

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARTES, ARQUITETURA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO MESTRADO EM MÍDIA E TECNOLOGIA**

NILO ARRUDA MORTARA FREIRE GOMES

**ANTENAS ALTERNATIVAS: AS RÁDIOS UNIVERSITÁRIAS E A MÚSICA
INDEPENDENTE**

Bauru
2024

NILO ARRUDA MORTARA FREIRE GOMES

**ANTENAS ALTERNATIVAS: AS RÁDIOS UNIVERSITÁRIAS E A MÚSICA
INDEPENDENTE**

**Dissertação apresentada ao
programa de Pós-Graduação
em Mídia e Tecnologia
(PPGMiT) – FAAC – UNESP –
Bauru para obtenção do título
de Mestre em Mídia e
Tecnologia, sob a orientação
do Prof. Dr. Octavio Penna
Pieranti**

Bauru
2024

G633a Gomes, Nilo Arruda Mortara Freire
 Antenas Alternativas : As Rádios Universitárias e a Música
 Independente / Nilo Arruda Mortara Freire Gomes. -- Bauru,
 2024
 133 p.

 Dissertação (mestrado profissional) - Universidade Estadual
 Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes,
 Comunicação e Design, Bauru
 Orientador: Octavio Penna Pieranti


 1. Rádios Universitárias. 2. Música Independente. 3. Rádio
 Musical. 4. Mídias Públicas. 5. Economia Criativa. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE NILO ARRUDA MORTARA FREIRE GOMES, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - CÂMPUS DE BAURU. Aos 21 dias do mês de fevereiro do ano de 2024, às 19:00 horas, no(a)

<https://meet.google.com/eeb-jzfk-zkm?hs=224>, realizou-se a defesa de DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de NILO ARRUDA MORTARA FREIRE GOMES, intitulada **Antenas alternativas: As rádios universitárias e a música independente**. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professor Doutor OCTAVIO PENNA PIERANTI (Orientador(a) - Participação Virtual) do(a) Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia, Curso de Mestrado Profissional / Universidade Estadual Paulista, Professor Doutor JUAREZ TADEU DE PAULA XAVIER (Participação Virtual) do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design de Bauru, Professor Adjunto MARCELO KISCHINHEVSKY (Participação Virtual) do(a) Núcleo de Rádio e TV / Universidade Federal do Rio de Janeiro. Após a exposição pelo mestrando e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, o discente recebeu o conceito final: APROVADO. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.

Documento assinado digitalmente
 OCTAVIO PENNA PIERANTI
Data: 21/02/2024 20:59:48-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Professor Doutor OCTAVIO PENNA PIERANTI

NILO ARRUDA MORTARA FREIRE GOMES

ANTENAS ALTERNATIVAS: As rádios universitárias e a música independente

Área de Concentração: Ambientes Midiáticos e Tecnológicos

Linha de Pesquisa: Gestão midiática e tecnológica

Banca Examinadora:

Presidente/Orientador: Prof. Dr. Octavio Penna Pieranti

Instituição: Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho

Prof.1: Prof. Dr. Marcelo Kischinhevsky

Instituição: Escola de Comunicação – Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof. 2: Prof. Dr. Juarez Tadeu de Paula Xavier

Instituição: Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho

Resultado:

Bauru, 21 de fevereiro de 2024

Dedicatória

Para o Gil e o Martin

Agradecimentos

Agradeço imensamente à minha família por todo o suporte: à Luana por não ter me deixado desistir, ao Gil e o Martim pelas alegrias que me iluminaram neste período, à minha mãe por tudo além de sempre estimular minha curiosidade e o interesse pela ciência, ao meu pai por me passar o amor à música e à comunicação. Aos meus irmãos e amigos pela paciência e pelos exemplos. Aos colegas e gestores do Sesc Bauru tanto pelo apoio na participação de atividades acadêmicas quanto pelas trocas que tanto contribuíram para este trabalho. À Bia pela generosa e atenciosa revisão das últimas versões deste trabalho.

A todos os amigos que estudaram e trabalharam comigo Universidade Federal de São Carlos por todas as experiências, especialmente as cinco primeiras edições Festival CONTATO e os cinco primeiros anos da Rádio UFSCar, iniciativas que acompanhei como ouvinte, amigo e colaborador. Aos parceiros do ATR pelas vivências em primeira pessoa da música independente no Brasil e aos colegas do SescSP, músicos e produtores com quem trabalhei por seus repertórios, sabedorias e generosidade. Aos colegas e professores do PPGMit pelas trocas e contribuições fundamentais para esse trabalho e para meu desenvolvimento acadêmico. Ao meu orientador Octávio pelo exemplo de ética e dedicação, pela paciência, assertividade e leveza com que conduziu esses dois anos de trabalho e por me ensinar a acreditar em minhas capacidades enquanto pesquisador.

Agradeço também todos os funcionários das quatro emissoras estudadas, especialmente aqueles que se dispuseram a serem entrevistados: Sergio Magson, José Carlos Marques, Fernando TRZ, Diego Doimo, Gabriel Girardi, Gustavo Xavier e Serginho Sággita, as conversas realizadas para este trabalho me ensinaram muito mais do que coube aqui. Agradeço também todos os trabalhadores da música independente e da radiodifusão pública brasileira por garantir, apesar de todas as dificuldades, diversidade para nossos ouvidos.

GOMES, Nilo A. M. F. **Antenas alternativas:** As rádios universitárias e a música independente 133 p. Dissertação de Mestrado em Mídia e Tecnologia – FAAC – UNESP, sob orientação do Prof. Dr. Octavio Penna Pieranti. Bauru, 2024.

RESUMO

Essa pesquisa procura compreender a presença da música independente na programação de emissoras FM universitárias paulistas ligadas a instituições públicas de ensino. São objeto deste estudo a programação das emissoras Rádio USP, Rádio Unesp, Rádio UFSCar e Rádio USP Ribeirão Preto. O trabalho parte de uma revisão bibliográfica que busca contextualizar os dois temas principais da pesquisa: música independente e rádios universitárias, traçando um histórico destes fenômenos e buscando identificar suas características principais no momento atual. Após a determinação do referencial teórico será apresentada uma análise da grade de programação das emissoras, assim como um estudo sobre os processos de programação, mais especificamente da programação musical, realizado a partir de entrevistas com os profissionais responsáveis por essa produção em cada uma das emissoras estudadas.

Palavras chave: Rádios universitárias, Música independente, Rádio musical, Mídias públicas, Economia criativa

ABSTRACT

This research reach to understand the presence of independent music on São Paulo state`s university radios held by public institutions. The subjects of analysis are the stations Radio USP, Radio Unesp, Radio UFSCar and Radio USP Ribeirão Preto. This work begins with a bibliographic review of the two main topics: independent music and university radios by a historical outline of these phenomenon and identifying their main attributes in the present moment. After appointing these theoretical benchmarks, will be presented a analysis of the program schedules of the stations and the processes of radio programming, in particular the musical programming, made from interviews with professionals responsible for these radiophonic production on each of the stations examined.

Keywords: University Radio, Independent Music, Public Radio, Music Radio, Public Media, Creative Economy

Sumário

1.Introdução	11
1.1 Objetivo e objetos	11
1.2 Justificativa	12
1.3 Metodologia	15
1.4 Estrutura do trabalho	18
2. Música independente	21
2.1 O termo	21
2.2 Antes da independência: impérios e colônias	23
2.3 O domínio das <i>majors</i> e o surgimento das <i>indies</i>	25
2.4 TV, MPB e a consolidação da indústria do disco brasileira	27
2.5 Independente brasileiro, feito em casa	29
2.6 Financeirização, terceirização e o sistema aberto	31
2.7 Digitalização, CD e redução de custos	33
2.8 P2P, compartilhamento, pirataria e a vingança da digitalização	35
2.9 A música gratuita como oportunidade para os <i>indies</i> e o fim da predominância da música gravada sobre as rendas do mercado	39
2.10 A busca pela remuneração <i>online</i>	41
2.11 O modelo baseado em acesso	44
2.12 Do mercado global ao local: cenas musicais, circuitos culturais e festivais independentes	49
2.13 O que significa ser independente hoje?	51
3. Rádios Universitárias	55
3.1 Primórdios da radiodifusão educativa e universitária	55
3.2 A Frequência Modulada e a ampliação no número de emissoras entre as décadas de 1970 e 1990	57
3.3 O rádio universitário no século XXI	58
3.4 A legislação sobre o rádio público e educativo e a “não-legislação” sobre o rádio universitário	59
3.4.1 A Rede Nacional de Comunicação Pública e as emissoras universitárias	61
3.5 A programação do rádio público e educativo: Modelos e diretrizes	66
3.6 Especificidades da programação em rádios universitárias	67
3.7 Programação musical de emissoras educativas e universitárias	70
3.8 As emissoras FM das universidades públicas paulistas	71
3.8.1 Rádio USP e a Rede USP	72
3.8.2 Rádio UNESP	73

3.8.3 Rádio UFSCar	73
4. Análise das grades de programação	75
4.1 Materiais e critérios utilizados na análise da grade de programação	75
4.2 Rádio UFSCAR	78
4.3 Rádio UNESP	80
4.4 Rádio USP e rádio USP Ribeirão Preto	81
5. O trabalho de programação radiofônica e a música independente	85
5.1 Rádio Unesp	85
5.2 Rádio UFSCar	87
5.3 Rede USP	89
5.4 Sons do Brasil	91
5.5 Como as emissoras universitárias compreendem a música independente	92
5.6 Diversidade enquanto objetivo	95
5.7 Os processos e métodos da programação musical	97
5.8 Os Programas Independentes	101
5.9 Uma alternativa à programação comercial	102
5.10 Para além das ondas do rádio: a conexão com a comunidade, ações e eventos	104
6. Considerações finais	107
7. Referências	110
ANEXOS	123
Anexo 1	123
Anexo 2	131

1.Introdução

1.1 Objetivo e objetos

Este trabalho tem como objetivo principal identificar e analisar as estratégias de programação e criação de conteúdo desenvolvidas pelas rádios universitárias voltadas à difusão da música independente, buscando compreender de que forma esses conteúdos são apresentados e como essa participação contribui para o fortalecimento e a divulgação da música independente em nível regional e nacional.

Para se alcançar esse objetivo geral, traçam-se os seguintes objetivos intermediários:

- Discutir o papel das rádios universitárias mantidas por instituições públicas de ensino;
- Conceituar música independente no atual contexto social, econômico e tecnológico da música;
- Analisar as grades de programação de amostra de emissoras e identificar programas e faixas musicais que contemplem a produção independente local e regional de forma regular;
- Analisar as estratégias dessas emissoras voltadas à difusão da música independente local e nacional.

De forma mais específica, o objeto deste estudo é a programação das emissoras de rádio FM ligadas a instituições de ensino superior públicas (federais e estaduais) do estado de São Paulo, ou seja, as quatro emissoras abaixo:

- Rádio USP - São Paulo 93,7 FM
- Rádio Unesp - Bauru 105,7 FM
- Rádio USP - Ribeirão Preto 107,9 FM
- Rádio UFSCar - São Carlos 95,3 FM

Estas programações serão analisadas buscando respostas para a seguinte pergunta: de que forma a programação das Rádios FM mantidas pelas universidades públicas do estado de São Paulo contribui para o fortalecimento e a divulgação da música independente em nível local e regional?

1.2 Justificativa

O rádio é um meio de comunicação de massa que, em mais de cem anos, influenciou e continua influenciando profundamente diversos aspectos culturais e políticos de nossa sociedade. Sua influência na música, por sua natureza sonora, é profunda, sendo fundamental na conformação do mercado fonográfico como o conhecemos e aspecto fundante da cultura musical de muitos de seus ouvintes (Gambaro; Vicente; Ramos, 2018; Tinhorão, 1998; Pinto, 2011). Segundo recente pesquisa realizada em 13 regiões metropolitanas do Brasil, 83% da população nas regiões pesquisadas ouve rádio, e 3 em cada 5 desses ouvintes escutam rádio diariamente. Ainda segundo esta pesquisa, o principal motivo que leva as pessoas a ouvirem rádio é a música, como alega 49% dos entrevistados (KANTAR IBOPE, 2022).

Este trabalho se debruça sobre a programação musical de emissoras universitárias e os critérios e procedimentos curatoriais empreendidos em sua conformação. Essa abordagem vai ao encontro de uma lacuna apontada, há pouco mais de dez anos, por Marcelo Kischinhevsky ao propor abordagens para pesquisa sobre rádio musical: "Faltam estudos, no Brasil, sobre os processos de tomada de decisões que levam à construção da programação de uma rádio musical" (Kischinhevsky, 2011, p.253).

A música independente foi escolhida como objeto desta pesquisa por tratar-se de um campo que, a princípio, se opõe às lógicas de uma indústria musical transacional e massificada, de forma semelhante às emissoras universitárias e suas programações, que se propõem como alternativas à massificação do rádio comercial:

A construção de uma Economia Política do Rádio Musical, com análise mais detida sobre as estruturas comerciais que entrelaçam emissoras e companhias musicais, bem como sua composição societária e o desenvolvimento de redes de largo alcance, é crucial para a investigação da diversidade cultural nas FMs e para a elaboração de políticas públicas que garantam a presença de manifestações artísticas de caráter local no dial (Kischinhevsky, 2011, pp. 255 - 256).

Ao longo da revisão bibliográfica para este trabalho, foram encontradas diversas abordagens de análise para a programação musical de emissoras públicas e educativas. Um exemplo é o levantamento exploratório da programação de 16 emissoras (AM, FM e Web) ligadas a universidades " analisando fragmentos de duas a três horas de duração em horários e dias alternados ao longo de duas semanas, buscando identificar as texturas radiofônicas." (Kischinhevsky et al, 2019 pág. 148). Também existe uma análise quantitativa do relatório de execuções públicas enviado ao ECAD e publicizado pela rádio UNESP no *blog* da emissora (Ribeiro, 2019). Outros estudos se baseiam em entrevistas com os profissionais responsáveis pela programação, associados a audições assistemáticas da emissora (Franco, 2013).

Este trabalho propõe, em sintonia com os estudos citados e outros, somar dados e reflexões buscando um retrato mais detalhado das programações musicais dessas emissoras, seus processos produtivos e seu papel na cultura musical de seus territórios.

Como já descrito, o objetivo principal desse estudo é analisar a presença da música independente na programação das rádios universitárias que, como integrantes do sistema público de radiodifusão, não trabalham em uma lógica comercial. Além disso, tendo sua programação amparada pelo conhecimento produzido na instituição de ensino, as emissoras universitárias são um espaço fundamental para a difusão e democratização do patrimônio musical. Para permitir uma análise mais detalhada desta programação, defino como recorte as emissoras FM das universidades públicas do estado de São Paulo. Esses critérios objetivam trabalhar com um contexto mais próximo geograficamente deste autor, que realiza a pesquisa dentro de uma universidade estadual paulista, assim como focar em emissoras não só de caráter público – por suas outorgas educativas – mas também mantidas por instituições de ensino públicas, portanto, financiadas pelas instâncias do estado brasileiro. Da mesma forma, a escolha por emissoras FM busca privilegiar programações radiofônicas que podem ser acessadas livremente através de aparelhos de rádio sem necessidade de acesso à internet, como no caso das *web* rádios, e assim restringe a pesquisa a emissoras que são permissões públicas por “ocupar” camadas do espectro eletromagnético em suas transmissões.

Em resumo, adotar esse caráter público e aberto como critério busca concentrar a pesquisa em emissoras que têm como missão, por sua natureza e pela

natureza das instituições que as mantêm, atentar ao bem comum e promover a diversidade cultural, o acesso à informação, comunicação e cultura e oferecer uma programação que não se pauta nos aspectos mercadológicos das emissoras comerciais. Cabe ressaltar que muitas das emissoras educativas ligadas a instituições de ensino privadas e confessionais também promovem programações movidas por esses objetivos, mas tais critérios eram necessários para a definição de um *corpus* enxuto e coerente para essa pesquisa.

Associando a revisão bibliográfica sobre o tema à análise das programações e às estratégias que a conformam, procuro compreender a interseção entre o compromisso desses dois segmentos da comunicação e da cultura com a diversidade cultural. Este compromisso será discutido no decorrer da revisão bibliográfica sobre esses temas e nas conclusões da pesquisa. Conforme já discutiram Dionizio e Marques (2019):

... não existe um compromisso formal das rádios públicas com os alternativos ou a música independente. Talvez exista uma identificação pela natural aproximação destes artistas com as emissoras universitárias e educativas, reconhecidas por serem mais democráticas em relação à diversidade de vozes e ao compromisso com a pluralidade em suas grades de programação (Dionizio; Marques, 2019, p. 365).

A pesquisadora Valci Zuculoto, a partir das reflexões teóricas de Jesús Martín-Barbero, propõe que o aspecto cultural na programação das emissoras públicas não está dissociado da sociedade na qual ela está imersa:

... para se produzir um rádio efetivamente cultural há que se ter a cultura perpassando toda a programação. E ela mesma não apenas veicular, traduzir, mas também ser construtora da cultura. A programação deve ter abrangência universal, atingindo os diversos segmentos e níveis socioculturais que compõem a audiência brasileira. Neste sentido, conteúdo, linguagem, programação musical, por exemplo, não podem ser nivelados apenas pela elite cultural” (Zuculoto, 2010, p. 204).

A diversidade cultural é um aspecto fundamental da vida social, tal qual a biodiversidade é para a natureza, com impacto positivo na economia, na inovação, na identidade e na construção da paz (UNESCO, 2001). Fortalecer essa diversidade deve ser um dos objetivos a serem alcançados nas políticas públicas de comunicação

e cultura com amparo na produção científica sobre o tema. A diversidade cultural está presente nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável 4, “Educação de Qualidade” (meta 4.7 "...promoção de uma cultura de paz e não violência, cidadania global e valorização da diversidade cultural e da contribuição da cultura para o desenvolvimento sustentável") e 11, “Cidades e comunidades sustentáveis” (meta 11.4 - "Fortalecer esforços para proteger e salvaguardar o patrimônio cultural e natural do mundo.") (ONU, 2015) e sua importância para o bem-estar da sociedade pode ser melhor compreendida a partir do seguinte trecho da Declaração de Hangzhou da UNESCO (2013):

No contexto da globalização, e face aos desafios identitários e tensões que esta pode criar, diálogos interculturais e o reconhecimento sobre e o respeito pela diversidade cultural podem forjar sociedades mais inclusivas, estáveis e resilientes. Estes devem ser promovidos especialmente através de programas educacionais, comunicacionais e artísticos, assim como através de conselhos nacionais dedicados para criar ambientes que conduzam à tolerância e ao entendimento mútuo (UNESCO, 2013 p. 7)¹.

1.3 Metodologia

Para coletar dados atualizados sobre as outorgas de emissoras de radiodifusão neste mapeamento do objeto de pesquisa, foi utilizada a base de dados da Anatel, no Sistema Mosaico². A partir dessa base, foram definidos critérios geográficos (emissoras no estado de São Paulo), de natureza técnica (operando em FM), da natureza das outorgas (emissoras educativas) e da natureza das instituições mantenedoras (que fossem ligadas a universidades públicas), critérios amparados nas justificativas expostas no capítulo anterior. A partir dos critérios e dos dados disponíveis, foram definidas como objeto de estudo as emissoras:

¹ No original “In the context of globalization, and in the face of the identity challenges and tensions it can create, intercultural dialogue and the recognition of and respect for cultural diversity can forge more inclusive, stable and resilient societies. They should be promoted notably through educational, communication and artistic programmes, as well as through dedicated national councils, to foster an environment conducive to tolerance and mutual understanding.” (UNESCO, 2013 p. 7) Tradução do autor.

