tona a imagem de artistas que, até então, para muitos, eram conhecidos apenas por sua voz, cuja existência pairava entre a realidade e a fantasia. Afora isso, os eventos de cantoria reuniam apenas os grandes nomes, os grandes cantadores, e a fama que estes conquistaram em função de sua exposição no rádio funcionava como instrumento basilar para confirmar sua participação e agregar valor à iniciativa do evento. O cantador Gilvan Grangeiro (2010) afirma que, em sua região, ainda está em voga a contribuição do rádio para a fama do cantador e a divulgação da sua arte, o que promove através do seu programa de rádio:

Nesse horário a gente aproveita para cantar ao vivo e também para cantar no momento lá de Repente e também para tocar os nossos CDs. Por exemplo, no festival, a gente vai cantar por aí afora em algumas cidades, eles gravam os festivais, depois a gente pega aquele CD, a gente divulga. Tanto dos trabalhos da gente como divulga de outros cantadores. Eles também divulgam os nossos por aí afora. Quer dizer, aí o povo vai ouvindo e vai se identificando com a gente, fala "Eu vou trazer Fulano para cantar no meu festival" ou "Para fazer uma cantoria lá na minha casa", né? Então, de qualquer maneira é uma forma de divulgar o trabalho da gente e das pessoas reconhecendo do trabalho, às vezes, ir bem e elas virem conhecer a gente pessoalmente. (2010, p. 13)

As rádios citadas, quais sejam Borborema, Caturité e Cariri, integravam um complexo radiofônico cuja extensão alcançava as cidades da região, mas,

por vezes, podia ser sintonizada em outros Estados, o que corroborava para o crescimento e reconhecimento da figura do cantador em outras plagas. Nesse sentido, a cantora Mocinha de Passira fala sobre o largo alcance do rádio e suas contribuições:

O rádio colaborou de uma maneira que o rádio era só AM, com cantorias Retalhos do sertão, em Campina Grande; Recital Sertanejo, em Carpina; O sertão e a viola, em Caruaru; no Nordeste, Tarde Sertaneja, Rádio Clube de Recife, entendesse? Ali, levou, não era negócio de você ficar ... A rádio você estava na Paraíba, você ouvia; estava no Rio Grande do Norte, você ouvia; estava em Alagoas, você ouvia, e levando aquelas mensagens, né? As emissoras AM de rádio foram as precursoras! Abriam. Isso era época de que: a época de ouro de Otacílio, de José Alves Sobrinho, Augustinho Lopes, Severino Cabuci, Manoel Laurindo, com um programa de rádio de segunda à sexta na rádio PR que à noite você ligava nos confins do mundo e pegava ela. Tarde Sertaneja. Está doido? Foi muita coisa. Agora tem muitas FMs dando cobertura, mas FM é mais devagar, mas tem muito programa que fica. (2011, p. 18)

A era de ouro a que a repentista se refere é assim justificada por Carvalho (2005):

O fato de ocuparem espaço na programação do rádio dá a estes violeiros uma posição privilegiada no mercado da cantoria, visto que o programa divulga a imagem do repentista, colocando-o sempre em evidência e em contato direto com o ouvinte, um potencial organizador de exposições em sítios e quando dos festejos de padroeiros ou de comemorações comunitárias. (p. 42)

O repentista Moacir Laurentino aponta o delineamento de uma outra relação entre os repentistas e as emissoras de rádio, ao falar sobre sua trajetória e suas dificuldades para se estabelecer na profissão:

[...] depois eu vi a cantoria ampliada depois da imagem, da eletrônica, do rádio. Antigamente, quando eu comecei cantar havia programa de rádio, mas com muita dificuldade. Uma emissora de rádio não queria que cantador passasse nem na calçada da emissora de rádio. Quando já existiam muitos ouvintes naquela época, mas você pra ter um



DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n5p461>

espaço no rádio era uma dificuldade muito grande. Hoje as emissoras de rádio correm atrás de cantador de viola porque sabe que a audiência é garantida. No horário onde tem dois repentistas famosos cantando é uma audiência garantida. Ninguém tem audiência total, porque a concorrência é muito grande, a diversificação na programação hoje é uma das grandes audiências. Eu fazia um programa na cidade de Patos, na Paraíba, lá na Rádio Espinharas e nós tivemos dois anos em primeiro lugar na programação da rádio. Quer dizer, daí a gente ficou conhecendo e reconhecendo que a cantoria de viola tinha rumo pra continuar. (2010, p. 03)

Os impasses apontados pelo cantador referem-se ao período em que, não dispendo mais de um grande destaque em função do desaparecimento das figuras de alguns cantadores, as emissoras de rádio passaram a investir em programas que consideravam condizentes com as demandas do mercado, embora esse contexto fosse alterado em muitas regiões, notadamente nas cidades do interior, onde o vínculo com esse estilo poético-musical ainda contribui para a manutenção de ouvintes cativos.

