



## **MEU MUNDO E TUDO MAIS: *o mundo social do jornalista de música*** ***Marcos Pinheiro no programa Cult 22***

**Djenane Arraes Moreira<sup>1</sup>**

A definição de mundo social, de acordo com Howard Becker (1974), está atrelada não apenas às organizações, mas também como diferentes grupos com funções e habilidades distintas colaboram de forma coordenada e compartilham convenções com o fim de realizar uma determinada atividade. Compreender o jornalismo por meio do conceito de mundos sociais significa voltar o olhar para os papéis dos atores (humanos ou não) na produção daquilo que se entende como jornal, seja ele em qual mídia for. A partir dessas noções gerais, essa pesquisa se propõe identificar as transformações do programa *Cult 22* por meio dos mundos sociais que o circunda. O programa é transmitido pela rádio pública do Distrito Federal Cultura 100,9 FM, e atualmente vai ao ar das 21h às 23h. Realizamos, para tal, como técnicas metodológicas observação participante e entrevista em profundidade com o jornalista Marcos Pinheiro.

O *Cult 22* foi criado em 1991 pelos jornalistas Marcos Pinheiro e Carlos Marcelo com o objetivo de ser uma revista radiofônica de rock em Brasília. O programa foi um ator importante na constituição e no desenvolvimento da cena musical de rock, sobretudo o independente, da capital federal na década de 1990.

A pesquisa de campo foi realizada em dois momentos. O primeiro foi uma visita à rádio Cultura 100,9 FM para assistir a gravação do programa *Cult 22* ao vivo. Essa visita aconteceu no dia 14 de junho e teve duração de cerca de 3h30. O segundo momento da pesquisa de campo foi uma entrevista em profundidade aberta com o jornalista Marcos Pinheiro, que aconteceu no dia 26 de junho, e teve duração de 2h40. Ao todo, essa pesquisa consistiu em um campo de pouco mais de seis horas. A distância de dias entre a visita à rádio e a entrevista se deu devido a questões de agenda.

---

<sup>1</sup> Djenane Arraes Moreira é mestre e doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília. e-mail: djenanearraes@gmail.com



A pesquisa em campo mostrou que o mundo do *Cult 22* é atualmente enxuto. Para otimizar a quantidade de informações, os resultados foram condensados na tabela a seguir:

Tabela 1

Atividades/Período	Fase 1 (1991-2000)	Fase 2 (2001-2010)	Fase 3 (2011...)
<b>Editores</b>	Dois editores	Dois editores	Um editor
<b>Staff regular do programa</b>	Sem staff	Sem staff	Sem staff
<b>Auxílio técnico para o Programa</b>	Sim	Sim	Não
<b>Colaboradores externos à rádio</b>	Diversos	Diversos	Média de cinco regulares
<b>Principais associados e colaboradores do Cult 22 fora da Cultura FM</b>	Donos de lojas de discos; Músicos; Donos de estúdios de gravação; Agitadores culturais; Entusiastas da cena musical de rock; ouvintes	Músicos; agitadores culturais; entusiastas da cena musical de rock; ouvintes	Entusiastas remanescentes da cena musical de rock; músicos; ouvintes
<b>Investimento em outras mídias</b>	Não	Website	Website; Televisão (2012 – sete meses); Redes Sociais; rádio online
<b>Produtos gerados a partir do Cult 22</b>	Coletâneas de discos	-	-
<b>Outros negócios gerados a partir do programa</b>	Produção de shows e de festas	Produção de shows e de festas	Bar (2011-2013)
<b>Existência contínua do programa</b>	Sim	Sim	Não. O programa deixou de ser transmitido pela rádio por um ano e quatro meses no período.

Fonte: Própria autora

O *Cult 22* ia ao ar graças a um espaço na programação cedido pelas empresas, produzido pelos responsáveis, com colaboração técnica e de conteúdo voluntária de funcionários das rádios e de pessoas externas a elas. O número de profissionais técnicos atrelados a atividade principal, que é o jornalismo de música, era reduzido desde o início. Isso mostrou que, mesmo à época pré-internet, o programa era produzido com poucas colaborações de locutores, repórteres, técnicos de som, secretários de estúdio, etc. Profissionais de marketing e do comercial também não tinham peso dentro de uma



emissora pública, que não se sustenta dentro de um modelo de negócio de vendas de anúncios, como funcionava nas rádios comerciais.

Qual era o sistema de cooperação que realmente fazia a engrenagem do programa girar? O campo e a entrevista mostram que o principal ponto de sustentação do *Cult 22* era a comunidade musical a que ele reportava. Comunidade musical, segundo Will Straw (1991, p. 373), é um grupo mais ou menos coeso – sociologicamente falando – e cujo envolvimento na música leva a forma de uma exploração em curso de um ou mais idiomas musicais enraizados em um patrimônio histórico geograficamente específico. Quem eram os principais colaboradores para fazer o *Cult 22* acontecer? Donos de lojas de discos, músicos, bandas, agitadores culturais, produtores de shows, e também o público. O movimento era de retroalimentação entre esses elementos. Vimos, portanto, que o *Cult 22* é um caso em que a revista radiofônica se desloca do que se faz o radiojornalismo para se inserir em mundos adjacentes a ele.

**Palavras-chave:** jornalismo de música; radiojornalismo; mundo social; comunidade musical; *Cult22*.

#### **Referências**

BECKER, Howard. Art as collective action. In **American Sociological Review**, Vol. 39, No. 6. Dec., 1974, p. 767-776.

STRAW, Will. Systems of articulation, logics of change: Communities and scenes in popular music. In **Cultural Studies**, 5:3, 1991, p. 368-388.