² <http://sistemas.anatel.gov.br/se/public/view/b/srd.php>

- Rádio USP - São Paulo 93,7 FM
- Rádio Unesp - Bauru 105,7 FM
- Rádio USP - Ribeirão Preto 107,9 FM
- Rádio UFSCar - São Carlos 95,3 FM

Após a definição do objeto, uma revisão bibliográfica foi realizada, tendo como objetivo uma compreensão dos dois principais temas que orbitam este trabalho: a música independente e as rádios universitárias.

A pesquisa bibliográfica sobre a música independente teve como primeiro objetivo a definição deste termo. Para isso, além da leitura de pesquisas dedicadas especificamente à música independente, fez-se necessário aprofundar-se na história da indústria fonográfica brasileira e internacional – dada a interdependência entre esses dois mercados. Este panorama histórico tem como foco os desenvolvimentos tecnológicos, sociais e mercadológicos que permitiram o fenômeno das gravadoras e dos artistas independentes, primeiramente nos EUA e posteriormente no Brasil, assim como as suas diferentes configurações e ligações com as grandes empresas de mídia no decorrer do tempo. Para compreendermos o momento atual, fez-se necessário um destaque para as mudanças ocorridas nas últimas três décadas, período que vai desde a digitalização da música, a crise das gravadoras devido à disseminação do compartilhamento de arquivos Mp3 pela internet até o atual momento de reestruturação do mercado, onde empresas de tecnologia passam a ser os principais intermediários do consumo de música gravada, estabelecendo um novo paradigma comercial baseado no pagamento pelo acesso e não mais pela posse dos fonogramas. Além desses aspectos mercadológicos, faço uma discussão sobre alguns conceitos que serão relevantes nesta pesquisa e em discussões sobre a música independente: circuitos culturais, arranjos produtivos locais e cenas musicais.

Para abordar devidamente os aspectos descritos, foi feita uma revisão bibliográfica sistemática de artigos sobre música independente publicados nos últimos cinco anos nos congressos nacionais da *Intercom* e *Compós*, assim como a leitura de textos de referência sobre o mercado fonográfico nacional e aspectos do mercado internacional que levaram a desdobramentos relevantes para essa pesquisa. Buscando compreender os dados atuais da indústria fonográfica, foram consultados

os relatórios das duas principais associações de gravadoras do país, a Pró-música (antigamente conhecida como ABPD, representante das grandes gravadoras nacionais e internacionais no Brasil) e a ABMI (Associação Brasileira da Música independente), assim como os dados internacionais disponibilizados pela FPI (International Federation of the Phonographic Industry - Federação Internacional da Música Fonografia).

Na sequência, abordarei o universo das rádios universitárias. Este campo de estudo tem gerado uma série de pesquisas, com destaque para o livro lançado em 2019, **Rádios universitárias: experiências e perspectivas**, organizado por Eliana Albuquerque e Norma Meireles. A partir desse material de referência, assim como de artigos publicados em congressos nos últimos anos, busco definir um panorama da radiodifusão universitária no país, apresentando a história das emissoras pioneiras, o crescimento do número de emissoras e suas diferentes estruturas, programações e projetos editoriais. Com base nesse panorama, busco conceituar os objetivos comuns a essas emissoras, tendo como referência sua inserção em um contexto maior do sistema público de comunicação assim como nas universidades.

Em seguida, proponho uma descrição mais específica das quatro emissoras que são objeto desse trabalho. A partir de pesquisas científicas e documentos institucionais das emissoras, apresento a história, estrutura física e humana e a proposta editorial das emissoras Rádio USP, Radio USP Ribeirão Preto, Rádio Unesp e Rádio UFSCar. Também procuro abordar a relação dessas emissoras com a comunidade universitária e o território de abrangência de suas transmissões, principalmente no que diz respeito ao circuito cultural e às cadeias produtivas da música independente.

Estabelecidas as bases teóricas para este estudo, me debruço sobre as programações das emissoras estudadas. Essa análise foi feita de forma abrangente sobre as linhas gerais da grade de programação semanal das emissoras para compreender a diversidade de temas abordados, sua divisão nas faixas de horário e a partir disso, descobrir a relação com os ouvintes proposta nessas divisões. A documentação sobre os programas e a proposta editorial geral disponibilizada nos *websites* das rádios, complementada por documentos solicitados diretamente às emissoras, serão analisadas para compreender de que forma cada assunto musical, jornalístico e científico é abordado e publicizado, assim como identificar os programas

dedicados essencialmente à produção musical independente e/ou local e aqueles que deem, mesmo que não exclusivamente, destaque à essa produção.

Para compreender de forma mais profunda a estrutura organizacional dessas emissoras e o processo de pesquisa, curadoria e produção dos conteúdos radiofônicos a serem analisados, foram feitas sete entrevistas com profissionais responsáveis por essas programações. Foram entrevistados os gestores responsáveis pela área de programação (diretores gerais, artísticos e de programação), programadores e produtores independentes. A definição desses entrevistados foi feita a partir das análises das grades de programação e do expediente das emissoras. As entrevistas, semiestruturadas, utilizaram um roteiro desenvolvido com base no referencial teórico e nas perguntas de pesquisa (Duarte, 2011). As entrevistas foram gravadas em áudio na íntegra, mediante consentimento dos entrevistados e feitas de forma presencial ou por videoconferência. Essa etapa da pesquisa recebeu a aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa da FAAC/ Unesp Bauru em 13 de março de 2023, conforme parecer número 5.940.774.

O conteúdo das entrevistas foi estudado tomando como base o referencial teórico e a análise das grades, de forma a discutir a programação de cada uma das emissoras e aspectos comuns à produção das quatro rádios, buscando apontar experiências relevantes de fomento à música independente e a diversidade cultural.

1.4 Estrutura do trabalho

Já apresentados os objetivos, a justificativa e a metodologia deste trabalho, inicio o referencial teórico da pesquisa com uma discussão sobre a música independente. A partir da definição de música independente que será tomada como referência para este trabalho, faço um resgate histórico do desenvolvimento e da concentração da indústria fonográfica que levou ao surgimento das primeiras gravadoras independentes nos EUA e, posteriormente, no Brasil. A partir dessa mesma perspectiva discuto o desenvolvimento técnico, cultural e econômico deste setor, com destaque para as mudanças ocorridas com a digitalização da música e seu compartilhamento pela internet. Através dessa contextualização, procuro discutir os limites, as potencialidades e as contradições do mercado independente atual e as interações entre seus atores e a grande indústria do entretenimento e da comunicação. Complementando o contexto da música independente, analiso as cenas

musicais, circuitos culturais e arranjos produtivos a partir dos diferentes usos desses termos na definição das redes culturais e econômicas, geograficamente delimitadas ou não, nas quais as iniciativas da música independente estão inseridas, contribuindo para seu desenvolvimento e para a diversidade cultural dentro do mercado globalizado da música.

Na sequência, apresento uma discussão a respeito do papel e da programação das rádios universitárias. Nesse sentido, além de compreender o enquadramento dessas emissoras na legislação brasileira como emissoras educativas e parte do sistema público de radiodifusão, será feito um breve histórico dessas iniciativas. Serão abordadas as transmissões radiofônicas e emissoras pioneiras - já pautadas pelo caráter educativo, cultural e experimental – passando pelas primeiras emissoras em universidades décadas depois, sendo a Rádio Universidade AM da UFRGS a primeira, até o momento atual onde se registram mais de 100 emissoras universitárias (Temer et. al, 2019; Mustafá; Kischinhevsky; Matos, 2017), em uma diversidade de formatos radiofônicos que inclui *web* rádios, emissoras FM e AM – este último em processo de desligamento.

Associado a esse panorama histórico, também será analisado o papel das rádios dentro das universidades, seu caráter laboratorial, educativo, experimental e cultural, além das potencialidades que esse tipo de emissora possui dentro da radiodifusão pública, notadamente na sua contribuição para a democratização da informação, divulgação científica e promoção da diversidade cultural, assim como seu caráter alternativo e complementar à programação das emissoras comerciais.

Finalizando este capítulo, serão apresentadas as quatro emissoras analisadas: Rádio USP, Rádio Unesp, Rádio UFSCar e Rádio USP Ribeirão Preto. Amparado pela discussão teórica acerca das emissoras universitárias, será apresentada a estrutura física, técnica e humana dessas emissoras, assim como a história de cada uma delas, a relação com a comunidade universitária e externa atendidas por elas e suas propostas editoriais, com foco na programação musical.

No capítulo subsequente, são apresentados os resultados da análise feita sobre as grades, apresentando um contexto geral da programação e os programas que dialogam com a música independente em cada emissora. No último capítulo, são aprofundadas as discussões sobre a programação dessas emissoras tomando como base as entrevistas realizadas com profissionais envolvidos. Serão discutidos a

presença da música independente em cada uma das rádios e os conceitos gerais da relação entre as emissoras e a música independente, a diversidade cultural nas suas programações, a relação com a comunidade, os processos e parcerias que são desenvolvidos para a consolidação desses conceitos em 24 horas de programação radiofônica.

2. Música independente

2.1 O termo

Neste trabalho proponho usar o termo *música independente* para abarcar uma série de manifestações musicais produzidas fora das estruturas das grandes empresas transnacionais de música conhecidas como grandes gravadoras ou *majors*. Nessa definição incluem-se: os selos e as gravadoras de pequeno e médio porte que não são subsidiárias dessas empresas, os artistas que trabalham de forma autônoma ou junto a um desses selos, as músicas (fonogramas) lançados por esses artistas e gravadoras, assim como outras iniciativas deste circuito cultural, como festivais, publicações e lojas que fomentam estes trabalhos.

Essa designação surge inicialmente nos EUA, em meados dos anos 1940, momento em que a indústria fonográfica se consolida em um modelo de grande concentração de mercado por parte das *majors* – grandes gravadoras transnacionais consolidadas a partir da fusão das primeiras empresas de disco no início do século XX. Surgem então pequenas e médias gravadoras locais, dedicadas a estilos musicais específicos - em sua maioria ligados à música afro-americana - e com um modo de produção menos industrial. Conhecidas como *indies* (abreviação de *independent*), essas gravadoras oxigenam o mercado e trazem revoluções musicais, como a disseminação do *rock 'n roll* e da *soul music*. No Brasil, a partir da década de 1970, com iniciativas como o disco *Feito em Casa* (1977), de Antônio Adolfo, o projeto Música de Bolso (1972), do jornal *O Pasquim* e outras iniciativas de artistas autônomos desvinculados das gravadoras, consolida-se o termo independente, transpondo o *indie* para a realidade do mercado musical nacional.

Para além de seu caráter objetivo – designar empresas fonográficas de pequeno e médio porte –, os termos *indie* e *independente* carregam uma série de marcadores estéticos e simbólicos ligados à diversidade cultural, liberdade criativa, inovação, empreendedorismo e recusa à indústria cultural massificada (Gatti, 2011). No entanto, a história dos selos e artistas independentes e sua inserção no mercado fonográfico dominado pelas *majors* é bem mais complexa e dotada de nuances: por um lado os independentes só existem como alternativa às *majors* e seu processo de concentração, por outro, desde o surgimento dos *indies* nos EUA, as grandes

empresas se aproveitam das inovações musicais geradas por essas gravadoras menores e diretamente conectadas com cenas musicais locais para oxigenar e valorizar um mercado que tendia à homogeneização por conta de suas estruturas industriais verticalizadas (Lopes, 1992). Desde a década de 1960 existe, para além da simples dualidade, uma simbiose entre os independentes e as grandes empresas de mídia, processo que se repetirá no Brasil a partir da década de 1980, alcançado através do domínio desses oligopólios sobre etapas importantes do mercado de discos, como a produção fabril, distribuição e marketing. Essa interdependência entre os independentes e as *majors*, definida pelo pesquisador Paul Lopes (1992) como sistema “aberto”, traz uma nova camada de análise para além do romantismo artesanal que o termo pode remeter. Nos anos 2000, com a digitalização da música e o fim da centralidade das mídias físicas (CD, LP, K7 etc.) no seu consumo, esse cenário comercial se embaralha, gerando oportunidades para a produção independente, aumentando sua fatia de mercado em uma nova lógica de negócios, na qual surgem novos intermediários de grande porte - as empresas de tecnologia e música digital – e onde as *majors*, após uma série de transformações e movimentações, ainda mantêm sua relevância cultural e comercial.

Portanto, compreender o que é música independente exige um mergulho na história do mercado da música e principalmente no mercado fonográfico, setor responsável pela produção e venda da música gravada (fonogramas) que se tornou o eixo principal da música popular mundial a partir da segunda metade do século XX. Também vale ressaltar que, apesar de termos como foco a produção independente no Brasil, essa análise é indissociável dos movimentos do mercado internacional e dos países centrais do capitalismo, com destaque para os EUA. Isso porque, desde as primeiras gravações em disco, na virada do século XX, a indústria fonográfica brasileira foi totalmente dependente, direta ou indiretamente, do capital internacional (De Marchi, 2016; Pinto, 2011; Vicente, 2006; Tinhorão, 1998). Apesar de sua relevância, sendo o 9º maior mercado no mundo (IFPI, 2023), a produção fonográfica brasileira sempre foi dominada por grandes empresas internacionais. As inovações, as crises e as movimentações dessas empresas em seus países de origem são fatores centrais nas transformações da música brasileira.

2.2 Antes da independência: impérios e colônias

A organização de um mercado musical é um fenômeno do século XIX. Nos EUA, maior mercado musical do mundo em 2022, este desenvolvimento se deu a partir de uma melhora na infraestrutura de transportes para a difusão de partituras e apresentações ao vivo (Nakano,2010). No Brasil, os primeiros registros de publicação de partituras são do período imperial, com a Estamparia de Música, em 1834 e a primeira editora de música, a Casa Filipone & Cia em 1846 (De Marchi, 2016):

Até o fim do século XIX, a única forma de comercializar a música popular era através da venda de partituras para piano, o que envolvia um complexo de interesses limitado: o do autor (isoladamente ou com parceiros, geralmente letristas), o do editor-impressor da música (reduzida a símbolos reproduzidos no papel) e dos fabricantes de instrumentos musicais, cujas vendas aumentavam à maneira que a música destinada ao lazer urbano se popularizava (Tinhorão, 1998 p.249).

Esta primeira forma de comércio musical, através das editoras de partituras, já se baseia em um aparato que continua fundamental no mercado da música: os direitos de autor. Mecanismo legal desenvolvido entre o século XVII e XVIII na Inglaterra como forma de balancear os interesses dos produtores de bens culturais e informacionais com seu interesse público (Leyshon, 2003), são os direitos autorais que implementam uma razão econômica na produção de bens tais quais a música, servindo de fomento à criatividade e à produção desses bens:

A propriedade intelectual é um mecanismo através do qual se concede o direito de negar o acesso a determinadas informações e bens culturais que estão sob sua tutela. Os direitos de propriedade possibilitam criar uma raridade artificial, facilitando a obtenção de lucro pelos titulares. No entanto, os direitos de propriedade intelectual são de natureza excepcional. Tome-se o caso, particularmente importante para a presente discussão, dos direitos autorais (De Marchi, 2016 p. 63).

A tecnologia que aumentaria a escala deste mercado é desenvolvida ao longo da segunda metade do século XIX, quando uma série de inventores registram patentes para aparatos de gravação e reprodução de sons em suportes físicos. Em 1887, Emile Berliner desenvolveu o gramofone, utilizando sulcos laterais que possibilitavam o registro em discos de goma-laca. Essa nova tecnologia tinha uma grande vantagem sobre suas concorrentes – como o fonógrafo de Thomas Edison que utilizava cilindros-, que era a possibilidade de gerar cópias em série através da prensagem dos discos utilizando uma matriz em metal.

Esta possibilidade permitiu que a fonografia, inicialmente utilizada para registros burocráticos, tivesse na música o carro-chefe de seu negócio. A complexidade do aparato necessário para essa reprodução física dos discos e as patentes dessas tecnologias ainda em vigência fizeram com que o nascente mercado fonográfico já se organizasse como um oligopólio:

Em pouco tempo, o mercado estadunidense ficou dividido entre três grandes empresas que detinham as principais patentes para explorar o mercado de gravações sonoras: a National Phonograph Company (de Edison), a Columbia Phonograph Company e a Victor Talking Machine (De Marchi, 2016 p.82).

Através de parcerias com essas grandes empresas, empreendedores estrangeiros foram responsáveis pela difusão do disco pelo mundo. Um desses aventureiros, o tcheco Frederico Figner, fundou em 1900 a primeira loja de discos no Brasil, a Casa Edison, que produziria os primeiros discos brasileiros dois anos depois, em parceria com a empresa alemã Zonophone. Figner arcava com a vinda de um técnico alemão e toda a estrutura para as gravações no Rio, as *masters* produzidas no Brasil eram enviadas para Europa, onde era feita sua replicação industrial. Os discos então atravessavam o atlântico novamente para serem vendidos na Casa Edison (Tinhorão, 1998; Vicente; De Marchi, 2014).

A partir da iniciativa de Figner em parceria com o capital europeu, surge em 1913 a primeira fábrica de discos da América Latina, a Odeon (Vicente; De Marchi, 2014). Na década seguinte, avanços tecnológicos como a gravação elétrica e a queda de patentes facilitaram a entrada de outras empresas internacionais no país. Entre 1928 e 1930, empresas como a Columbia, a RCA-Victor e a Brunswick abriram filiais no país. Boa parte dessas empreitadas contava com a parceria de empresários locais como Figner, no entanto, após disputas jurídicas o pioneiro tcheco-brasileiro acabou

sendo forçado a entregar a fábrica carioca ao controle direto da Odeon, um ano depois de sua aquisição pela inglesa EMI em 1931 (De Marchi, 2016).

A gravação elétrica também permitiu um aumento da fidelidade de áudio e modificou a performance dos artistas no estúdio a partir da introdução do microfone, permitindo aos cantores, por exemplo, desenvolver um outro estilo de canto com menos potência e maiores nuances. No bojo dessas inovações, o rádio comercial se consolidou nos EUA, oferecendo uma forma mais barata aos ouvintes de música, que não mais necessitavam comprar os discos (De Marchi, 2016; Pinto, 2011). As gravadoras, frente à queda na venda de fonogramas, moveram uma batalha judicial contra as emissoras de rádio, acusando-as de “pirataria”. No entanto, dado o poder político dessas emissoras, as estações de rádio garantem o direito de não pagar *royalties* pelas execuções musicais.

2.3 O domínio das *majors* e o surgimento das *indies*

Em meio às disputas com o rádio, a crise econômica de 1929 aumenta o declínio na venda de discos e essa crise na indústria leva a um processo de fusão entre gravadoras e empresas ligadas à radiodifusão:

Assim, à beira da falência, a Victor Talking Machine foi adquirida pela RCA, em 1929. Em 1932, no Reino Unido, as empresas Gramophone Company, Zonophone e Columbia inglesa fundiram-se para criar a Electric Musical Instruments (EMI). Na Alemanha, a Deutsche Gramophon juntou-se à Telefunken, em 1937, e ambas foram compradas pela Siemens, em 1941. Em 1938, a Columbia Broadcasting System adquiriu a Columbia estadunidense, originando a CBS Records. Tal movimentação de compra e venda entre empresas de comunicação, eletrodomésticos e cultura deu origem às grandes corporações fonográficas ou grandes gravadoras (*majors*, em inglês) (De Marchi, 2016, p.89).

Essa transformação das empresas de disco em grandes corporações impõe uma nova lógica de negócios verticalizada, racionalizada e com setores bem definidos, como o de Artistas e Repertório (A & R) e o de Pesquisa e Desenvolvimento (P & D) responsável por inovações tecnológicas nos processos de gravação, produção e reprodução que pudessem dar vantagem competitiva a essas empresas.

Neste período entre 1940 e 1950, a música gravada passa a ser a maior fonte de renda do mercado musical. A concentração do mercado de mídia (incluindo as rádios, os cinemas e posteriormente a TV) garante o predomínio das *majors* sobre a música popular nos EUA. Entre 1948 e 1955, apenas quatro empresas concentram mais de 70% do mercado; no entanto, a partir de meados dos anos 1950, essa concentração seria abalada por um novo fenômeno deste mercado: as gravadoras independentes (Nakano, 2010; Peterson; Berger, 1975; Garofalo, 1987).