Representante de uma geração mais jovem, o cantador Acrízio de França indica que a presença dos programas de cantoria ainda colabora para a formação dos que se interessam pela arte e mostra como o rádio mantém-se presente no contexto do sertanejo: “[...] 100% dos cantadores são sertanejos, eles escutam muito rádio, muito cantador, muito aboiador, muito embolador. E isso aí, eu me englobei nesse mundo”. (2010, p. 02). O poeta Sílvio Grangeiro destaca o grande alcance que o rádio ainda tem:

Nós temos programas de rádio, programa de televisão, e também, às vezes, outras pessoas que vivem de fazer cultura também saem divulgando boca a boca, convidando amigos e passando o que é o cantor pra outras pessoas. Tudo é meio de divulgação, mas mais o rádio. (2010, p. 06)

A proximidade do repentista com os meios de comunicação como o rádio e a televisão é vista pelo cantador como um avanço na cantoria:

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n5p461>

A cantoria melhorou muito em termos de conhecimento, em termo dos poetas se prepararem mais. Hoje nós temos muitos poetas formados, que antigamente não tinha, era mais poeta da zona rural, mais poeta agricultor. Aí, hoje nós temos mais na zona urbana, então, a cantoria teve um êxito muito grande da zona rural pra zona urbana. E hoje muitos cantadores, muitos formados, muitos têm programa de rádio e de televisão. Quem não tem, tem de rádio, e todos são preparados pra cantar em todo ambiente. (GRANGEIRO, 2010, p. 04)

Neste sentido, Carvalho (2005) acrescenta:

O traço da oralidade, marcante da tradição popular, tem na cantoria um vigoroso canal de expressão. Através dessa via, o rádio se encaixa no contexto da discussão sobre as relações do popular com o massivo, por meio de um grande número de programas de poetas repentistas. Esses espaços, que na maioria das vezes, são comprados pelos próprios violeiros, alcançam repercussão num momento em que a interiorização do rádio é um processo de largo alcance e fundas implicações políticas. (p. 41)

O cantador Geraldo Amâncio (2012) reforça a perspectiva do rádio como imprescindível para a capilaridade da cantoria:

Existe também outra coisa: é que o rádio urbanizou a cantoria, de certo modo. Quando eu comecei a cantar, de cem cantorias que eu fizesse no sítio, fazia uma na cidade. Os Batista foram os primeiros cantadores urbanizados, que a gente diz. Eles que levaram a cantoria a se urbanizar, assim também como Cego Aderaldo, assim também como Rogaciano Leite. E o próprio Zé Alves Sobrinho. Então, o rádio deu uma contribuição enorme para a cantoria.

Uma vez o espaço conquistado, é preciso metamorfosear-se a fim de mantê-lo. Os novos papéis ocupados pelos repentistas exigem o domínio de novas funções, o que lhes insere rapidamente na dinâmica da indústria cultural, da qual já participavam, embora com um caráter mais passivo. A partir disso, o domínio de variadas estratégias de aproximação com o público amplia o alcance da voz do poeta e lhe habilita a ocupar outros espaços.

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n5p461>

Os horários de veiculação dos programas de rádio voltados para o universo sertanejo costumavam ser os primeiros da manhã, geralmente entre 06 e 07 horas, saudando os trabalhadores antes do trabalho. Atualmente, entretanto, com o que se chama de 'urbanização da cantoria', seus ouvintes passaram a ocupar outras frentes de trabalho e outros horários passaram a ser mais atrativos, como afirma o poeta Gilmar de Oliveira (2010)

Ainda tem alguns cedo ainda, mas é raro. São raros. Lá na rádio que eu trabalho tem um programa (...). A gente tem três, eu acho que tem três programas lá. Três horários de programas. Tem esse nosso de onze e meia ao meio dia. Tem outro de cinco e meia às seis da tarde. E aos sábados tem um de seis e meia às sete da noite, aos sábados, né? Mas o nosso é o horário nobre porque devido a nossa região ser o Nordeste, o sertão da Paraíba, moramos lá na Paraíba, aquele pessoal da roça, que está em casa almoçando e escutando o programa da gente, quase todos os dias, dificilmente tem um dia que a gente não recebe telefonemas, e-mails de Brasília, de São Paulo, do Rio, essas cidades grandes, João Pessoa, as pessoas, os nossos conterrâneos, né? Os nossos amigos, as pessoas amigas que moram em Brasília ou que estão passeando lá, mas que ficam escutando o programa da gente pela internet. Isso é muito bom, isso é muito gratificante. Aí ligam. Às vezes, eles estão nos ouvindo lá pela internet, aí pegam o telefone e ligam, participam no ar. (p. 09)