Empresas de pequeno e médio porte, como a Atlantic, fundada em 1947, a Electra, fundada em 1950 e a Motown, de 1959, se aproveitam de um mercado consolidado, mas carente de inovação, e novas tecnologias, como a gravação em fita magnética, para ganhar uma fatia significativa das audiências. Essas empresas foram responsáveis por colocar no mercado, entre as décadas de 1950 e 1960, artistas de novos gêneros musicais – em sua maioria ligados à comunidade afro-americana – como o *rhythm and blues*, o *rock n' roll* e o *soul* (De Marchi, 2016; Nakano, 2010). Essa oxigenação promovida pelas gravadoras independentes faz cair a taxa de concentração do mercado pelas quatro maiores companhias fonográficas, conforme a metodologia proposta por Peterson e Berger (1975)³, de 74% em 1955 para 25% em 1962.

O avanço tecnológico nos processos de gravação e a popularização de novas mídias, como o rádio, a TV e o cinema, levaram a indústria fonográfica, dominada por corporações desde os anos 1930, ao domínio da cultura musical popular na década de 1940. Estes mesmos avanços técnicos, assim como o crescimento da venda e do consumo de discos aliados às limitações de um modelo corporativo verticalizado, abriram espaço para que empreendedores ligados a cenas musicais locais criassem empresas fonográficas de menor porte, com identidades musicais fortes que, a partir de então, ficaram conhecidas como *indies* (abreviação de *independent labels* – selos independentes), as quais foram responsáveis por renovar o cenário musical dos EUA,

³ Em seu clássico estudo sobre a concentração de mercados na música, Richard Peterson e David Berger (1975) propõem uma taxa de concentração (*concentration ratio*) calculada a partir da quantidade de músicas presentes no top 10 semanal da revista *Billboard* no agregado de um ano lançadas por cada selo. “Neste conjunto de dados, as taxas de concentração se referem à porção de posições no top dez semanal agregado em um ano. Portanto, as taxas de concentração refletem, mas não representam exatamente, a proporção do total de vendas de singles, execuções de rádio ou em juke boxes” do original “*In this data set, the concentration ratios refer to the portion of weekly top ten slots aggregated for a year. Thus concentration ratios reflect, but do not exactly represent the proportion of total single record sales, radio airplay or juke box performances.*” (Peterson, Berger, 1975, p.171). Tradução do autor.

com consequências em boa parte do mundo. No Brasil, um processo semelhante aconteceria, mas sob outro contexto e período, conforme será descrito a seguir.

2.4 TV, MPB e a consolidação da indústria do disco brasileira

No Brasil, até o final da década de 1950, apesar do sólido crescimento da indústria do disco local, o rádio ainda era o catalisador da produção musical e seus profissionais. Arranjadores e maestros, embora trabalhassem na gravação de discos e na produção de trilhas para o cinema, tinham o rádio como plataforma principal de suas carreiras. Uma nova tecnologia midiática tiraria do rádio essa centralidade e seria fundamental para um novo salto no crescimento da indústria do disco: a televisão (De Marchi, 2016).

A consolidação desse novo meio de comunicação, no qual os programas musicais dedicados ao público jovem eram um importante segmento, dá novo protagonismo à indústria do disco:

Ao contrário das emissoras de rádio, as de televisão entenderam que era mais eficaz realizar alianças estratégicas com as gravadoras, que se tornariam as gestoras das carreiras dos músicos.

(...) Os festivais da canção eram um interessante exemplo dessa nova aliança. Como eram competições entre composições inéditas, tais programas conseguiam concentrar audiência, revelar novos artistas e criar canções de sucesso, sem que as emissoras tivessem que contratar compositores e intérpretes (De Marchi, 2016, p.163).

Entres os anos 1960 e 70, disseminou-se o uso do termo *MPB* para definir um tipo de música urbana e cosmopolita, com forte conteúdo autoral, produzida por músicos intelectualizados, que se apropriavam dos ritmos brasileiros e internacionais sem compromisso direto com suas referências e dogmas. Consumida e produzida nas universidades, incensada pelos festivais da canção promovidos pelas emissoras de televisão e pela crítica especializada, a MPB consolida-se como um rótulo guarda-chuva para aquilo que seria a "música brasileira de qualidade" (Trotta, 2011), em oposição à música consumida pelas camadas populares, como o brega e o sertanejo:

A forte estratificação musical que se estabeleceu entre esses grandes segmentos do consumo musical brasileiro expressou-se nos meios de divulgação, num primeiro momento, através da relação entre a televisão e o rádio AM: programas populares da TV e a rádio AM divulgaram a música mais “popular”, enquanto as trilhas de novelas e programas especializados difundiam a música mais sofisticada da MPB e do rock brasileiro. A partir da consolidação do FM, na segunda metade dos anos 1970, essa estratificação se repetiu entre as duas faixas do dial, com o FM dedicando-se especialmente à música internacional e à MPB/ Rock nacional (Gambaro; Vicente; Ramos, 2018, p.37).

Neste período, em paralelo à sua industrialização e urbanização, o Brasil acompanhou um período de grande crescimento do mercado de bens simbólicos, com a produção de discos aumentando quase 10 vezes entre 1966 e 1979. Tal crescimento foi acompanhado da instalação de outras gravadoras estrangeiras no país, como a Philips (em 1960), a WEA, do grupo Warner (em 1976) e a Ariola (1979) (Vicente; De Marchi, 2014 pág. 162). Surge também nessa época, em 1969, a Som Livre, gravadora ligada à Rede Globo de Televisão - que pode ser considerada como uma *major* no contexto nacional - tendo como carro-chefe os discos com as trilhas sonoras de telenovelas (De Marchi, 2016, p.163).

Essa consolidação da indústria fonográfica com forte presença do capital estrangeiro – sendo a exceção nacional entre as grandes gravadoras a Som Livre do grupo Globo – se cristalizou em novas instituições e institutos legais. Em 1950 foi criada a Associação Brasileira de Produtores de Discos (ABPD) e em 1973 foi promulgada a lei 5.988 de direitos autorais que, entre outras inovações, criou o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD), responsável por centralizar a arrecadação e a distribuição dos *royalties* de direitos autorais. A gestão dessa entidade seria feita pelas sociedades de autores existentes desde o final da década de 1910, que tinham como objetivo a gestão e a arrecadação coletiva dos direitos autorais. O ECAD surge para centralizar essa arrecadação e é uma entidade marcante na indústria cultural brasileira até os dias de hoje (De Marchi, 2016).

2.5 Independente brasileiro, feito em casa

Desde o início da década de 1970, apesar deste predomínio do capital internacional, o Brasil já contava com gravadoras nacionais de pequeno e médio porte, como a Copacabana, a Discos Marcus Pereira, a Top Tape e a Tapeçar. Essas empresas atuavam explorando nichos de mercado como a música sertaneja (pela Copacabana) ou a música negra estadunidense e brasileira (no caso da Tapeçar) e sua atuação compunha o ecossistema dominado pelas *majors*, trazendo diversidade cultural e iniciativas inovadoras como, por exemplo, a série de discos de música regional produzidos pela Marcus Pereira.

Entre outros projetos da época que fugiam do domínio das *majors*, podemos destacar o *Disco de Bolso*, criado em 1972 pelo cantor Sérgio Ricardo, em conjunto com o jornal *O Pasquim*, produzindo compactos que eram vendidos nas bancas de jornal. O projeto teve apenas 2 edições, com um artista conhecido no lado A e um estreante no lado B (Leite, 2020, p.127). Também são dignas de nota iniciativas autônomas de artistas como *Paêbirú*, de Lula Cortes e Zé Ramalho, lançado pela Abrakadabra Produções Artísticas em 1972 (Vicente, 2006), e *Racional*, disco rejeitado pela RCA e lançado por Tim Maia através de seu próprio selo Seroma em 1975 (Vicente; De Marchi, 2014)

No entanto, o marco simbólico da música independente no Brasil foi o lançamento, em 1977, do disco *Feito em Casa* de Antônio Adolfo. (Pinto, 2011; Gatti, 2011, Vicente, 2006). Essa demarcação histórica, conforme propõe Eduardo Vicente (2006), se dá pelo fato de a iniciativa de Adolfo trazer à tona o termo e as discussões em torno de independência das grandes gravadoras, desde o título da obra, passando pela forma artesanal de produção e distribuição até debates e organizações em torno do tema da música independente que o músico fomentou.

O disco foi gravado em um estúdio caseiro e prensado sob encomenda de Adolfo em uma fábrica com o seu selo Artesanal. As capas eram produzidas uma a uma e a distribuição era feita por ele mesmo, viajando pelo do Brasil e levando as caixas de discos aos lojistas (Pinto, 2011; Vicente, 2006). Adolfo, além de incorporar um espírito independente no próprio título e da sua forma de produção e distribuição, aproveitou essa iniciativa para pôr essa forma de produção em pauta:

Janeiro (liderada por Chico Mário) e da atuação de diversos nomes ligados a esses polos, que a expressão “independente” passou a fazer parte dos discursos de artistas e das manchetes jornais, com o termo sendo utilizado como sinônimo de “qualidade artística” e “autonomia criativa”, em oposição a alguma produção musical mais “massificada” e “alienada” estética e politicamente falando (Vicente; De Marchi, 2014, p.20).

De certa forma, essa definição traz um caráter político ao termo, em comparação, por exemplo, com a forma como Peterson e Berger (1975), Garofalo (1987) e Lopes (1992) enxergam o fenômeno das gravadoras *indies* estadunidenses e inglesas: apesar do destaque à liberdade artística e à inventividade, o caráter empreendedor dessas iniciativas é levado muito mais em conta do que sua atitude política de oposição à indústria cultural.

Em 1979, *Boca Livre*, do grupo de mesmo nome, é lançado de forma independente, conseguindo “ultrapassar as 100.000 cópias vendidas, tornando-se o maior sucesso desse tipo de produção alternativa” (De Marchi, 2016, p.175). Já na virada para os anos 1980, pequenas gravadoras surgiram, como a Kuarup (RJ), a Bemol (MG) e a Som da Gente (SP) (Vicente, 2006; Gatti, 2017), pleiteando para si a independência como símbolo de inovação e liberdade criativa. Neste período, a independência surge como uma necessidade para artistas com “menor apelo comercial” na visão das *majors*. A crise econômica do final dos anos 1970, causada pelos choques do petróleo (matéria-prima dos discos de vinil), levou a um enxugamento dos *castings* da indústria fonográfica, que passou a evitar riscos e focar em artistas e gêneros com vendas mais garantidas:

...a indústria aumenta sua seletividade, racionaliza sua atuação, reduz seus elencos e, nesse processo, tende a marginalizar artistas menos imbuídos de sua lógica ou não classificáveis dentro dos segmentos de mercado que passa a privilegiar (Vicente, 2006, p.4).

Na cidade de São Paulo, uma experiência muito representativa dessa dinâmica surgiu em torno do Centro Cultural Lira Paulista. Inaugurado em 1979, o Lira foi desenvolvido para conectar um público ligado às universidades, com baixo poder aquisitivo, mas interessado em arte e comportamento de vanguarda à uma produção artística emergente, inventiva e marginal. (Vicente, 2006). Em 1980, o Lira Paulista lançou seu primeiro disco *Beleleu, Leleu, Eu*, de Itamar Assumpção, e em 1982 o selo

independente assinou um acordo com a *major* Continental, com o objetivo de potencializar a distribuição dos discos. Para além dos discos do selo Lira Paulistana, os artistas que se apresentavam no teatro homônimo lançaram uma série de álbuns de maneira independente, como é o caso de *Clara Crocodilo* (1980) de Arrigo Barnabé, o segundo disco de Itamar Assumpção, *Às próprias custas S/A* (1982) e o disco homônimo do Premeditando o Breque em 1981. Essa cena aglutinada em torno do Lira Paulistana, que fecharia suas portas em 1986, ficou conhecida como Vanguarda Paulistana e a independência dos seus artistas era parte fundamental do seu discurso estético (Gatti, 2017).

2.6 Financeirização, terceirização e o sistema aberto

O final dos anos 1970, especialmente durante uma severa crise na venda de discos entre 1979 e 1983, gerou um novo movimento de concentração do mercado fonográfico estadunidense. Durante esta crise, aconteceu um processo de aquisição das independentes pelas *majors*, conformando aquilo que Paul Lopes (1992) denomina de sistema “aberto”, em oposição ao sistema “fechado” verticalizado em que a gravadora controla todas as etapas da produção. Este sistema “aberto” foi adotado pelas empresas desde o final dos anos 1960 e “incorpora ou estabelece uma série de divisões de selos semiautônomas dentro de cada companhia, que então estabelecem ligações com selos independentes menores e produtores fonográficos independentes” (Lopes, 1992, p.57). As gravadoras parceiras ou subsidiárias mantêm sua independência na produção dos fonogramas e departamentos de artistas e repertório (A&R), enquanto as *majors* controlam a produção fabril, as redes de distribuição e os meios de divulgação (em rádio, TV e mídias impressas). Em certo ponto, esses grandes conglomerados deixam de ser empresas produtoras de discos em um sentido verticalizado, para serem financiadores de uma série de selos “independentes” parceiros e subsidiários criados para atender mercados específicos.

Os movimentos comerciais da Warner, após adquirir a Reprise em 1963, representam bem esse processo: a *major*

...expandiu seu portfólio ainda mais incorporando como divisões os bem-sucedidos selos independentes Atlantic (1967) e Elektra (1969). Nos anos 1970 WCI incorporou outros bem-sucedidos selos independentes como a Asylum (1973) e Island (1977). Essas divisões independentes também estabeleceram ligações com selos independentes menores como

Capricorn/Warner e Swan Song/Atlantic nos anos 1970 e a Slash/Warner, Ruthless/Atlantic, e Delicious Vinyl/Island nos anos 1980. Ligações também foram estabelecidas com artistas e produtores independentes como Quincy Jones (QWest), Prince (Paisley Park), e o mais famoso e bem-sucedido produtor independente dos anos 1980, David Geffen (Geffen)⁴ (Lopes, 1992 p.62).

Essa nova configuração de concentração sem centralização garante às quatro maiores empresas fonográficas uma fatia de 4/5 do mercado no fim da década de 1980 (Lopes, 1992). O sistema aberto permite que uma indústria altamente concentrada tenha um alto nível de capilaridade, diversidade, inovação e flexibilidade, podendo absorver novos artistas e movimentos musicais revelados pelo mercado independente (Garofalo, 1987). Por outro lado, estabelece tal simbiose entre as *majors* e as *indies* que embaralha as definições entre esses dois mercados.

Os anos 1980 também ficam marcados pela financeirização dessas grandes gravadoras, sendo que parte delas passam a ser compradas ou fundidas com corporações de outros segmentos, o que leva a uma maior racionalização de seus investimentos:

...toda aquisição foi seguida de alguma “reestruturação” das gravadoras, significando o corte de funcionários especializados e a fusão do staff das gravadoras com o das corporações mestras (notadamente, os setores judiciário, financeiro e administrativo). Finalmente, disso decorre um movimento de externalização da cadeia produtiva (terceirização) antes integrada ao corpo das gravadoras, o que desmantelou a integração vertical praticada por essas empresas e que lhes concedia o controle direto sobre a produção, distribuição e consumo de seus bens e serviços (De Marchi, 2016, p.104).

⁴Do original “expanded its portfolio even further by incorporating as divisions the successful independent labels Atlantic (1967) and Elektra (1969). In the 1970s, WCI incorporated other successful independents such as Asylum (1973) and Island (1977). These independent divisions in the 1970s and 1980s also established links with smaller independent labels, such as Capricorn/Warner and Swan Song/Atlantic in the 1970s and Slash/Warner, Ruthless/Atlantic, and Delicious Vinyl/Island in the 1980s. Links were also established with independent artists and producers, such as Quincy Jones (QWest), Prince (Paisley Park), and the most famous and successful independent producer of the 1980s, David Geffen (Geffen).” Tradução do autor.

2.7 Digitalização, CD e redução de custos

Nas décadas finais do século XX, um novo conjunto de tecnologias altera o paradigma da produção fonográfica devido à digitalização do áudio. A primeira mudança de mercado decorrente dessa nova forma de manipular e registrar sons – que desde a criação do fonógrafo era unicamente analógica⁵ - foi a introdução do CD, em 1983, por meio de uma parceria entre a Philips e a Sony que garantiu sua consolidação como principal mídia nos anos 1990 (De Marchi, 2016).

A substituição dos discos e fitas pelo CD – mídia com menor custo de produção, distribuição e armazenagem, porém com o mesmo preço final ao consumidor - nas lojas proporcionou às *majors* um faturamento recorde de 39 bilhões de dólares em 1996 (Pinto, 2011). No entanto a transformação do áudio em arquivos digitais permitia cópias idênticas e infinitas dos fonogramas a um custo relativamente baixo. Essa replicação viabilizou, por exemplo, o desenvolvimento de um mercado internacional de CDs “piratas” que seria duramente combatido pela Federação Internacional da Indústria Fonográfica – IFPI (Midani, 2008).

Outro processo diretamente impactado pela digitalização do áudio foi o da própria produção dos fonogramas. A partir dessas novas tecnologias, boa parte dos processos de gravação, manipulação e mixagem que demandavam equipamentos caros e volumosos – como mesas de som, gravadores de fita, periféricos e instrumentos eletrônicos – puderam ser realizados através de computadores pessoais:

O uso dos computadores pessoais determinou expressiva queda nos investimentos, que passaram a ser acessíveis não só a empresas, como também para indivíduos, permitindo, por exemplo, que os próprios artistas e produtores montassem pequenos estúdios de gravação, os chamados

⁵ Chamamos de analógicos sistemas e tecnologias que funcionam com sinais analógicos, ou seja, uma informação sonora (ondas mecânicas que se propagam pelo ar) pode ser transformada em uma marca (ou sulco) ou uma variação de tensão (em volts) análogas a onda sonora geradora, para então ser registrada em um material (como o vinil ou fita magnética) ou amplificada para um alto-falante. Já nos sistemas digitais, não existe essa conexão direta entre o sinal sonoro e a informação digital, esta é formada por um conjunto de *bits* (informações binárias de 0 ou 1) através de um processo de *sampling* (amostragem) que codifica a onda sonora em informações numéricas. Essa diferença de natureza dos sinais se reflete em suas possibilidades. Por exemplo, o sinal digital, por ser formado por um conjunto de informações numéricas, pode ser copiado *ad infinitum* sem nenhuma perda, ao que os sinais analógicos apresentam variações e perdas de fidelidade nos processos de cópias (de um disco para uma fita, de uma fita para outra fita, por exemplo).

bedroom studios (Alexander, 1994; Hesmondhalgh, 1998), e passassem a gravar com qualidade aceitável para o mercado. A tecnologia digital foi, para a indústria fonográfica, redutora de escala, criando possibilidades técnicas de baixo custo, baixo volume e alta qualidade (Alexandre, 1994). A consequência foi uma nova onda de surgimento de estúdios e gravadoras independentes (Nakano, 2010, p.631).

Essa redução drástica dos custos de produção associada à já citada redução dos custos e terceirização da indústria fonográfica decorrente de sua financeirização conforma o mercado brasileiro em um sistema “aberto”, tal qual o fenômeno descrito por Lopes (1992) nos EUA. No início dos anos 1990, com a crise da era Collor, *majors* passam a fechar seus estúdios no Brasil e a terceirizar sua produção para estúdios e produtores musicais “autônomos” (Vicente, 2006; Pinto, 2011):

Para efeito de comparação, a montagem do estúdio Eldorado em 1971, considerado um dos mais modernos da América Latina, exigiu um montante de US\$ 750.000,00. Para a montagem de um estúdio nos mesmos moldes — e não especificações —, em meados da década de 90, essa quantia cai para US\$ 50.000,00. Atualmente, é possível ter esses equipamentos por US\$ 20.000,00. Portanto, enquanto nos anos 1970, apenas seis estúdios atendiam praticamente a toda demanda do Estado de São Paulo, em 1992, somente a região de Campinas já contava com 12 estúdios de gravação (GPOPAL, 2009, p.26).

Esse processo de terceirização faz surgir pequenos selos subsidiários dessas grandes gravadoras, que também estabeleceram parcerias de distribuição e financiamento com as gravadoras independentes em atividade no país:

Foram várias as indies que passaram a manter ou foram criadas a partir de relacionamentos com *majors*. Os contratos de distribuição eram – devido às dificuldades que essa área apresentava para as empresas menores – os mais freqüentes: a Caju Music e a Excelente Discos contavam com a distribuição da PolyGram; a Rock It, Radical, MP,B e Natasha tinham seus discos prensados e distribuídos pela EMI; a Warner cuidava da distribuição da Zimbabwe, etc. Brian Butler, da Excelente, explicava inclusive que a Polygram, ao distribuir seus discos, acabava usando o selo como ‘laboratório’ de novas tendências (Vicente, 2006, p. 10).

Com a terceirização da produção, os técnicos e produtores que eram funcionários das gravadoras tornam-se empresários, donos de estúdios e pequenos selos, enquanto as *majors* continuam a controlar a produção industrial e a distribuição dos discos, fitas e CDs, concentrando investimentos nos artistas com vendagem garantida. Nomes representativos desse período, como os Racionais MC's, Raimundos e Sepultura, foram lançados por selos independentes – Zimbabwe, Banguela e Cogumelo, respectivamente – e mesmo grandes artistas das décadas anteriores, como Tim Maia, Guinga e Quarteto em Cy, passaram a produzir de forma autônoma os seus trabalhos (De Marchi, 2016; Pinto, 2011). Neste cenário, o artista emergente é obrigado a ser independente, mesmo que isso seja uma etapa para chegar a uma grande gravadora:

Assim, se a produção independente tinha sido encarada nos anos 80 como alternativa ao ingresso do artista na grande gravadora, capaz de garantir uma maior autonomia para a sua criação, ela agora surgia como a única via de acesso às majors – espaço para que ele demonstre sua viabilidade comercial, adequação ao gosto do público e à lógica do mercado (Vicente, 2006, p.11).

Esse ambiente de “profissionalização” do mercado independente e de altos faturamentos da indústria fonográfica provoca, a partir de meados dos anos 1990, o surgimento de grandes gravadoras independentes de capital nacional, das quais as mais representativas foram a Biscoito Fino (a única ainda em atividade), a Trama e a Abril Music.

2.8 P2P, compartilhamento, pirataria e a vingança da digitalização

Conforme descrito, as modificações nas tecnologias de gravação, manipulação e difusão musical impulsionaram diversas mudanças mercadológicas e culturais em pouco mais de cem anos do mercado fonográfico. Ao longo deste tempo, houve uma tendência de concentração, monopolização e internacionalização, no qual o surgimento do mercado independente foi um contraponto surgido a partir das lógicas desta indústria e, em certa maneira, absorvido por essa própria lógica. A concentração

de mercado se baseou principalmente no controle de certas etapas produtivas devido ao seu alto custo e complexidade técnica. Gravação, finalização, replicação, distribuição e divulgação dos fonogramas demandavam, ao longo de boa parte do século XX, equipamentos caros, profissionais altamente especializados, capacidade industrial, articulações com conglomerados de mídia e capilaridade logística das quais as *majors* dispunham, inviabilizando a competitividade por parte das pequenas gravadoras e artistas independentes.

Apesar de algumas tecnologias de gravação e execução com baixo custo, como a fita cassete (lançada pela Phillips em 1963), já apontarem possibilidades caseiras para o registro fonográfico⁶, foi a digitalização do som que permitiu uma drástica redução de custo e estrutura em todos esses processos, de uma forma que garantisse a qualidade sonora e a escala consolidada pela indústria nas décadas anteriores.

Essa redução de custos se dá, em parte, pela "desmaterialização" dos registros sonoros. O áudio digital, apesar de ainda prescindir de alguma mídia para seu registro (sejam HDs, CDs ou outros tipos de memórias digitais), pode ser replicado infinitamente, de forma idêntica, de um suporte para o outro (sem as perdas ou alterações características dos processos analógicos), processado de forma "virtual" e "transportado" tanto através de mídias como CDs quanto através dos cabos e frequências eletromagnéticas da rede mundial de computadores.

Foi o surgimento da internet comercial, a partir da segunda metade dos anos 1990, que permitiu a replicação e compartilhamento desses arquivos de áudio entre usuários da rede. O desenvolvimento do formato MP3, que reduziu o tamanho (digital), dos arquivos foi fundamental para viabilizar essas trocas, dada as velocidades limitadas para o tráfego de dados na internet, principalmente nesta época.

O protocolo de compressão de áudio MPEG Audio Layer 3, mais conhecido como MP3, surgiu em 1992 como uma das consequências do trabalho dos Moving Picture Experts Groups (MPEGs), que foram criados em 1988 pela ISO (International Association of Standardization) para definir novos padrões de digitalização de áudio e vídeo. Ele permitiu a digitalização de áudio em arquivos até 16 vezes menores do que os obtidos com o WAV, o formato

⁶ Nos EUA, os possíveis prejuízos causados pela pirataria através de fitas cassete eram amortizados por uma taxa cobrada sobre a venda de mídias virgens, prevista na lei conhecida como "Home Taping Bill" (GAROFALO, 1987, pp. 87-88).

anteriormente utilizado (nos compact discs) (Vicente, 2010, p.11 apud Pinto, 2011, p.111).

O MP3 reduziu o tamanho dos arquivos digitais de áudio, viabilizando uma replicação mais rápida pela internet. No entanto esse compartilhamento de arquivos ainda era muito complicado e restrito a usuários com conhecimento de tecnologias, sendo feitos principalmente por meio de redes IRC⁷. O desenvolvimento dos *softwares* de compartilhamento de arquivo P2P (*peer to peer* ou par a par), como o *Napster*, popularizou a troca de arquivos musicais. Esse *software*, que seria o símbolo das discussões sobre compartilhamento de música e "pirataria", foi lançado em 1999 pelo estudante universitário Shaun Fanning e o investidor Sean Parker em meio à explosão dos negócios e *startups* baseados na internet (a chamada bolha *dot com*). O *Napster* catalogava os arquivos disponibilizados para compartilhamento por seus usuários e conectava esses usuários para que trocassem os arquivos entre si (principalmente MP3) sem passar pelos servidores da empresa. O programa foi um sucesso instantâneo e em dois anos acumulava 60 milhões de usuários, que trocavam arquivos de forma livre, sem nenhum tipo de pagamento de *royalties* ou direitos autorais (o modelo de negócio do *Napster* era baseado em anúncios no *software*).

Essa possibilidade gerou um alerta em toda a indústria fonográfica e a RIAA (Recording Industry Association of America - Associação Americana da Indústria de Gravação) moveu um processo por violações de direitos autorais por parte do *Napster*. A empresa foi obrigada a retirar de seu sistema todos os arquivos com direitos de autor e com isso o número de usuários declinou vertiginosamente. No entanto, durante esse processo, o *Napster* acabou sendo comprado pela BMG e transformado em um serviço pago de *download* de músicas a partir do catálogo da gravadora (Leyshon, 2003).

O caso do *Napster* traz a pirataria para o centro das discussões. Esse assunto não era novidade no mercado da música, e a vitória judicial do RIAA não encerrou as disputas simbólicas e comerciais a respeito da troca de arquivos musicais. Apesar de tecnologias como as fitas cassete terem facilitado a cópia não autorizada de música, a necessidade de uma mídia física permitia um maior controle da indústria, tanto através de taxas sobre o custo das mídias virgens como por meio da fiscalização dos copiadores e pontos de venda (Garofalo, 1987). Os arquivos de MP3 que circulam

⁷ Internet relay chat, sistema de bate-papo *online* que permitia a troca de arquivos, criado no final dos anos 1980.

pela internet não possuem essa materialidade, tanto que logo após o fechamento do *Napster* diversos outros *softwares* e sistemas – com tecnologias que dificultavam cada vez mais o rastreamento das trocas e a responsabilização de seus desenvolvedores pelas violações de direitos que essas trocas poderiam gerar – surgiram para atender os consumidores de música, que presenciavam uma nova era no acesso aos fonogramas, podendo ouvir uma variedade muito maior de artistas sem depender dos preços ou dos catálogos estabelecidos pela indústria fonográfica (Nakano, 2010; Leyshon, 2003). Os resultados dessas novas possibilidades foram trágicos para a indústria, com uma queda nas vendas de grandes proporções: "entre 2000 e 2010, o mercado internacional de discos físicos encolheu 61,48%" (De Marchi, 2020, p.227). O mesmo movimento se registrou no Brasil:

O chamado clube do milhão, formado por artistas campeões de vendas – inclusive alguns membros desde os anos 70, como Roberto Carlos –, ficou cada vez mais seletivo até finalmente fechar as portas. Em 2004, só um CD, Leonardo canta grandes sucessos, do cantor sertanejo, vendeu mais de meio milhão de cópias no Brasil (Kischinhevsky, 2006, p.4).

A experiência prática desses usuários que compartilhavam suas músicas trazia uma contradição entre o acesso à arte e cultura produzida por uma humanidade cada vez mais conectada e o faturamento necessário para sustentar um mercado de música internacionalizado e concentrado. Conforme já disposto, os direitos de autor estabelecem uma escassez virtual para garantir a cobrança e financiar o trabalho necessário para produzir bens culturais como as músicas. No vocabulário da indústria, aqueles que violam esses direitos cometem pirataria, termo que Richard Stallman, criador do movimento *software* livre analisa de forma bem-humorada:

O termo 'pirata' é pura propaganda. Quando as pessoas me perguntam o que eu acho sobre a pirataria na música digo 'Até onde eu sei, quando os piratas atacam eles não fazem isso tocando mal seus instrumentos, eles fazem com armas. Então não é 'pirataria' musical porque pirataria é atacar embarcações e compartilhar [música] é o mais moralmente distante que você pode chegar de atacar embarcações. Atacar embarcações é ruim, compartilhar com outras

peçoas é bom, então nós devemos denunciar a propaganda no termo 'pirataria' toda vez que o ouvimos ⁸(Stallman, 2001, s/p).

Para além das discussões éticas e jurídicas acerca da "pirataria", serviços como o *Napster* fragilizaram um aspecto fundamental do modelo de negócio da música estabelecido durante todo o século XX: o controle sobre os direitos de autor. A indústria fonográfica, associada às empresas de tecnologia, acabaria por encontrar novas soluções para gerar renda com a música gravada, mas antes que esses novos modelos se estabelecessem, essas novas possibilidades de distribuição musical que aterrorizavam as *majors* apresentariam um caminho bastante promissor para a música independente.

2.9 A música gratuita como oportunidade para os *indies* e o fim da predominância da música gravada sobre as rendas do mercado

Enquanto o mercado da música no século XXI parecia marcado pelas disputas em torno do compartilhamento de arquivos MP3 e a violação dos direitos autorais, alguns artistas viram nesse livre compartilhamento uma janela de oportunidade para maior divulgação de suas músicas. Para os independentes, a internet e o MP3 poderiam ser uma forma de distribuição que substituiria as fábricas e redes logísticas dominadas pelas *majors*, rumo a uma maior independência e ampliação das audiências.

Com o desenvolvimento das redes sociais como o *myspace*, fundado em 2003, a internet passou a ser ao mesmo tempo um meio de divulgação e de distribuição da música (Kischinhevsky, 2006). Ao longo dos anos 2000, artistas e selos foram desenvolvendo formas para distribuir suas músicas gratuitamente através da internet,

⁸ "The term "pirate" is pure propaganda. When people ask me what I think of music piracy, I say "As far as I know, when pirates attack they don't do it by playing instruments badly, they do it with arms. So it's not music "piracy," because piracy is attacking ships, and sharing is as far as you get from being the moral equivalent of attacking ships." Attacking ships is bad, sharing with other people is good, so we should firmly denounce that propaganda term "piracy" whenever we hear it. " Tradução do autor

como forma de ampliar seu público e, a partir disso, obter rendimentos de outras maneiras que não viessem da venda de álbuns:

Uma das características distintivas do atual momento de transformação da indústria da música reside em que os fonogramas perdem valor como produto, enquanto os concertos ao vivo se convertem na principal fonte de renda para os artistas. Desde o surgimento dos programas P2P, tornou-se claro que os consumidores de conteúdos digitais demandam acesso a grandes quantidades de arquivo pelo menor preço e esforço possível, mas se dispõem a pagar quantias consideráveis de dinheiro por experiências únicas (De Marchi, 2016, p.229).

O compartilhamento de música digital e as possibilidades de comunicação permitidas pela internet ofereceram opções de distribuição e divulgação - etapas antes dominadas pelas *majors* – aos independentes, que não mais necessitavam das parcerias e interdependências criadas estabelecidas no sistema "aberto":

Os novos artistas distribuem seus álbuns gratuitamente em seus sites pessoais ou por meio de redes sociais e retomam o discurso de liberdade de criação presente no fenômeno da música independente, inaugurado nos anos 1980. Se, de um lado, a internet permite novos modos de produção musical fora dos moldes tradicionais, libertando o artista dos conflitos por liberdade de criação com as grandes gravadoras, por outro lado, a produção independente implica em novas contingências. A sobrevivência material dos artistas depende de outros agentes e novas práticas, como o financiamento por empresas privadas via Lei Rouanet, marketing nas redes sociais, associação com outros artistas, bilheteria e assessoria de imprensa. Ao papel do artista se soma a atuação como uma espécie de microempreendedor de sua própria imagem (Gatti, 2017, p.107).

Esta nova configuração de mercado fortalece gravadoras nacionais de médio porte, como as já citadas Biscoito Fino e Trama, assim como a Deckdisc (fundada em 1998 em associação com a Universal, tornando-se totalmente independente em 2001) e outras empresas dedicadas a nichos de mercado como o *funk* (Furacão 2000), instrumental (Visom) ou o forró (SomZoom e MD Music) (Vicente, 2006):

Essa reorganização do setor independente, depois de décadas de predomínio quase absoluto das *majors* multinacionais, ficaria marcada pela criação da Associação Brasileira da Música Independente (ABMI), em São Paulo, no ano de 2001 (Vicente; De Marchi, 2014, p.25).

Junto dessas novas possibilidades empresariais, esse contexto exigiu uma nova postura por parte dos artistas. Se, desde a implementação do “sistema aberto”, já era pequena a quantidade de artistas contratados por gravadoras que detinham estabilidade, recursos para produção dos discos e uma estrutura de divulgação e distribuição, a partir do século XXI a grande maioria dos artistas e grupos passam a se comportar como uma empresa. Seja através de recursos próprios, seguindo a filosofia do *Do It Yourself* (faça você mesmo), seja com o apoio de empresas e coletivos, estes passam a ter controle direto sobre a gestão de sua carreira (Gatti, 2017). Os selos independentes atuam como um desses parceiros, assim como estúdios, agências de *marketing*, editoras, produtoras de *shows*, entre outros:

Este tipo de artista representa um avanço na forma de ser “artista independente”, pois, pela primeira vez na história da música, os músicos podem controlar todo o processo de produção de música, desde a gravação até a promoção, passando pela distribuição e venda de CDs, sem a necessidade de estar vinculado a uma grande gravadora ou a uma grande distribuidora (Pinto, 2011, p.136).

2.10 A busca pela remuneração *online*

Como disposto acima, a mesma tecnologia que derrubou o faturamento das *majors* deu espaço para um grande desenvolvimento da produção fonográfica independente, permitindo novas relações entre os ouvintes e a música. No entanto, tanto o crescente mercado independente quanto os grandes conglomerados internacionais em crise passaram a primeira década do século XXI buscando desenvolver maneiras de gerar dinheiro através da música digital na internet.

Boa parte das primeiras iniciativas se baseavam na venda dos fonogramas, cobrando por *download* dos arquivos digitais, utilizando ou não tecnologias que limitavam a sua cópia. Essa compra remunerava o artista e os intermediários de uma maneira semelhante ao que já acontecia no mercado fonográfico tradicional. As

gravadoras inicialmente apostaram em lojas virtuais: “a Universal Music Group e a Sony Music Group lançaram a MusicNet, a Warner e a EMI desenvolveram a plataforma Pressplay, enquanto a BMG comprou o Napster” (De Marchi, 2016 pág. 124). Foi a iTunes Store, fundada em 2003 pela gigante da tecnologia Apple, o primeiro desses serviços a se popularizar - muito alavancado pelo aparelho tocador *iPod*, da mesma empresa (De Marchi, 2020). Uma experiência interessante nesse sentido se deu quando a banda inglesa Radiohead lançou seu disco *In Rainbows* digitalmente em seu *site* em 2007, permitindo aos consumidores que pagassem o valor que desejassem pelo seu *download* e fomentando uma discussão sobre o preço da música digital. Hoje, plataformas como o *Bandcamp*, criado em 2008, permitem a audição gratuita e cobram pelo *download*, sendo muito utilizados por artistas independentes que possuem uma base de ouvintes fiéis interessados em remunerá-los diretamente, sendo que a plataforma recolhe uma taxa entre 15% e 10% dessas transações para fazer o *download* de suas músicas. Em 2021, esse mercado de *downloads* representou 3.2% dos faturamentos da indústria fonográfica mundial, arrecadando um total de 839 milhões de dólares (IFPI, 2022). No Brasil foram arrecadados R\$ 2.840.000,00 em *downloads* pagos no mesmo ano, uma queda de 26% em relação ao ano anterior (PROMUSICA, 2022).

Outra forma explorada pelas gravadoras foi a venda dos fonogramas associados a outros produtos. O mercado de telefonia móvel que, com o desenvolvimento dos *smartphones* e das redes de internet seria fundamental na consolidação do modelo baseado no acesso, realizou uma série de parcerias de modo a disponibilizar músicas como um atrativo para a venda de celulares e/ou serviços de telefonia celular. Um dos principais exemplos foi o serviço *Nokia comes with music*, da fabricante de telefones móveis Nokia, que oferecia um catálogo de músicas para *download* legal e teve no Brasil o seu mercado de maior sucesso, até seu encerramento em 2009 (Kischinhevsky; Herschmann, 2011). Outra estratégia explorada foi a venda de celulares que já vinham com o conteúdo de um artista, como as ações promovidas pela Sony Music que fornecia conteúdos de artistas como NX Zero e Jota Quest nos celulares da Sony Ericsson (Pinto, 2011, pp.152-153).

Essas ações, nas quais a música e o artistas são utilizados para vender um segundo produto ou uma marca, fizeram parte da diversificação das rendas da indústria fonográfica, que incluem o crescimento no licenciamento para jogos, filmes,

séries e outros produtos audiovisuais, além de uma presença crescente da publicidade, com cada vez mais marcas financiando projetos musicais, videoclipes e associando seus produtos a artistas. Além disso, como já citado, o mercado da música ao vivo voltou a ter protagonismo na renda advinda da música.

Em 2008, o mercado ao vivo teve um crescimento de 10%, movimentando cerca de US\$ 25 bilhões, entre venda de ingressos, publicidade e direitos de imagem. Além disso, se é verdade que até bem pouco tempo os músicos conseguiam dois terços de sua receita através da venda de fonogramas – o terço restante era obtido através de shows e publicidade/merchandising –, é preciso ressaltar que atualmente esta proporção se inverteu. Cientes deste fato, as gravadoras vêm buscando abocanhar este mercado: passaram a adotar, como medida compensatória às suas perdas, alterações dos contratos que impõem aos artistas, prevendo, entre outras coisas, participação nas bilheterias (Kischinhevsky; Herschmann, 2011, p.9).