A fala do poeta apresenta novas facetas de recepção e participação do público, que ouve o programa pela internet e participa através de telefonemas ou e-mails. A disponibilização de rádios no espaço virtual possibilita um alcance jamais previsto, atrai novos públicos, mas requer do apresentador a capacidade de dominar novos recursos, de captar e manter o interesse de ouvintes que têm um mundo de possibilidades à sua disposição. Para isso, recorre-se, geralmente, à produção ao vivo – que se dá a partir do convite a inúmeros parceiros de profissão que, uma vez convidados, atendem não apenas aos apelos da produção do programa, mas estão à disposição para satisfazer os pedidos do público, que chegam em tempo real e precisam encontrá-los preparados para atender suas expectativas. Além disso, o uso de CDs com as produções mais solicitadas é sempre uma estratégia para preencher espaços. Ao lado da

emissão de repente, começam a ganhar espaço as canções. Apesar de não ser uma novidade na história da música popular brasileira, onde sempre ocupou um lugar de destaque, o uso da canção é um dado relativamente novo no ambiente da cantoria. Alguns repentistas que, além de bons improvisadores possuem também vozes que se destacam – o que abrange apenas um pequeno grupo – enveredam, aos poucos, por um caminho que os aproxima ainda mais da dinâmica imposta pela indústria cultural aos *medias*, tendo em vista que, ao ingressarem em um novo setor do mercado, é preciso que estejam dispostos a lidar com os mesmos artifícios, expondo-se nas vitrines e fazendo-se notar em meio a um grande emaranhado de novos astros que surgem anualmente.

Enquanto a obra composta pelo repentista que se vinculava apenas ao universo do improviso se mantinha atuante a partir do modo como se fazia presente na memória de seus admiradores, que geralmente reconheciam seus astros pelos feitos do passado e por sua capacidade de manterem-se criativos, o espaço da canção participa de uma dinâmica que cria sucessos meteóricos que surgem, caem no gosto popular e são esquecidos com a mesma facilidade, exigindo dos seus produtores e criadores a manutenção de uma máquina que precisa mantê-los sempre em destaque. A produção de CDs, DVDs e a organização de shows preenche o espaço desses artistas que não têm mais no improviso o limite para sua criação poética. Por outro lado, a ainda frequente realização de cantorias nas cidades, promovendo o encontro de dois cantores que se apresentam como parceiros, já podem ser organizadas visando atender aos apelos do público não apenas no que tange à sugestão de motes a serem glosados pelos poetas, mas pelos pedidos que chegam aos cantadores para que cantem seus sucessos. Não necessariamente a dupla está inserida nesse contexto, mas ao menos um dos presentes estará apto a atender a essa demanda.

O crescimento de uma música considerada de má qualidade é indicado pelo repentista Jonas Andrade como um dos motivos para o crescimento da cantoria, que teria como principais vitrines o rádio e os festivais:

Porque no festival tem muitas pessoas interessadas, curiosas pra ver o festival. E quanto mais acontece festival, melhor pro artista. Porque tem pessoas que vem da televisão pra filmar o cantador, tem pessoas que tá na universidade que veio pra descobrir alguma coisa com o cantador, tem o jovem que passa, ouviu a primeira vez e gostou e voltou de novo pro festival "Ah, rapaz, tinha um festival lá, eu fui, lá em Farias Brito. Não vou perder outro mais nunca". Já aconteceu isso comigo. Já aconteceu de o cabra me ouvir numa cantoria e me dizer "Eu não gostava de cantoria de jeito nenhum, mas se eu soubesse que cantoria era do jeito que Jonas Andrade e Gilmar Oliveira canta, eu não perdia mais nenhuma. Não vou perder mais nenhuma". A partir dali ele passa a gostar de cantoria. [...] Então, é o que eu digo a você, que mudou muito. Mudou muito depois dos festivais, da divulgação dos cantadores no rádio, nas grandes emissoras. (2010, p. 05)