Neste sentido, as grandes gravadoras passaram a adotar, com alguns artistas, um tipo de contrato conhecido como “360 graus”, nos quais "a indústria tem muito mais controle sobre a— e receitas advindas da — exploração da imagem, da carreira e até dos shows ao vivo dos artistas; em troca, supostamente, de mais investimentos nesses setores" (Pinto, 2011, p.148).

Apesar dos desafios da digitalização, o mercado musical do século XXI continua tendo como base o direito autoral e, após o caso *Napster*, a indústria fonográfica continuou uma batalha midiática e jurídica para garantir que a música que circula na internet fosse passível de cobrança de *royalties*:

Desde a aprovação do Digital Millennium Copyright Act pelo governo norte-americano, em 1998, materializou-se uma perspectiva que propunha expandir ao ambiente digital o regime de direitos autorais conforme consagrado ao longo do século XX. Apesar de polêmica, tal proposta foi ratificada nos tribunais com os julgamentos realizados desde o caso *Napster* (Kischinhevsky; Vicente; De Marchi, 2015, p.306).

No Brasil, um marco dessa regulação foi o acordo, em 2010, entre a plataforma de vídeos Youtube e o ECAD⁹ “estabelecendo uma fórmula para que o site pudesse realizar o pagamento pelos vídeos protegidos por direitos autorais no Brasil” (Vicente; De Marchi, 2014, p.31). Este acordo já apresenta características do modelo que se estabeleceria a partir da segunda década do século XXI, onde o foco passa da posse do fonograma, como é o caso da compra de discos ou do *download* legal de arquivos, para o acesso, em que o usuário não precisa possuir a mídia ou o arquivo para ouvi-lo, modelo que tem como mercado mais representativo o das chamadas plataformas de *streaming*.

2.11 O modelo baseado em acesso

Apesar do sucesso relativo das lojas de música digital, como a Itunes, e da diversificação econômica das gravadoras - que a partir de 2010 passam a se autodenominar empresas de música (*music companies*, no lugar de *record companies*) (Pinto, 2011, Kischinhevsky; Herschmann, 2011; IFPI, 2010), foi o modelo baseado no acesso que permitiu a retomada do crescimento do faturamento global da indústria.

O ano de 2015 constituiu um marco na reconfiguração dos mercados de mídia sonora em nível global. De acordo com pesquisa realizada pela consultoria Ipsos nos 13 principais mercados nacionais de música pela primeira vez, a maioria (51%) dos consumidores acessa serviços de streaming para escutar arquivos musicais – desse universo, 35% recorrem a serviços gratuitos e 16% são assinantes e pagam mensalidades (IFPI, 2015). De fato, o Digital Music Report 2015, da International Federation of Phonographic Industry, destaca, logo no texto de apresentação, o “desejo do consumidor por acesso a música, mais do que por sua propriedade” (IFPI, 2015, p. 5) (Vicente; Kischinhevsky; De Marchi, 2018, p.27).

Neste período, entre 2014 e 2015, as paradas de sucesso de diversos países, inclusive EUA e Reino Unido, passaram a considerar as audições em plataformas de *streaming* como a referência para contabilizar os álbuns mais vendidos (Vicente;

⁹ Escritório Central de Arrecadação e Distribuição, entidade responsável por centralizar a coleta e repasse de direitos autorais no Brasil <<https://www.4.ecad.org.br/>>

Kischinhevsky; De Marchi, 2018). Nesses serviços, também conhecidos como rádios sociais, os usuários ouvem as músicas a partir do *site* ou de aplicativos (*mobile* e *desktop*) das plataformas, sem necessariamente "possuírem" ou baixarem os arquivos, embora serviços pagos possam oferecer *downloads* para audição desconectada da internet através do aplicativo. A remuneração dos detentores dos direitos autorais se baseia na quantidade de reproduções de cada música. Esta solução ofereceu aos usuários catálogos com milhões de arquivos musicais, organizados e com indicações personalizadas, tudo isso a um baixo custo, por meio de assinaturas mensais ou mesmo de forma gratuita, com anúncios entre as músicas. Por outro lado, possibilitaram às gravadoras e aos artistas o pagamento de *royalties* com base no número de reproduções e tiraram o foco da discussão sobre a "posse" dos conteúdos digitais, garantindo ao ouvinte uma experiência satisfatória apenas por meio do "acesso" (De Marchi, 2020).

Um fator que contribuiu para esse rearranjo do mercado fonográfico foi o desenvolvimento dos *smartphones* e das redes de internet móvel de 3ª, 4ª e, mais recentemente, 5ª geração (3G, 4G e 5G). A implementação dos aplicativos destes serviços de *streaming*, além de acordos com fabricantes de celulares e companhias de telecomunicações, criou as condições para que esse serviço baseado no acesso fosse portátil. Apesar da diversidade de iniciativas de música digital surgidas no início do século XXI, a necessidade de acordos com grandes gravadoras para liberação de catálogos e os entraves tecnológicos necessários à operação de serviços que ofereçam milhões de músicas transmitidas quase em tempo real aos usuários levou à concentração dos serviços musicais em poucas empresas transnacionais a partir do momento em que esse modelo começa a se consolidar. "Em cada país em que aportam, Deezer, Rdio, YouTube, Vevo e Spotify tendem a se tornar atores dominantes desse nicho, devido ao seu grande e valioso catálogo e à sua conexão com o mercado internacional" (Kischinhevsky; Vicente; De Marchi, 2015, p.309).

O fortalecimento das plataformas de *streaming* como principal fonte de remuneração de fonogramas (GRÁFICO 1), ao mesmo tempo reorganizou esse mercado mantendo a relevância das *majors* e permitiu uma fonte de renda e distribuição global para os independentes. No relatório da Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI, 2022), que compila os dados do mercado musical global em 2021, a queda na arrecadação por *downloads* - que ocorre desde 2013, quando

faturou mais de 4 bilhões de dólares - é interpretada como um sinal da migração do mercado digital do sistema baseado na posse dos arquivos para um sistema baseado no acesso. No mesmo ano, os serviços de *streaming* foram responsáveis por 65% do faturamento total, sendo 47,2% fruto de assinaturas pagas e 17,7% de publicidade dentro dos serviços, incluindo valores relativos a plataformas de vídeo com acervos musicais como o Youtube (IFPI,2022). No Brasil esse formato já corresponde a 85,6% das receitas da indústria (PROMUSICA, 2022).

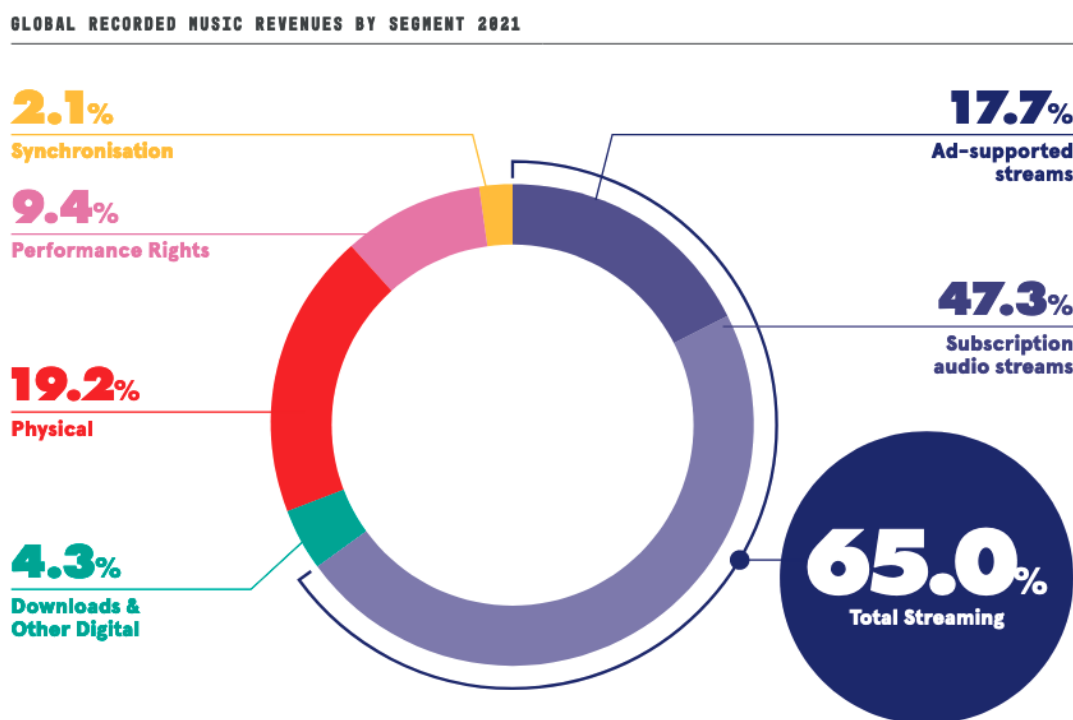


GRÁFICO 1 - Divisão do mercado global da indústria fonográfica por forma de arrecadação em 2021 (IFPI, 2022)

Nesse complexo mercado que se apresenta no início dos anos 2020, artistas e selos independentes têm acesso às mesmas plataformas e serviços que as grandes gravadoras, podendo difundir mundialmente músicas que são gravadas em um quarto utilizando um computador pessoal e alguns poucos equipamentos de captação.¹⁰ No

¹⁰ Um exemplo marcante dessa facilidade é o disco *When We All Fall Asleep, Where Do We Go?* da cantora e compositora estadunidense Billie Eilish, vencedor dos Grammys de Álbum do Ano, Melhor Álbum Pop vocal e melhor Engenharia de Áudio. O disco foi inteiramente gravado no quarto de seu

entanto esse novo modelo apresenta uma série de novos desafios aos atores do mercado musical: a concentração econômica que verificamos na história das gravadoras se repete nas novas "empresas de música digital" que operam essas plataformas de *streaming*, ou seja, essas poucas empresas controlam o acesso à música de centenas de milhões de ouvintes espalhados pelo planeta. Além disso, esse novo formato fez surgir um novo intermediário atuando entre os artistas e essas plataformas: as distribuidoras digitais ou agregadoras de conteúdo - como *The Orchard*, *CD Baby* e *One Rpm* –, empresas responsáveis por conectar a produção fonográfica aos catálogos das plataformas e fazer a gestão dos *royalties* por elas gerados (Vicente; Kischinhevsky; De Marchi, 2018; De Marchi, 2016), sendo fundamentais para a inserção de artistas e selos independentes nesse mercado.

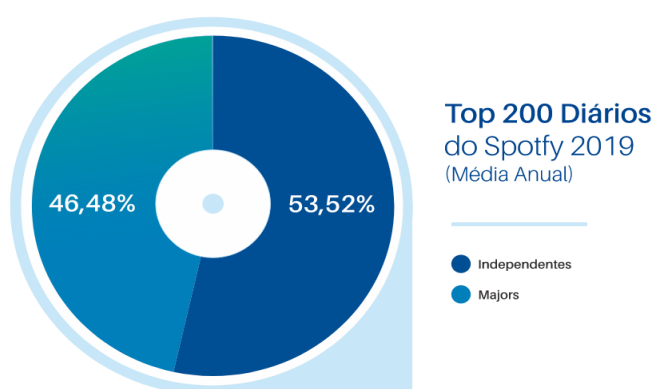
Outra questão que tem sido objeto de debate, não só na música independente, mas também entre grandes artistas ligados a *majors*, é a divisão da remuneração que esse modelo propicia aos artistas. Oferecendo um catálogo de milhões de músicas através de assinaturas mensais que custam menos de 20 dólares em média, as plataformas de *streaming* acabam por repassar aos artistas frações de centavos por cada execução, o que tem levado a declarações públicas por parte de músicos que acumulam milhões de *plays* (execuções) mensais e não se sentem devidamente remunerados por seu trabalho (De Marchi, 2016). "Nunca a música esteve tão acessível, mas também jamais foi tão difícil estabelecer o seu valor de troca, num mercado de bens simbólicos, hoje caracterizado pela superoferta de commodities culturais" (Kischinhevsky; Herschmann, 2011, p.1). Em 2021, somente o *Spotify* afirma ter pagado mais de 7 bilhões de dólares aos detentores de direitos autorais. Em sua plataforma de transparência, *Loud And Clear*¹¹, a gigante sueca apresenta métricas sobre as rendas geradas pelos artistas, como o fato de, em 2021, 16.500 artistas terem gerado mais de 50 mil dólares anuais com seus catálogos. No entanto a própria plataforma deixa explícito que essa renda não é destinada exclusivamente aos artistas, sendo repassadas às gravadoras ou aos agregadores de conteúdos e

irmão, Finneas O'Connell, produtor do álbum. Paradoxalmente o disco foi lançado pela Interscope Records, selo da *major* Universal Music.

¹¹ <https://loudandclear.byspotify.com/> acesso em 24 de outubro de 2022

divididas com os detentores de direitos autorais e conexos¹², de acordo com os contratos estabelecidos entre esses artistas e as empresas detentoras dos direitos.

Por um lado, o saldo dessas mudanças é o crescimento dos artistas independentes - ou seja, que não são ligados às grandes gravadoras - que contabilizam, no Brasil, mais da metade das músicas no top 200 do Spotify (GRÁFICO 2). Por outro, os níveis de independência e dependência se tornaram mais incertos já que "muitos artistas que podem ser considerados independentes do ponto de vista das *majors* são ainda extremamente dependentes dos meios de comunicação e das redes de promoção e difusão, que são dominados pelo grande capital" (Pinto, 2011, p.139).



No resultado apresentado no gráfico (acima), foram agrupadas todas as faixas do Top 200 diários do Spotify do mercado brasileiro no período de primeiro de janeiro de 2019 a trinta e um de dezembro de 2019. As músicas foram divididas em duas categorias: "Majors" ou "Independentes" ("Non-majors").

Artistas independentes emplacaram mais da metade dos hits que atingiram o Top 200 do Spotify Brasil no ano passado, representando 53,52% do total de acordo com dados coletados pela empresa Chartmetric.

GRÁFICO 2- Média das músicas no top 200 diário da plataforma Spotify em 2019 - Fonte ABMI, 2021

Vale lembrar que, apesar de todos os movimentos causados pela digitalização da música, a venda de mídias físicas continuou existindo, no entanto, esse mercado de mídias físicas só apresentou crescimento de 16% em seu faturamento no ano de 2021 - o que pode ter sido causado pela pandemia de Covid-19 - após 20 anos de queda constante desde 2001 (IFPI, 2022).

¹² Direitos conexos são aqueles que não dizem respeito diretamente à autoria como "direitos dos artistas intérpretes ou executantes, dos produtores fonográficos e das empresas de radiodifusão" (BRASIL, 1998).

2.12 Do mercado global ao local: cenas musicais, circuitos culturais e festivais independentes

Além de configurarem-se como uma alternativa à concentração econômica das *majors*, a independência de artistas e selos também representam uma possibilidade de promover a diversidade cultural como alternativa à ideia de globalização massificada. Essa diversidade se manifesta a partir da identificação profunda com cenas culturais que essas iniciativas integram e das quais são divulgadoras através de sua produção fonográfica. Essas cenas forjam estéticas próprias definidas por aspectos geográficos, socioeconômicos e identitários de seus participantes: artistas, público, produtores, DJs, empreendedores e comunicadores. Portanto, vale aprofundar, nessa sessão, o conceito de cena musical.

Este conceito foi criado por jornalistas estadunidenses da década de 1940 para definir toda a movimentação cultural que existia em torno do jazz:

Bandas, público, locais de shows, produtores culturais, críticos, gravadoras, entre outros atores sociais, todos estavam sendo englobados dentro do universo denominado cena musical. (...) O termo “cena” se popularizou e foi largamente utilizado por jornalistas, nas décadas de 80 e 90, para conceituar as práticas musicais presentes em determinados espaços urbanos e seus desdobramentos sociais, afetivos, econômicos e culturais. (Janotti Jr; Pires, 2011, p.11).

Jeder Janotti Jr. e Victor Pires entendem conceito de “cena” como a junção de duas redes, um circuito cultural e uma cadeia produtiva. A primeira diz respeito a um conjunto de espaços, fixos ou não, por onde circulam os artistas e seu público, como casas de *shows*, lojas de discos, festivais, eventos e encontros. Já a cadeia produtiva diz respeito às relações de produção, distribuição e consumo de música, seja ela gravada ou ao vivo, e todos os atores envolvidos nesse processo - músicos, técnicos, lojistas, público etc. Marcelo Kischinhevsky e Micael Herschmann (2011), por outro lado, procuram diferenciar as cenas dos circuitos culturais e suas diferentes dinâmicas:

Segundo Freire Filho e Marques (2007), as “cenas” seriam mais fluidas, instáveis e nelas seria possível atestar um maior protagonismo dos atores sociais. As cenas dependeriam de identificações, afetividades e alianças construídas entre os indivíduos. Segundo esses autores, seria possível se afirmar que existiria na cena mais persistência do que propriamente uma rebeldia subcultural. No caso dos “circuitos culturais”, estes seriam menos fluidos que as cenas. Segundo Herschmann (2007), haveria nos circuitos culturais níveis de institucionalidade, isto é, a dinâmica deles seria de certa forma híbrida: muitas vezes encontraríamos circuitos territorializados (mas não necessariamente vinculados a um território), contudo ainda se identificaria um razoável protagonismo dos atores sociais (Kischinhevsky; Herschmann, 2011, pp. 3-4).

O conceito de cadeia produtiva, bastante explorado na literatura da economia da cultura, possui uma definição mais pacificada, servindo para identificar redes formadas pelas diversas atividades econômicas conectadas e podendo adquirir diferentes escalas: locais, nacionais e transnacionais (Kischinhevsky; Herschmann, 2011):

Cadeia produtiva é um conjunto de etapas e atividades consecutivas, articuladas progressivamente, até a constituição de um produto final e sua colocação no mercado. Trata-se, portanto, de uma sucessão de operações integradas, realizadas por diversas unidades interligadas como uma rede que envolvem, desde o processo de produção das músicas e dos artefatos culturais até a distribuição final dos produtos musicais. A cadeia, ainda, compreende os setores de fornecimento de serviços e insumos, máquinas e equipamentos, bem como os setores de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, serviços de apoio, além de todo o aparato tecnológico e institucional legal – até os consumidores finais de produtos e subprodutos da cadeia (Janotti Jr; Pires, 2011, p.16).

Com a internet, essas redes locais ganham a possibilidade de se conectar e se expandir para além de sua delimitação geográfica. Como já disposto, a rede mundial de computadores permitiu trocas entre artistas, público, produtores, jornalistas e outros atores. Assim as cenas puderam se desterritorializar - ainda que isso dificulte sua delimitação – em redes formadas por diversos pontos conectados pelas tecnologias de informação e comunicação e desenvolvendo ações locais em sincronia global.

Neste contexto, o fortalecimento e articulação dessas cenas independentes no Brasil, aliado ao crescimento econômico do país e o desenvolvimento de políticas públicas e público-privadas de fomento à cultura entre o final dos anos 1990 e a primeira década dos anos 2000, exemplifica essas novas possibilidades e tem como experiência emblemática o crescimento dos festivais independentes. Estes serviam como uma vitrine para novos artistas e consolidaram carreiras desvinculadas das *majors*. O formato destes eventos, como, por exemplo, o *Abril Pro Rock*, fundado em 1993, era diferente dos grandes festivais com atrações internacionais que se difundiram no país após o primeiro *Rock in Rio*, em 1985, e a maioria deles acontecia fora do eixo Rio-São Paulo, permitindo aos artistas independentes a formação de plateias ao redor do país que poderiam se manter conectadas por meio do uso da internet:

Para organizar estes eventos, os produtores desenvolveram algumas estratégias muito interessantes: utilizam recursos de leis de incentivo à cultura e editais públicos; empregam o potencial interativo das novas tecnologias digitais visando formação, divulgação e mobilização de públicos; praticam intensa militância na área musical e até rotinas que incluem escambo (Herschmann; Kischinhevsky, 2011, p.10).

Esses eventos se utilizavam prioritariamente das mídias alternativas e interativas para sua divulgação, circulavam nacionalmente artistas desvinculados das *majors* e serviam com instâncias de consagração destes em um cenário independente nacional (Kischinhevsky; Herschmann, 2011). Essa interação entre os festivais e os artistas que por eles circulavam consolidaram redes e associações como a ABRAFIN, Associação Brasileira de Festivais Independentes, fundada em 2005¹³.

2.13 O que significa ser independente hoje?

¹³ A associação existe até hoje, apesar de um hiato em suas atividades entre 2012 e 2020 (<http://abrafin.mus.br/>)

Conforme proponho no início deste capítulo, para este trabalho serão consideradas como independentes as músicas lançadas por artistas autônomos ou gravadoras que não sejam subsidiárias das grandes empresas transnacionais (*majors*) ou lançados por essas próprias *majors*. Trata-se de uma definição por exclusão, portanto devemos entender quais são as *majors* em atuação no país. No início do século XXI, esse grupo era formado por quatro empresas transacionais, Universal, Warner, Sony/BMG e EMI, além da brasileira Som Livre, pertencente ao grupo Globo. Anos depois, esse grupo se tornou mais reduzido com a dissolução e venda da EMI para outras companhias, principalmente a Universal e a Sony (Vicente, 2006; Juliboni, 2012) e a venda da Som Livre para a Sony em 2021 (G1, 2021). Este grupo, que agora conta com apenas 3 empresas transacionais, ainda controla diretamente 49% da música que é ouvida nas plataformas digitais (ABMI, 2019) no Brasil.

Por conta do controle das cadeias de distribuição por parte dessas grandes empresas, mesmo os independentes muitas vezes necessitam se associar a essas através de parcerias ou contratos para prestação de serviços. Apesar de isso gerar diferentes níveis de "independência" e dependência desses artistas e selos, isso não pode ser confundido com os pequenos selos independentes que foram comprados pelas grandes gravadoras ou mesmo selos gestados por essas empresas em parceria com artistas e produtores renomados no processo de terceirização e horizontalização da produção fonográfica descrito por Paul Lopes (1992).

Para além desse critério objetivo, alinhado à economia política da cultura, o termo "música independente" remete a outras relações mais orientadas à estética:

o fenômeno da música independente tem dois significados sobrepostos: designa um modo de produção musical sem o contrato com qualquer gravadora, por meio do uso de estúdios pequenos e autônomos, divulgação e distribuição artesanal; e também designa uma atitude de resistência à padronização imposta pela indústria cultural, expressa em composições que pretendiam revolucionar a linguagem e a forma musical, colocando-se, portanto, numa posição de vanguarda no campo musical (Gatti, 2017, p.39).

Na análise que será feita nos capítulos seguintes, tais aspectos serão levados em conta, assim como a relação intrínseca entre a produção musical independente com cenas e circuitos culturais no qual essas iniciativas estão inseridas, conforme

dissertado na sessão anterior. No entanto, tomando como referencial a análise histórica empreendida neste capítulo, a definição objetiva de música independente – principalmente ao se analisar um fonograma em específico – será feita a partir dos dados da gravadora ou selo responsável pelo lançamento e distribuição do trabalho musical, seja em suporte físico, seja nas plataformas digitais.

Neste sentido proponho um exercício bastante objetivo, mas que leva a resultados interessantes: analisando o relatório da Pró-Música, entidade associativa que reúne os grandes produtores fonográficos em atuação no Brasil, anteriormente conhecida como ABPD, referente ao ano de 2021, busquei identificar entre as músicas mais executadas no *streaming* – atual base referência para as paradas – quais seriam os artistas independentes mais bem colocados. A segunda música mais ouvida no Brasil em 2021 é “Meu pedaço de pecado” do cantor pernambucano João Gomes, lançada de forma independente (PROMÚSICA, 2022).

	FAIXA	ARTISTA	GRAVADORA
1	Batom de Cereja (Ao Vivo)	Israel & Rodolfo	Som Livre
2	Meu Pedaço de Pecado	João Gomes	Independent Artist
3	Facas (Ao Vivo)	Diego & Victor Hugo, Bruno & Marrone	Sony Music Entertainment
4	Baby Me Atende	Matheus Fernandes & Dilsinho	Som Livre
5	Ele É Ele, Eu Sou Eu	Wesley Safadão & Os Barões Da Pisadinha	Som Livre
6	Tapão Na Raba	Raí Saia Rodada	Som Livre
7	Arranhão (Ao Vivo)	Henrique & Juliano	Universal Music Group
8	Coração Na Cama	Hugo & Guilherme	Som Livre
9	Só Não Divulga	Fernando & Sorocaba, Tarcísio do Acordeon	Sony Music Entertainment
10	Ficha Limpa	Gusttavo Lima	Sony Music Entertainment

TABELA 1 – As 10 músicas brasileiras mais executadas em serviços de *streaming* em 2021-
Fonte: BMAT com informações do Spotify, Apple, Napster, Deezer e Amazon (PROMÚSICA, 2022)

A canção do artista estreante, sucesso nacional, foi impulsionada pelo *site* Sua Música que, além de ser a distribuidora digital responsável por licenciar esse fonograma junto às plataformas de *streaming* e lojas digitais, também é uma plataforma nacional que permite audição e *download* gratuitos. A própria empresa se define como “a maior plataforma de conteúdo de música brasileira, onde artistas lançam seu repertório grátis para milhões de fãs, que também se conectam e engajam

através do nosso *site*, aplicativo e redes sociais.”¹⁴ O *site* criado pelo paraibano Éder Rocha Bezerra “tem 1 milhão de acessos únicos por dia e é um dos 60 aplicativos mais baixados no Brasil” (Dias, 2019). O Sua Música disponibiliza as músicas com autorização dos detentores de direitos autorais, mas não faz nenhum tipo de cobrança de mensalidade ou pagamento de *royalties*. No entanto, o fato de o Sua Música ter uma quantidade de acessos na região nordeste do Brasil semelhante ou até mesmo maior do que as grandes plataformas como Spotify e Tidal tem feito da plataforma um dos principais meios de divulgação de músicos de gêneros, como o piseiro de João Gomes, sendo utilizada inclusive por artistas ligados a grandes gravadoras, como Claudia Leitte (Dias, 2019).

O exemplo descrito acima é representativo da diversidade musical brasileira, que não se restringe ao eixo Rio-São Paulo, das possibilidades de inovação que ainda existem no mercado digital de música para além das grandes empresas de tecnologias e de como a centralidade dos direitos autorais como fonte de renda no mercado musical não é necessariamente interessante para parte dos atores desse mercado, que preferem potencializar a divulgação de sua música e capitalizar através de outros serviços, como os *shows* ao vivo. Por um lado, o fato de essa música ter sido um caso isolado entre as 10 mais tocadas no ano, uma vez que o resto da lista é dominado por grandes gravadoras internacionais e a Som Livre, recém adquirida pela Sony Music, mostra como as *majors* ainda dominam as paradas de sucesso; por outro, demonstra também o potencial e a diversidade da música independente brasileira.

Entre empresas autônomas responsáveis por grandes sucessos e manifestações completamente às margens da lógica comercial, a diversidade de iniciativas que podem ser classificadas como independentes reflete a diversidade cultural e musical que esse modo de produção pode promover. Por outro lado, levando em conta esta análise histórica, devemos nos atentar às contradições e limitações na independência daqueles que adotam esse rótulo. As interações e dependências com as grandes empresas de mídia, entretenimento e tecnologia, assim como as assimetrias dentro do próprio campo independente precisam ser levadas em conta para uma análise mais detalhada desta produção musical que foge de uma tendência de concentração e massificação de mercado construída ao longo de mais de um século.

¹⁴ Disponível em <https://suamusica.com.br/sobre>

3. Rádios Universitárias

3.1 Primórdios da radiodifusão educativa e universitária

As transmissões demonstrativas realizadas em 7 de setembro de 1922 por ocasião do centenário da independência – ação de marketing das empresas *Westinghouse* e *Western Electric Company* - foram, por muitos anos, consideradas como o marco inicial da radiodifusão no Brasil. No entanto pesquisas e discussões mais recentes acerca do tema apontam para a Rádio Club de Recife, fundada em 1919, como a pioneira experiência do rádio brasileiro (Veloso et al, 2019). Seguindo o mesmo modelo associativo, em 1923, por iniciativa de Edgard Roquette-Pinto, é fundada na então capital federal a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Ligada à Academia Brasileira de Ciência, a emissora irradiava as pretensões educativas de seus fundadores, transmitindo palestras, óperas, concertos de música erudita e conferências científicas das mais diversas, sendo digna de nota a participação da física Marie Curie como conferencista em 1926 (Roldão, 2006; Donini, 2019; Zuculoto, 2010). Conforme define Marlene Blois:

O Rádio no Brasil nasceu educativo e cultural pela iniciativa do cientista e educador Edgard Roquette-Pinto, na sala de Física da Escola Politécnica, na cidade do Rio de Janeiro. A Rádio Sociedade inaugurada em 20 de abril de 1923 foi o laboratório vivo da primeira manifestação, em nosso país, da tecnologia sendo usada como meio de levar educação para muitos, rompendo os muros da escola formal (Blois, 2003, p.1).

A proposta editorial experimental, científica e musical desta emissora serve de referência histórica para o rádio público e educativo no Brasil. A Rádio Sociedade, ao ser entregue à gestão do Ministério de Educação e Saúde em 1936, cristaliza o conceito de rádio educativo no país, categoria que somente seria regulamentada a partir de 1967 com o Decreto-Lei nº 236, de 1967, o qual estabelece diretrizes para o

serviço de televisão educativa. Apesar de particularidades em seu funcionamento que ainda serão discutidas, as emissoras universitárias fazem parte deste campo e se inserem nesta história a partir da década de 1950. No entanto vale citar algumas experiências pioneiras neste sentido em outros cantos da América décadas antes.

Em 1915, a Universidade de Wisconsin nos EUA recebe autorização para operar uma estação de rádio criada por iniciativa de um engenheiro elétrico da instituição. No início da década de 1920, se registam outras experiências do tipo em Salt Lake City e Minnessota e, ao final desta década, as emissoras universitárias neste país chegavam à casa das centenas.

Pioneira na América Latina, em 1924 é inaugurada a rádio da Universidad de La Plata na Argentina, país que é referência no que diz respeito à organização e à legislação para esse tipo de emissoras. Dando sequência a esta experiência, na década seguinte surgem emissoras na Colômbia (1933), Chile (1937) e México (1937). É notável o protagonismo do continente americano na radiodifusão universitária, dado que as primeiras experiências do tipo na Europa são da década de 1960 e na África, Ásia e Oceania, de décadas posteriores (Giorgi; Martín Pena, 2019; Kischinhevsky et al., 2018; Golin; Freitas, 2019).

Décadas depois de nossos vizinhos, surge a primeira emissora de uma universidade brasileira: "A rádio da então Universidade do Rio Grande do Sul entrou no ar como algo trivial, em uma noite de segunda-feira, 18 de novembro de 1957, sem cerimônia, mas com trilha sonora épica: as suítes "Descobrimento do Brasil", de Heitor Villa-Lobos."(Golin; Freitas, 2019, p.1). Antes dessa inauguração oficial, no entanto, a emissora já havia realizado transmissões no começo da década, suspensas em 1953 por transmitir música sem autorização. Após negociações com o governo federal, a universidade recebe a concessão para operar em ondas médias na frequência de 1080 kHz (Golin; Freitas, 2019; Kischinhevsky Et al., 2019; UFRGS). Desde sua inauguração, a Rádio da Universidade destaca-se por sua programação dedicada à música erudita, proposta editorial que segue a tradição da rádio Sociedade e será referência para outras emissoras nestas primeiras décadas.

Na sequência da Rádio Universidade, são fundadas a Rádio Universitária (1490 AM) da Universidade Federal de Itajubá –UNIFEI em 1961; a Universitária AM 820 – atualmente denominada Rádio Paulo Freire em homenagem ao seu fundador, da Universidade Federal do Pernambuco – UFPE em 1962; Rádio Universitária da

Universidade Federal de Goiás- UFG (870AM) em 1965; e a Rádio Universidade 800 AM da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM em 1968 (Kischinhevsky et al. , 2019; Barichello et al., 2019; Veloso et al. , 2019).

Cabe citar também, dentre as pioneiras, a rádio Gazeta de São Paulo, fundada em 1947 como uma emissora comercial, passando a ser controlada pela Faculdade Casper Líbero nos anos 2000 até seu desligamento em 2019, quando passou a transmitir apenas pela *web* (Kischinhevsky; Musfafa; Vale, 2019).

3.2 A Frequência Modulada e a ampliação no número de emissoras entre as décadas de 1970 e 1990

Em 1977, entrou no ar a Rádio USP, a primeira emissora universitária transmitindo em Frequência Modulada. Essa faixa de frequência vinha sendo utilizada desde a primeira metade do século XX para *links* e transmissões fechadas entre estúdios e torres de transmissão, assim como em serviços privados de som ambiente. A partir dos anos 1950, surgiram as primeiras emissoras nesta faixa de frequência, que se expandiria nas décadas seguintes (Zuculoto, 2010).

Em 1973, com a publicação do Plano de Distribuição de Canais, há um estímulo ao surgimento de novas emissoras universitárias através da reserva de 350 canais para emissoras educativas (Zuculoto, 2011; Kischinhevsky et al, 2018). Tal crescimento pode ser percebido já nos anos 1980 com a criação de 13 FM ligadas a universidades, mas é nos anos 1990, sob a égide da constituição de 1988 - que estabelece o sistema público de radiodifusão, ainda sem uma regulamentação precisa sobre seu funcionamento – que acontece a maior expansão das rádios universitárias, com a fundação de 25 novas emissoras em FM.

Esse crescimento das emissoras também se refletiu nas possibilidades de ação em rede destas. Em 1994, a partir do II Encontro Nacional de Rádios, TVs e Produtoras Universitárias, foi criada Rede Universitária de Rádio. Este esforço coletivo “conseguiu promover completas coberturas em rede, via satélite e com equipes conjuntas, das Reuniões Anuais da SBPC - Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, através de até aproximadamente 60 emissoras estatais e universitárias” (Zuculoto, 2010, p.25). Tal rede, apesar não possuir uma institucionalização formal,

perdurou até o ano de 2002, se reunindo para as coberturas das Reuniões Anuais da SBPC.

3.3 O rádio universitário no século XXI

Na primeira década do século XXI, o crescimento deste segmento seguiu com a criação de mais 21 emissoras FM. Somado a essas novas emissoras, nesta década surge uma nova forma de transmissão radiofônica com as rádios *web*. Nesta categoria, são consideradas pioneiras a RadioFam, da Faculdade de Comunicação Social da PUCRS – que realiza transmissões experimentais a partir de 1997 –, a *web* radio Unisul de Tubarão-SC e a Rádio Ponto UFSC da Universidade Federal de Santa Catarina, que iniciam suas operações em 1998 e 1999 respectivamente (Kischinhevsky et al, 2018).

Um dos fatos mais marcantes para a radiodifusão universitária nas duas primeiras décadas do século XXI é a sua organização, notadamente a fundação da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (RUBRA) em 2018. "A iniciativa contou com a adesão imediata de 35 emissoras AM e FM, web rádios e núcleos universitários de produção radiofônica" (Kischinhevsky; Mustafá; Vale, 2019, p.75). Além disso, em um sentido mais amplo, emissoras universitárias também participam da construção da ARPUB - Associação das Rádios Públicas no Brasil, fundada em 2004 (Veloso et al, 2019). Esta associação, sem propor uma rede aos moldes tradicionais - com uma "cabeça de rede"- permitiu uma série de experiências interessantes no que diz respeito à programação, como o compartilhamento de conteúdo pelo projeto Conexão Brasil, campanhas conjuntas e coberturas

...em "pools" ao estilo Rede Universitária, nas quais as rádios envolvidas não apenas transmitem, mas se integram igualmente à produção. Com este perfil, já foram realizadas coberturas do Fórum Social Mundial, VII Feira de Música de Fortaleza, Porto Musical, Festival Multimídia UFSCar (Universidade Federal de São Carlos), Feira Música Brasil e I Confecom (Zuculoto, 2010. p. 182).

Entre 2011 e 2015, novas regras para a expedição de outorgas com prioridade a entidades públicas e instituições de ensino, assim como os três Planos Nacionais de

Outorgas que estabeleciam cronogramas transparentes para os processos seletivos, criaram condições para o florescimento de novas emissoras universitárias. "O resultado mais evidente dos PNOs é um conjunto de 39 novas emissoras de rádio vinculadas a instituições de ensino superior, a maior parte das quais a ser mantida por entidades públicas." (Pieranti, 2019, p.46). No entanto, a partir de 2016, a descontinuidade dos PNOs durante os governos de Michel Temer e Jair Bolsonaro e a queda nos orçamentos das instituições públicas de ensino superior neste período acabaram por estancar este crescimento.

3.4 A legislação sobre o rádio público e educativo e a “não-legislação” sobre o rádio universitário

A primeira regulamentação do rádio brasileiro é o Decreto n. 16.657, de 5 de novembro de 1924, na qual emissoras como a pioneira Rádio Sociedade enquadraram-se como "experimentais". Alguns anos depois, durante o governo Vargas, são editados os decretos nº.20.047, de 27 de maio de 1931 e nº.21.111, de 1º de março de 1932. O primeiro classifica o serviço como Radiodifusão e, em seu artigo 12, estabelece que "O serviço de radiodifusão é considerado de interesse nacional e de finalidade educacional" (Brasil, 1931); já a legislação de 1932 dispõe sobre a possibilidade de veiculação de anúncios, organizando o sistema de radiodifusão comercial, que acabaria por tornar-se hegemônico no país (Gianelli, 2019; Zuculoto, 2011).

A radiodifusão educativa só seria consolidada no Decreto-Lei nº 236, de 1967, que complementa a Lei número 4.117, de 27 de agosto de 1962, responsável por instituir o código brasileiro de telecomunicações. Esse decreto regulamenta a Televisão Educativa, estabelecendo seus papéis e vedando a publicidade comercial por parte dessas emissoras. Já com essas leis em vigência, foi outorgada a Rádio UFG em 1965. " Por isso, a Rádio UFG se proclama a primeira emissora universitária, sob o argumento de que a concessão à Rádio da UFRGS, tida como a pioneira, não é especificamente de canal educativo"(Zuculoto, 2011).

No entanto, há de se destacar que não existe previsão legal para rádios universitárias enquanto categoria específica. Desde a criação da Rádio UFG, essas emissoras enquadram-se como rádios educativas, fazendo parte de um universo que

engloba outras emissoras ligadas a instituições públicas e privadas. Com a constituição de 1988, se estabelece, em seu artigo 223, a "complementaridade dos sistemas privado, público e estatal" (Brasil, 1988) na radiodifusão. A lei nº 11.652/2008, que cria a Empresa Brasileira de Comunicação, "Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta" (Brasil, 2008), o que inclui, por exemplo, emissoras ligadas a universidades e institutos federais (Temer et. Al., 2019, p.21).

Neste contexto de três sistemas complementares, dado o papel histórico dessas emissoras e as prerrogativas da lei que cria a EBC e a Rede Nacional de Comunicação Pública, proponho, alinhado a outros pesquisadores e gestores, considerar essas emissoras como parte do sistema público. Neste sentido, uma série de discussões sobre o modelo de radiodifusão pública - a serem abordadas na próxima sessão - são de suma importância para o fortalecimento desse setor e servirão de base para a compreensão do papel dessas emissoras.