Os festivais são indicados pelo cantador como um modo de chamar a atenção de um público que, possivelmente, não estaria presente e interessado se fosse apenas o encontro de dois cantadores em localidades não muito atraentes. Nesse sentido, percebe-se a consciência do artista no sentido de que o espetáculo é um canal de atenção para a mídia e quanto mais ingredientes ele puder acrescentar, mais chances terá de atrair os holofotes. O cantador Acrízio de França (2010) acrescenta: "Houve uma época que o cantador que cantasse canção, não era cantador. Ou era cancionista ou cantador. E depois disso, com os Nonatos, cantador passou a ser cantador, repentista, poeta, compositor e músico, até então" (p. 05/06). Não se pode afirmar se, por desconhecimento ou escolha, a nova geração parece ignorar que o cantador Otacílio Batista, por exemplo, já era compositor, e tem ao menos uma canção eternizada e divulgada por artistas da música popular brasileira sem que muitos saibam, visto que muitas vezes a composição Mulher nova, bonita e carinhosa

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n5p461>

faz o homem gemer sem sentir dor é atribuída aos cantores Zé Ramalho ou Amelinha, seus maiores intérpretes, sem que sejam dados os devidos créditos ao cantador compositor:

Cícero Justino, por sua vez, destaca a importância da exposição proporcionada pelo festival:

O Festival da Viola hoje é uma vitrine. Eu comparo hoje um festival de viola com um jogador que almeja ir para a seleção brasileira. Cada convite que uma dupla recebe, um cantador de viola recebe para ir para o festival, é como se ele fosse para a seleção, ali só está realmente quem está capacitado a cantar num festival. Porque não é brincadeira você dar cinco minutos para você abordar um assunto dentro daqueles cinco minutos e você cantar bem. (2010, p. 06)

A ideia de vitrine indica que os poetas precisam aderir a um esquema de exposição para que sua imagem seja veiculada e, para isso, é preciso que possa atender a determinados elementos que os inserem no rol dos artistas midiáticos. Ao participar do sistema engendrado pelo mercado fonográfico, precisam aprender a lidar com suas particularidades, como a pirataria, por exemplo, mas, ao contrário dos demais artistas, para alguns cantadores a multiplicação dos CDs e DVDs de modo alternativo não é vista como uma ameaça, mas, sim, uma possibilidade de acesso, como explica o repentista:

Eu acho assim, que nos termos da cantoria, isso pode até parecer feio para um artista dizer isso, mas eu acho que, em termos de cantoria, até a pirataria ajuda a divulgação da cantoria. Até mesmo a pirataria porque, às vezes, uma pessoa que reside lá na roça, que mora no sertão, num sítio, e que o trabalho dele é bem mais pesado do que o nosso e ganha menos, bem menos, muito menos do que a gente, ele escuta a gente pelo rádio e ele tem vontade de comprar um CD da gente. Mas, às vezes, ele não tem 16 reais, 20 ou 30 reais para comprar um CD original e chega na feira, faz a feirinha dele lá no supermercado e vai naquelas bancas e encontra um rapaz vendendo aqueles CDs piratas, um CD de 5, de 2 reais e ele encontra um CD com a gente, com a foto da gente "Ah, então esse é Acrízio de França e Cícero Justino? Serve. Quanto é? Tanto" E ele vai lá e compra aquele

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n5p461>

CD. Quer dizer, de uma forma ou de outra, a pirataria por um lado estraga, mas por outro ela divulga também, porque aquele rapaz que não poderia comprar um CD de 30 reais ou de 20, ele comprou um CD de 5 e levou a gente para a casa dele, para mostrar para a família toda quem é Acrízio de França e Cícero Justino e o que é a cantoria. (FRANÇA, 2010, p. 11)

Seu parceiro, Cícero Justino (2010), complementa:

O CD hoje, DVD, só fez ajudar, só fez divulgar a cantoria. Com certeza, hoje todo cantador, não só cantador do passado, mas qualquer músico, para gravar um CD era uma novela, né? Hoje não. Hoje todo mundo tem um computador em casa, um notebook em casa e ele mesmo confecciona aquele CD mais para divulgar do que para ganhar dinheiro. [...] A gente dá mais CD do que vende porque a gente quer divulgar, quer espalhar a cantoria não só Acrízio de França e Cícero Justino, de Cícero Mariano e Juvenal. A gente quer divulgar a cantoria. Ah, meu Deus, se eu visse qualquer cantador, qualquer dupla hoje no programa do Faustão, eu ficava feliz. Por que? Não sou eu não, mas é a cantoria. (p. 12)

A referência ao programa Domingão do Faustão, da Rede Globo, revela que o processo de divulgação através dos CDs e DVDs visa alcançar notoriedade a ponto de se fazer reconhecido pela grande mídia, pois aparecer na 'vênus platinada' é o sonho de muitos artistas que compreendem esse espaço como um canal privilegiado de acesso a um público amplo e irrestrito, cujo alcance pode contribuir para a divulgação da imagem dos artistas. Não se pode esquecer, entretanto que, via de regra, o acesso a esse espaço se dá, muitas vezes, como a confirmação e o reconhecimento de artistas que já gozam de prestígio em suas comunidades e, em função do seu sucesso local, são fisgados para o mundo do espetáculo televisivo como uma espécie de coroação de seus talentos.