A lei 11.652/2008 ainda estabelece uma série de princípios para a radiodifusão pública no seu artigo 2º, entre os quais, para os fins desta pesquisa, destaco o inciso II, "promoção do acesso à informação por meio da pluralidade de fontes de produção e distribuição do conteúdo", e o inciso IV, "promoção da cultura nacional, estímulo à produção regional e à produção independente". Ainda com relação à produção independente – que nesse caso não diz respeito especificamente à música, abarcando conteúdos midiáticos diversos –, o inciso V do artigo 3º estabelece, entre os objetivos destes serviços de radiodifusão pública, "Apoiar processos de inclusão social e socialização da produção de conhecimento garantindo espaços para exibição de produções regionais e independentes"(Brasil, 2008).

Outros relevantes parâmetros para o a programação de emissoras educativas já haviam sido estabelecidos pela portaria interministerial n. 651, de 15 de abril de 1999 entre os quais destaco os artigos 2º e 3º:

Art. 2º Os programas de caráter recreativo, informativo ou de divulgação desportiva poderão ser considerados educativo-culturais, se neles estiverem presentes elementos instrutivos ou enfoques educativo-culturais identificados em sua apresentação.

Art. 3º A radiodifusão educativa destina-se exclusivamente à divulgação de programação de caráter educativo-cultural e não tem finalidades lucrativas (Brasil, 1999).

Nesta mesma direção, a portaria do Ministério das Comunicações nº 3.238, de 2018, que dispõe sobre os serviços de radiodifusão educativa, em seu artigo 3º inciso III estabelece como princípio e objetivo das emissoras educativas "promoção da cultura nacional e regional, bem como da produção independente, ampliando a presença desses conteúdos em sua grade de programação" (Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações, 2018).

3.4.1 A Rede Nacional de Comunicação Pública e as emissoras universitárias

A lei nº 11.652/2008, que cria a Empresa Brasileira de Comunicação, também determina, dentre suas funções, no artigo 8º, inciso III:

estabelecer cooperação e colaboração com entidades públicas ou privadas que explorem serviços de comunicação ou radiodifusão pública, mediante convênios ou outros ajustes, com vistas na formação da Rede Nacional de Comunicação Pública (Brasil, 2008).

A RNCP é atualmente formada por 72 emissoras de TV e 43 emissoras de rádio, dentre as quais 13 universitárias ligadas a universidades federais e uma ligada a um instituto federal de educação, conforme se verifica na tabela abaixo:

Nº	MUNICÍPIO - UF	INSTITUIÇÃO	EMISSORA
1	Boa Vista - RR	Universidade Federal de Roraima - UFRR	Rádio Universitária 95,9
2	Belém - PA	Marinha do Brasil	Rádio Marinha - Belém
3	Macapá - AP	Universidade Federal do Amapá - UNIFAP	Rádio Universitária FM
4	Manaus - AM	Marinha do Brasil	Rádio Marinha - Manaus
5	Manaus - AM	Fundação Televisão e Rádio Cultura do Amazonas	Rádio Encontro das Águas
6	Palmas - TO	Universidade Federal do Tocantins - UFT	Rádio UFT FM 96,9
7	Rio Branco - AC	Fundação Aldeia de Comunicação do Acre	Rádio Aldeia FM 96,9
8	Tabatinga - AM	Empresa Brasil de Comunicação - EBC	Rádio Nacional do Alto Solimões - 96,1 FM
9	Aracaju - SE	Universidade Federal de Sergipe - UFS	Rádio UFS FM
10	João Pessoa - PB	Empresa Paraibana de Comunicação - EPC	Rádio Parahyba

11	Natal - RN	Marinha do Brasil	Rádio Marinha - Natal
12	Salvador - BA	Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia - IRDEB	Rádio Educadora FM
13	São Luís - MA	Empresa Brasil de Comunicação - EBC	Rádio Nacional FM
14	São Luís - MA	Fundação Sôsândrade UFMA	Rádio Universidade FM
15	Teresina - PI	Universidade Federal do Piauí - UFPI	Rádio UFPI 96,7
16	Queimada Nova - PI	Prefeitura de Queimada Nova	Rádio Queimada Nova FM
17	Recife - PE	Empresa Pernambuco de Comunicação - EPC	Rádio Nacional
18	São Luís - MA	SECOM do Estado do Maranhão	Rádio Timbira
19	Fortaleza - CE	Fundação de Teleducação do Ceará	Rádio Abolição FM - FUNTELC
20	Maceió - AL	Instituto Zumbi dos Palmares	Rádio Educativa FM - IZP
21	Campina Grande - PR	IFPB - Instituto Federal da Paraíba	IFPB
22	Brasília - DF	Empresa Brasil de Comunicação - EBC	Rádio Nacional FM
23	Brasília - DF	Empresa Brasil de Comunicação - EBC	Rádio MEC FM
24	Campo Grande - MS	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul	Rádio UFMS 99,9
25	Corumbá - MS	Marinha do Brasil	Rádio Marinha - Corumbá
26	Cuiabá - MT	Secretaria de Comunicação de Mato Grosso	Rádio Nova FM
27	Goiânia - GO	Universidade Federal de Goiás - UFG	Rádio Universitária UFG
28	Sobradinho - DF	Força Aérea Brasileira	Rádio Força Aérea - Brasília
29	Rio de Janeiro - RJ	Empresa Brasil de Comunicação - EBC	Rádio MEC FM
30	Rio de Janeiro - RJ	Empresa Brasil de Comunicação - EBC	Rádio Nacional
31	Rio de Janeiro - RJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ	Rádio UFRJ
32	Belo Horizonte - MG	Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG	Rádio UFMG Educativa
33	Belo Horizonte - MG	Empresa Mineira de Comunicação - EMC	Rádio MEC FM
34	São Paulo - SP	Empresa Brasil de Comunicação - EBC	Rádio Nacional
35	São Pedro da Aldeia - RJ	Marinha do Brasil	Rádio Marinha - São Pedro da Aldeia
36	Mogi das Cruzes - SP	TVT	Rádio Brasil Atual
37	Mariana - MG	Universidade Federal de Ouro Preto	UFOP
38	Cianorte - PR	Fundação Antônio Bárbara	Rádio Olga FM
39	Curitiba - PR	Rádio e Televisão Educativa do Paraná - RTVE	Rádio Paraná Educativa
40	Foz do Iguaçu - PR	Fundação Canal 20	Rádio CATVE Foz FM
41	Florianópolis - SC	Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC	Rádio UFSC FM
42	Porto Alegre - RS	Secretaria de Comunicação do Rio Grande do Sul	Rádio FM Cultura
43	Santa Maria - RS	Universidade Federal de Santa Maria - UFSM	Uni FM 107,9

TABELA 2 - Total de emissoras de rádio em operação que compõem a RNCP-FM em dezembro de 2023 (emissoras universitárias destacadas em cinza pelo autor). Fonte: Rede Nacional de Comunicação Pública – EBC, informação solicitada via Lei de Acesso à informação (ANEXO 1)

No entanto, entre o último trimestre de 2023 e o primeiro de 2024, a RNCP assinou acordos de cooperação para a maior ampliação de sua história, formalizando parcerias com 32 universidades federais, 16 institutos federais (SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, 2023; GOV, 2023) e 11 universidades estaduais e municipais permitindo que a RNCP chegue a um total de 155 emissoras de rádio (AGÊNCIA BRASIL, 2024). A lista reúne manifestações de interesse das próprias instituições de ensino superior, ou seja, os canais ainda precisarão ser consignados e as emissoras, implantadas. Dentre essas serão 43 novas emissoras de rádio FM em 25 universidades federais, 49 emissoras operadas em parceria com 16 Institutos Federais e mais 20 emissoras de rádio operadas junto a 11 universidades estaduais e municipais conforme segue:

Universidade Federal	Municípios
UNB - Universidade Federal de Brasília	Brasília (DF)
UFMG - Universidade Federal de Minas Gerais	Montes Claros (MG)
UFRB – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia	Cruz das Almas (BA)
UNIFAP - Universidade Federal do Amapá	Oiapoque (AP)
UFJF - Universidade Federal do Juiz de Fora	Juiz de Fora (MG)
UFGD - Universidade Federal da Grande Dourados	Dourados (MS)
UFAPE - Universidade Federal do Agreste Pernambuco	Garanhuns (PE)
UNIPAMPA - Universidade Federal do Pampa	São Borja (RS)
UFES - Universidade Federal do Espírito Santo	Vitória (ES)
UFMA - Universidade Federal do Maranhão	Imperatriz (MA)
UFMS - Universidade Federal do Mato Grosso do Sul	Aquidauana; Chapadão do Sul; Corumbá; Coxim; Naviraí; Nova Andradina; Paranaíba; Ponta Porã; Três Lagoas (MS)
UFOB - Universidade Federal do Oeste da Bahia	Santa Maria da Vitória; Barreiras (BA)
UFPR - Universidade Federal do Paraná	Curitiba; Palotina; Jandaia do Sul; Matinhos (UFPR)
UFLA - Universidade Federal de Lavras	Lavras (MG)
UFERSA - Universidade Federal Rural do Semi-Árido	Mossoró (RN)

UFOP - Universidade Federal de Ouro Preto	Mariana (MG) (Canal próprio em operação)
UFS - Universidade Federal de Sergipe	Lagarto; Itabaiana; Nossa Senhora da Glória; Estância; Propriá (SE)
UNIVASF - Universidade Federal do Vale do São Francisco	Petrolina (PE)
UFF - Universidade Federal Fluminense	Niterói (RJ)
FURG - Universidade Federal do Rio Grande	Rio Grande (RS) (Em processo de assinatura)
UFAM – Universidade Federal do Amazonas	Manaus (AM)
UFSJ - Universidade Federal de São João del-Rei	São João del-Rei (MG)
CEFET – Centro Federal de Educ. Tec. de Minas Gerais	Leopoldina (MG)
UFAL – Universidade Federal de Alagoa	Maceió; Arapiraca; Delmiro Gouveia (AL)
UFCAT – Universidade Federal de Catalão	Catalão (GO)
INSTITUTO FEDERAL	
IFCE – Instituto Federal do Ceará	Municípios: Fortaleza -CE
IFRN - Instituto Federal do Rio Grande do Norte	Natal – RN
IFMS – Instituto Federal do Mato Grosso do Sul	Campo Grande – MS
IFES - Instituto Federal do Espírito Santo	Vitória – ES
IFSP – Instituto Federal de São Paulo	Barretos; São João da Boa Vista - SP
IFPR - Instituto Federal do Paraná	Paranaguá; Londrina; Telêmaco Borba; Paranavaí; Campo Largo; Colombo; Curitiba; Pinhais; Ponta Grossa; Irati; Jacarezinho; Ivaiporã; Maringá; Umuarama; Cascavel; Toledo; Foz do Iguaçu; Palmas - PR
IFPB - Instituto Federal da Paraíba	Campina Grande – PB (canal próprio em operação)
IFNMG - Instituto Federal do Norte de Minas Gerais	Januária; Pirapora; Salinas - MG
IF Sul de Minas - Instituto Federal do Sul de Minas Gera	Inconfidentes - MG
IFAL - Instituto Federal de Alagoas	Piranhas; Maragogi; Penedo - AL

IFS - Instituto Federal de Sergipe	Aracaju; Estância; Nossa Senhora da Glória; Itabaiana; Lagarto; Poço Redondo; Propriá; São Cristóvão; Nossa Senhora do Socorro; Tobias Barreto - SE
IFSC - Instituto Federal Catarinense	Videira - SC
IFRO - Instituto Federal de Rondônia	Guajará-Mirim; Porto Velho - RO
IFRJ - Instituto Federal do Rio de Janeiro	Rio de Janeiro - RJ
IFSUL - Instituto Federal Sul-Rio-Grandense	Sapiranga - RS
IFMG - Instituto Federal de Minas Gerais	Belo Horizonte; Governador Valadares - MG
UNIVERSIDADES ESTADUAIS E MUNICIPAIS	Municípios:
UERN - Universidade do Estado do Rio Grande do Norte	Mossoró - RN
FUESPI - Fundação Universidade Estadual do Piauí	Picos - PI
UNIFIMES - Centro Universitário de Mineiros	Mineiros – GO; Trindade - GO
UNIRV – Universidade de Rio Verde	Rio Verde - GO
UENF – Universidade Estadual do Norte Fluminense	Campos dos Goytacazes - RJ
UNEMAT - Universidade do Estado de Mato Grosso	Cáceres - MT
UNICENTRO -Universidade Estadual do Centro-Oeste	Guarapuava - PR
UEFS - Universidade Estadual de Feira de Santana	Feira de Santana - BA; Chapada Diamantina / Lençóis-BA
UVA - Universidade Estadual do Vale do Acaraú	Sobral - BA; São Benedito - CE; Camocim- CE; Acaraú - CE; Granja - CE
UNIOESTE - Universidade Estadual do Oeste do Paraná	Marechal Cândido Rondon - PR
UNEAL - Universidade Estadual de Alagoas	Arapiraca – AL ; Santana do Ipanema – AL; União dos Palmares - AL
UNICAMP – Universidade estadual de Campinas*	Campinas - SP

TABELA 3 – Lista de parcerias celebradas entre EBC e universidades e institutos federais para rádios FM Fonte: Rede Nacional de Comunicação Pública – EBC, informação solicitada via Lei de Acesso à informação (ANEXO 1, ANEXO 2) * A Unicamp não consta na lista enviada pela EBC, mas foi citada em matéria sobre o evento (AGÊNCIA BRASIL, 2024)

A atuação da RNCP e sua expansão através das universidades e institutos federais são demonstrações do papel fundamental das emissoras universitárias para o sistema público de radiodifusão.

3.5 A programação do rádio público e educativo: Modelos e diretrizes

A partir desses marcos legais e da experiência na radiodifusão educativa e universitária no Brasil e no mundo, a produção acadêmica a respeito do tema busca estabelecer algumas delimitações, experiências e modelos no que tange à programação de emissoras educativas, entre as quais se inserem as universitárias. Estas costumam se pautar por uma diversidade de formatos e enfoques, em um modelo comparável ao que se convencionou chamar na Europa de *Public Service Broadcasting* (PSB) (Pieranti; Fernandes; Cardoso, 2019, p.11). Suas grades incluem programas jornalísticos, música, programas de variedades, divulgação científica, programas esportivos e outros formatos comuns às outras emissoras mas que, sem ter como objetivo o lucro, proponham a construção da cidadania e o desenvolvimento sociocultural de seus ouvintes:

O que diferencia, então, a programação da radiodifusão pública da transmitida pelas emissoras comerciais? (...) Sucintamente, para que a pergunta não fique sem resposta, cabe pontuar que essa diferenciação não diz respeito ao caráter generalista da programação, mas sim à forma de abordagem dos conteúdos. Espera-se da radiodifusão pública uma abordagem crítica e independente, de governos e do mercado, dos conteúdos tratados, assim como o tratamento de temas pouco palatáveis às emissoras comerciais, ainda que com uma abordagem que busque alcançar toda a audiência possível (Pieranti, 2017, p.74).

A UNESCO propõe quatro princípios para a radiodifusão pública: 1) A Universalidade, tanto no sentido de ser acessível tecnicamente a toda a população, quanto de ser "popular", dialogando com a população e sua cultura, e não apenas com uma minoria; 2) Diversidade, seja dos gêneros de programas, das vozes, opiniões

e dos assuntos abordados, assim como na compreensão e no diálogo com a diversidade da população que esse serviço atende; 3) Independência, garantindo a livre expressão a despeito de pressões econômicas e políticas e 4) Diferenciação, garantindo que a mídia pública não seja uma cópia da comunicação privada ou estatal, princípio que dialoga com a complementariedade proposta pelo supracitado artigo 223 da Constituição Federal (UNESCO, 2001).

Essa complementariedade e diferenciação também é abordada pelo pesquisador e ex-presidente da Radiobrás Eugênio Bucci:

Assim como, em certa perspectiva, a TV comercial consegue olhar o Estado pelo lado de fora, pois finca raízes no mercado, não na administração pública (ao menos em tese), a TV pública poderia olhar o entretenimento pelo lado de fora, pois não pertence à lógica do entretenimento (ao menos em tese). Assim como a publicidade garante à radiodifusão privada independência em relação ao Estado, a ausência de publicidade garantiria à segunda a independência perante o mercado. (Em tese, sempre em tese, é bom avisar, uma vez que, no Brasil, a prática não corrobora a teoria) (Bucci, 2008, p.72).

Essa explicação contribui na análise sobre a abordagem desses meios em relação aos bens culturais. Entendendo a concentração da indústria fonográfica e suas conexões com outros segmentos econômicos, garantir às mídias públicas uma visão alternativa à comunicação comercial em relação à produção artístico-cultural – sem deixar de lado a universalidade e a diversidade – parece fundamental para que esse setor cumpra sua função existencial.

3.6 Especificidades da programação em rádios universitárias

Se não há previsão legal no Brasil que defina as emissoras universitárias, serão consideradas pertencentes a este conjunto todas as emissoras controladas direta ou indiretamente por instituições de ensino superior – sejam elas públicas, privadas ou confessionais. Este universo, que abrange 108 emissoras transmitindo em AM, FM ou na *web* (Mustafá; Martin-Pena; Kischinhevsky 2020), vem sendo mapeado por um grupo de pesquisadores e os resultados desse mapeamento apontam uma

diversidade de experiências e estruturas, a começar pela própria relação institucional dessas emissoras com suas instituições mantenedoras:

...em relação à gestão, havia casos de vínculo direto com a assessoria de comunicação da reitoria, pró-reitorias de extensão, cursos de Comunicação e fundações; que os conteúdos das rádios eram majoritariamente de programas musicais, com parte da programação destinada a debates e serviços organizados por professores ou estudantes estagiários ou voluntários; e que o conjunto de emissoras de rádios e TVs universitárias não chegava a constituir-se como um sistema educativo (TEMER et al., 2019, p.20).

Um dos aspectos singulares dessa ligação com instituições superiores de ensino, principalmente aquelas que possuem cursos de comunicação social, é o potencial laboratorial dessas emissoras. A rádio universitária serve ao desenvolvimento de novos profissionais de rádio, principalmente ao acolher bolsistas e estagiários em seus quadros (Blois, 2003). A participação ativa desses profissionais em formação na produção de rádio educativo contribui para seu aprimoramento ao mesmo tempo que permite experimentações de formato e conteúdo dentro das possibilidades desta mídia

É esta ligação que torna a rádio universitária um laboratório importante para as faculdades de Comunicação, já que toda sua estrutura pode servir para que os estudantes tenham um exercício prático pautado pela qualidade, pela resposta do ouvinte, pelo rigor e velocidade da informação e pela responsabilidade. É na atividade laboratorial, especialmente, fazendo uso da rádio, que os estudantes ultrapassam os estreitos espaços da sala de aula e da avaliação do professor. Acabam por dividir com a sociedade o seu fazer e a sua avaliação (De Deus, 2003, p.6).

Conforme descreve Sandra de Deus, essa prática laboratorial enriquece também a experiência dos ouvintes, trazendo inovação e uma diversidade de ideias, vozes e conhecimentos característica da comunidade universitária, em um processo de conexão entre universidade e comunidade que é o grande valor da extensão universitária.

Para além de refletir a diversidade e os conhecimentos dos profissionais, alunos e professores que constroem o rádio universitário, este é um espaço privilegiado para a divulgação científica, fazendo dessas emissoras “veículos do saber científico, cultural, político, filosófico e musical produzido dentro da universidade” (DE DEUS, 2005, p.93). Isso se consolida na programação dessas emissoras através programas e boletins dedicados à divulgação do conhecimento produzidos pelos diversos departamentos das universidades mantenedoras e de outras instituições científicas parceiras (Temer et al., 2019; Medeiros; Teixeira, 2019; Maluly; Silva, 2019).