### Considerações finais

A presença do rádio na vida dos cantadores, seja como fonte de entretenimento na infância, de informação na juventude ou como espaço de trabalho na vida adulta, surge na memória dos poetas como um espaço de consolidação da cantoria de improviso. Desde os primeiros programas, passando por aqueles que compreenderam a era de ouro, até os atuais, que ocupam outros horários e agregam outros ouvintes, valem-se do poder agregador e difusor do rádio como força motriz para impulsionar a divulgação e o fortalecimento da poesia improvisada. O alcance do sistema radiofônico em suportes como a *internet* evidencia a capacidade metamorfoseante deste *media* e seu poder de manter-se atuante em meio a tantas outras possibilidades de acesso à informação e entretenimento. A cantoria, por sua vez, ao adaptar-se a novos meios e extrair deles seus melhores recursos, reafirma sua constituição movente e pulsante.

Sem a pretensão de constituir-se como uma abordagem conclusiva, o que se buscou aqui foi a possibilidade de expor o rádio como uma das vias de acesso da cantoria improvisada, reafirmando seu caráter multifacetado e dinâmico.

### Referências

ANDRADE, Jonas. **Entrevista concedida a Andréa Betânia da Silva.** Abaiara/CE, 03 maio 2010.

AMÂNCIO, Geraldo. **Entrevista concedida a Andréa Betânia da Silva.** Fortaleza/ CE, 18 nov. 2012.



DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n5p461>

BOURDIEU, Pierre. **A distinção:** crítica social do julgamento. Tradução Daniela Kern; Guilherme F. Teixeira. São Paulo: EDUSP; Porto Alegre: ZOUK, [1979] 2007.

BRASIL, Umbelino. **Entrevista.** Depoimento: 10 jun. 2013. Entrevistadora Andréa Betânia da Silva. Salvador/BA, 2013.

CAPINAN, José Carlos. **Entrevista.** Depoimento: 14 jun. 2013. Entrevistadora Andréa Betânia da Silva. Salvador/BA, 2013.

CARVALHO, Gilmar de. **Tramas da cultura:** comunicação e tradição. Museu do Ceará: Fortaleza, 2005. Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/banco/tramas-da-cultura-comunicacao-e-tradicao-livro-de-gilmar-de-carvalho>. Acesso em: 05 ago. 2013.

FERREIRA, Edmilson. **Entrevista.** Depoimento: 20 ago. 2010. Entrevistadora Andréa Betânia da Silva. Teresina/PI, 2010.

FRANÇA, Acrízio. **Entrevista.** Depoimento: 04 maio 2010. Entrevistadora Andréa Betânia da Silva. Abaiara/CE, 2010.

GRANGEIRO, Gilvan. **Entrevista.** Depoimento: 03 maio 2010. Entrevistadora Andréa Betânia da Silva. Abaiara/CE, 2010.

HORKHEIMER, MAX; ADORNO, Theodor W. A indústria cultural: o Iluminismo como mistificação de massa. In: LIMA, Luiz Costa. In: **Teoria da cultura de massa**. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, [1947] 2011.

JUSTINO, Cícero. **Entrevista.** Depoimento: 04 maio 2010. Entrevistadora Andréa Betânia da Silva. Abaiara/CE, 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones:** comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1987. Disponível em [http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/de\\_los\\_medios\\_a\\_las\\_mediaciones.pdf](http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/de_los_medios_a_las_mediaciones.pdf). Acesso em: 10 out. 2013.

OLIVEIRA, Gilmar de. **Entrevista.** Depoimento: 03 maio 2010. Entrevistadora Andréa Betânia da Silva. Abaiara/CE, 2010.

PASSIRA, Mocinha. **Entrevista.** Depoimento: 28 jan. 2011. Entrevistadora Andréa Betânia da Silva. Salvador/BA, 2011.

RIVRON, Vassili. **Enracinement de la littérature et anoblissement de lamusique populaire de**: étude comparée de deux modalités de construction culturelle du Brésil (1888-1964). Tese (Doutorado). 2005. 598 f. École de Hautes Études en Sciences Sociales, Paris, 2005.