Outra característica interessante das programações dessas emissoras que visa a extensão universitária e a diminuição das barreiras entre a Universidade e a comunidade que a rodeia é a participação de pessoas externas à comunidade acadêmica na produção de conteúdo. Tomando como exemplo os programas voltados ao rap e ao movimento Hip-Hop transmitidos em rádios FM de universidades públicas, dos cinco programas em atividade sobre esse gênero em 2021, quatro destes eram realizados por colaboradores externos à comunidade acadêmica, ainda que dois deles sejam egressos da instituição de ensino mantenedora da emissora (Gomes; Pieranti, 2022). Ao analisar a proposta programática da rádio UFMG Educativa, Medeiros e Teixeira (2019) definem bem esse tipo de programação:

Ainda existem na programação faixas de horários dedicados a outros programas feitos por colaboradores externos à equipe da rádio, chamados internamente de programas especiais. Com múltiplos temas e formatos, esses programas corroboram para que a emissora consolide sua identidade enquanto rádio pública e educativa, falando para um público heterogêneo e atingindo cada vez mais pessoas (Medeiros; Teixeira, 2019. p.91).

Ao enumerar os programas e seus proponentes, os autores expõem a diversidade de programas da Rádio UFMG Educativa que envolve a comunidade acadêmica (docentes, discentes e técnicos administrativos), além de coletivos e iniciativas individuais de fora dos muros da universidade (Medeiros; Teixeira, 2019, pp.91-92). Em uma análise ampla e assistemática das grades de programação das emissoras universitárias, foi observado que esse formato se repete em parcela considerável das emissoras.

3.7 Programação musical de emissoras educativas e universitárias

Estabelecidas algumas das possibilidades inerentes à radiodifusão universitária, cabe pontuar também as impressões colhidas em análises de suas programações musicais, formato predominante na grade de programação dessas emissoras e objeto deste trabalho.

Pioneira neste campo, a rádio Universidade da UFRGS estabeleceu como característica de sua programação o predomínio da música de concerto. Esta visão editorial dialoga com a proposta de outras rádios educativas pioneiras, como a Rádio Sociedade (Temer et al., 2019) e suscitou uma série de discussões sobre se essas emissoras tinham uma programação elitista ou se serviam como difusoras desse formato de música pouco acessível a boa parte da população - que não tinha acesso a discos e concertos desse gênero:

Uma das principais marcas da programação musical do tempo pioneiro do rádio no Brasil, inclusive da primeira emissora não-comercial que deu origem aos segmentos do campo público da radiodifusão, foi a música clássica, quase totalmente a erudita. E o que se pode perceber neste resgate histórico é que tal característica se deveu ao fato de ser considerada o símbolo de transmissão da cultura e de educação, juntamente com a veiculação de palestras e debates científicos, além de programas instrucionais (Zuculoto, 2010).

Conforme descreve Zuculoto (2010), esse foco na música erudita se amplia para outros gêneros musicais a partir da consolidação da rádio Nacional como um modelo para as emissoras da chamada “era de ouro do Rádio”. Esta emissora, apesar de estatal, atuava como uma rádio comercial e serviu de referência para os formatos de programação de todas as emissoras desta época, com seu foco no entretenimento, no jornalismo e na música popular brasileira. Segundo a autora, tal influência acabou por moldar também as principais emissoras educativas do período, como a Rádio Inconfidência, de Belo Horizonte, e a rádio MEC, do Rio de Janeiro, que, buscando ampliar sua audiência,

...além de prosseguir com programações eruditas, passou a transmitir muita MPB, samba, músicas regionais, música internacional, incluindo jazz. Mas

todos estes gêneros sempre com o cuidado de não se desviar do que considerava como seu padrão cultural, com raízes nos ideais de Roquette-Pinto (Zuculoto, 2010, p.108).

Posteriormente, com a disseminação das emissoras em Frequência Modulada, a MPB se consolida como o gênero mais tocado nas emissoras universitárias. (Temer et al., 2019; Ribeiro, 2019; Franco, 2013, Zuculoto, 2010). Este gênero, conforme já discutido, dialoga principalmente com uma classe média intelectualizada e conta com espaços como as universidades, e suas emissoras, para sua legitimação enquanto manifestação cultural ligada ao “bom gosto” (Trotta, 2011). Por outro lado, por tratar-se de um termo “guarda-chuva”, que engloba uma diversidade de manifestações culturais de diversas regiões e culturas do país, sua predominância não precisa ser enxergada como uma homogeneização, podendo ser – o que só seria possível afirmar em uma análise mais pormenorizada – um indicativo de respeito e promoção da diversidade cultural da música brasileira:

Nas faixas musicais e culturais das grades, atualmente continua-se a observar o grande peso à música popular brasileira e também à regional. E como sempre a definição, das próprias emissoras, de que rodam MPB de qualidade. Mas assim como acontece na montagem da sua grade diária de programação musical, as rádios não conseguem pronta e claramente definir o que é MPB de qualidade. No seu último encontro [III Encontro Nacionais de Rádios Públicas, promovido pela ARBPUB e EBC] em Brasília, em 2009, o tema, já recorrente, voltou com força ao debate, com divergências, por exemplo, sobre veicular ou não Ivete Sangalo e outros cantores e compositores mais populares (Zuculoto, 2010, p.189).

3.8 As emissoras FM das universidades públicas paulistas

Tendo apontado aspectos gerais da programação e configuração das emissoras universitárias, passo agora a uma análise mais detalhada das emissoras que compõem o *corpus* desta pesquisa.

3.8.1 Rádio USP e a Rede USP

Em 1950, antes da fundação da rádio USP - primeira emissora universitária do estado de São Paulo¹⁵ - estreou o primeiro programa de rádio produzido pela Universidade de São Paulo: o “Momento Universitário” era transmitido pela Rádio Cultura PRE-4, emissora educativa controlada pela Fundação Padre Anchieta (Maluly; Silva, 2019). Em 11 de outubro de 1977 entraria no ar a primeira emissora universitária operando em Frequência Modulada, a Rádio USP, que inaugurou com potência de 60Kw. Operando na frequência 93,7 MHz, a emissora possui estúdios no campus da USP do Butantã e transmite a partir de uma antena no Pico do Jaraguá (Maluly; Silva, 2019; Ota; Maluly, 2014).

A Rádio USP já teve sua atuação premiada por diversas vezes:

Em 2000, a Rádio USP recebeu o prêmio da APCA (Associação Paulista dos Críticos de Arte) como melhor programação musical. Destacam-se da mesma maneira as premiações pela melhor programação de cultura geral, melhor programa de variedades, conferidos também pela APCA, o Prêmio Jabuti da Câmara Brasileira do Livro e o Terceiro Concurso Internacional de Programas de Rádio promovido pela Rádio Cubana (vencido pelo Clip Atualidades) (JORNAL DA USP).

No que diz respeito à sua programação, a emissora a define, em seu *website*, da seguinte forma:

A programação musical vem se caracterizando como uma opção à segmentação das atuais emissoras de FM, oferecendo ao público o melhor de todos os ritmos no panorama musical brasileiro, da MPB ao rock, do jazz ao samba e é uma das poucas emissoras que inclui música instrumental em sua programação principal. A Rádio USP difunde ainda gêneros musicais que não encontram espaços nas emissoras comerciais como, por exemplo, a música étnica, a música erudita, o jazz e o blues (JORNAL DA USP).

A rede USP configura-se como uma das redes de rádio educativo no Brasil. Atualmente é composta pela já citada Rádio USP de São Paulo e pela Rádio USP Ribeirão Preto, fundada em 2004 e operando em 107,9 MHz. Até 2007, a Universitária FM de São Carlos, uma permissão pertencente à fundação Theodoretto Souto,

¹⁵ Descartando desta cronologia a Gazeta AM, surgida em 1947 como emissora comercial (KISCHINHEVSKY; MUSFAFÁ; VALE, 2019).

também transmitiu a programação da Rede USP em 102.1 MHz (Ribeiro; Barros Monteiro, 2021; Pezzo; Botelho; Rodrigues, 2006).

A Rádio USP FM Ribeirão Preto fica nas instalações do Serviço de Comunicação Social da Coordenadoria do Campus (CCRP) e, além de retransmitir programação da emissora da capital, produz boletins jornalísticos e programas de divulgação científica como "FEA Comunidade, O Ambiente é o Meio e Minuto do Agronegócio, em parceria com as unidades da USP em Ribeirão Preto, e Dica Legal, com dicas culturais e de lazer na cidade"(Maluly; Silva, 2019).

3.8.2 Rádio UNESP

A Unesp FM foi fundada em 13 de maio e 1991 e está sediada no campus Bauru da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho". Transmitindo em 105,7MHz, "a emissora trabalha com potência de transmissão de 3.000 watts e atende um raio de 100 km, o que permite atender a cidade de Bauru e a região" (Vicente; Versuti, 2015). A emissora está ligada à reitoria da universidade enquanto Unidade Complementar, com estatuto e regimentos próprios. No mesmo campus em que a emissora está localizada existe a Faculdade de Arquitetura, Artes, Design e Comunicação (FAAC) que oferece cursos de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo e Radialismo (Ribeiro, 2018).

A emissora é uma das fundadoras da Rede Rubra de Rádios Universitárias do Brasil (Dionizio; Marques, 2019). De acordo com o *site* da emissora "A programação musical contempla variados gêneros musicais: jazz, rock, blues, erudito, orquestras, new age, pop e, principalmente, as vertentes da Música Popular Brasileira, como choro, samba, música instrumental, clássicos e as novidades da MPB"(UNESP FM).

3.8.3 Rádio UFSCar

Transmitindo em 95,3 MHz com potência de 150W, a Rádio UFSCar é uma concessão da Fundação de Apoio Institucional ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico da Universidade Federal de São Carlos – FAI UFSCar. Inaugurada em 23 de agosto de 2007, com estúdios localizados no campus São Carlos, a emissora mais jovem dentre as estudadas recebeu em 2010 o Prêmio Especial do Júri pela Associação Paulista de Críticos de Arte (APCA) e, no ano seguinte, o Prêmio AREDE,

na modalidade Setor Público, categoria Desenvolvimento de Conteúdo (Kischinhevsky et al, 2019).

Sua programação tem como foco a música e a divulgação científica. Conforme descrito no *site* da emissora, esta "é produzida em colaboração com a comunidade, por meio de Chamadas Públicas, e possui amplo espaço para a cena artística em geral", o que revela em sua proposta uma busca por conexão com seu território. Além disso, a rádio opera inteiramente utilizando *software* livre, sendo pioneira nesse sentido (RADIO UFSCAR).

4. Análise das grades de programação

4.1 Materiais e critérios utilizados na análise da grade de programação

Para compreender de que maneira a produção musical independente é incluída na programação das emissoras citadas acima, proponho primeiramente uma análise geral das grades de suas programações. Tal análise foi realizada entre os meses de agosto e setembro de 2023 e teve como base documental as informações disponíveis nos *websites* das emissoras, assim como documentos complementares cedidos por suas direções a este pesquisador. Foram analisadas as grades horárias semanais, sinopses e fichas técnicas dos programas e, caso necessário, arquivos e sinopses de episódios desses programas que estivessem disponíveis.

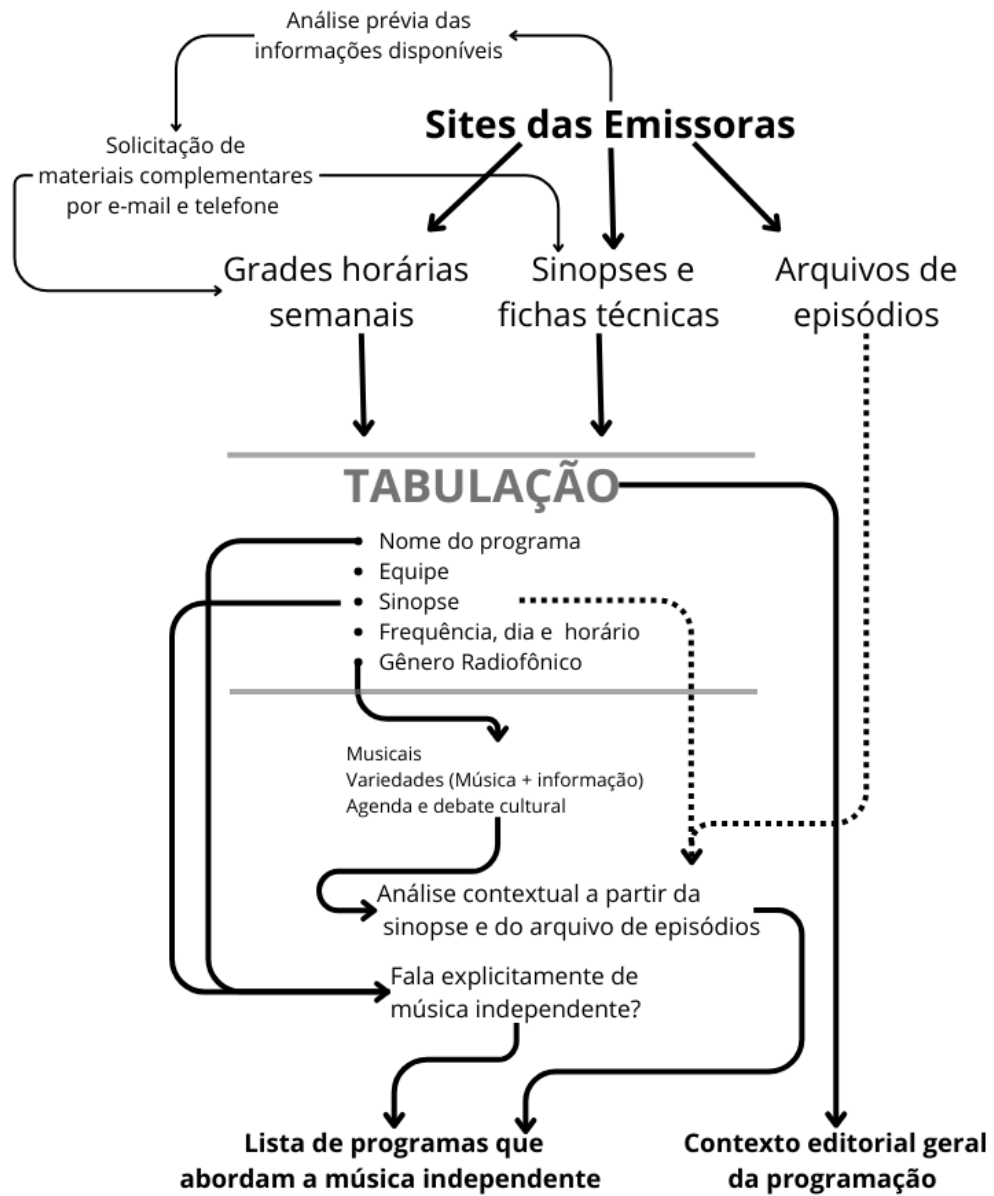
Procurou-se compreender a proposta geral das emissoras, o equilíbrio entre os diferentes formatos radiofônicos na ocupação das faixas horárias semanais – assim como as transmissões quinzenais ou mensais que se alternam em uma mesma faixa – com os programas, faixas horárias e suas reprises. Atendo-se à temática desse trabalho, buscou-se identificar dentre essas transmissões a presença da música independente, seja na execução de músicas – no caso de programas musicais, faixas horárias e programas de variedades–, seja na divulgação de artistas e eventos musicais em agendas culturais, programas de debate, entrevista ou análise musical. Isto foi feito a partir da análise das sinopses e dos arquivos de edições passadas destes programas.

Nesse sentido foram utilizados dois critérios: 1) Identificar programas que explicitamente tratam da produção independente, trazendo esse termo ou algum sinônimo em sua sinopse e/ou título 2) Levantar programas que, tendo em vista seu recorte temático, podem destacar a produção musical independente, ainda que isto não seja explicitado no texto. Para embasar este segundo critério, tomamos como referência o contexto histórico e cultural da música independente analisado no capítulo 2, compreendendo aspectos socioculturais desta produção, como a ligação direta com as cenas musicais de seu território, o seu caráter contra-hegemônico ou sua ligação com produções experimentais ou de nichos, levando em conta que tais

aspectos não são exclusivos nem condicionantes da música independente. Em outros casos, as entrevistas com os gestores e programadores das emissoras poderão servir para definir a presença da música independente nesses programas e faixas horárias, assim como a intencionalidade desta presença, aspecto importante para a profundidade na análise empreendida neste trabalho.

Escolher conteúdos (emissões) e colocá-los em faixas horárias, ação entendida como arte de programar, não é um procedimento neutro. A seleção, como a sucessão e aproximação dos programas são criadores de sentido e contribuem para forjar a identidade da emissora” (Jost, 2010, p.52),

Assim, mais do que compreender a presença da produção musical independente nessas programações, procura-se identificar se e como essa independência é um critério nos processos de curadoria dessas emissoras.



4.2 Rádio UFSCAR

A programação da Rádio UFSCar é bastante variada no que diz respeito à quantidade e aos formatos de programas. Foram analisados 62 programas, faixas horárias e programetes, divididos, conforme documento cedido pela emissora, entre programações da casa, coproduções e programas independentes. Esta divisão demonstra uma grande participação da comunidade acadêmica e externa na programação enquanto uma política editorial da emissora que resulta, por exemplo, em programas temáticos informativos e de divulgação científica, sendo muitos deles mensais, quinzenais ou mesmo com frequência irregular.

Entre os programas musicais, há propostas de cunho informativo, biográfico ou histórico, e um programa trata especificamente da música independente, estabelecendo isso de forma explícita em seu título: *Artistas Independentes* é um programete com a proposta de divulgar artistas independentes a partir de um formato de auto apresentação "Músicas de artistas locais, regionais e nacionais, apresentados por eles próprios ao longo da programação".¹⁶ Vale lembrar que o projeto editorial vigente da rádio UFSCar apresentado em 2006 – em processo de revisão desde 2022¹⁷ - explicita seu compromisso com a divulgação da música independente e o contato direto com essa produção:

A identidade da Rádio UFSCar define-se justamente na diversidade pautada pelo critério da qualidade. Assim, a programação da Rádio - tanto nos horários regulares quanto nos programas especiais - privilegia a difusão da produção musical de artistas e selos independentes que não encontram espaços nas emissoras comerciais.

(...)

É central no dia-a-dia da Rádio também o contato e parceria com artistas independentes, sendo resultantes desse contato a constituição do acervo diversificado da Rádio; a visita permanente desses artistas à Rádio para apresentações e conversas com o público ao vivo e gravadas; o abastecimento de informações sobre esse cenário musical na versão Web da

¹⁶ Sinopse retirada de documento editorial enviado pela emissora através de *e-mail* a este pesquisador

¹⁷ <http://radio.ufscar.br/noticia/comunidade-da-ufscar-elabora-projeto-editorial>. Acesso em 08/09/2023

Rádio; e conseqüentemente, o fortalecimento do cenário musical independente no Brasil (Rádio UFSCAR, 2006, pp. 6 e 17).

Além disso, foram identificados outros programas que, sem explicitar em sua sinopse, apresentam potencial de divulgação da música independente: *Às Margens da Cidade* é uma coprodução entre a rádio UFSCar e o NaMargem – Núcleo de Pesquisas Urbanas (UFSCar). O programa discute questões pertinentes às periferias, entrecortadas por "músicas das e sobre as periferias urbanas". Dado que essas músicas muitas vezes são produzidas às margens da grande indústria, tal programação pode ter um destaque à música independente. Cabe saber de que forma isso é levado em conta no processo de curadoria. Neste mesmo sentido, o programa *Vozes Negras*, que fala sobre a comunidade negra regional, trazendo entrevistas com artistas e personalidades, pode servir como canal para divulgação de artistas independentes.

Caixa De Entrada é dedicado a apresentar os lançamentos musicais recém-chegados à programação da emissora. Analisando o arquivo de edições deste programa, verifica-se a presença constante de artistas independentes apresentando seus trabalhos, como é o caso da artista pernambucana Doralyce nas edições de 22 e 29/07/2023, da banda paulista Bike na edição de 15/07/2023 e da cantora são-carlense Maria Butcher na edição de 30/06/2023.

Dois programas têm como temática a cena cultural local: *Polifonia*, que em sua sinopse destaca "As muitas vozes da cultura" e **Asterisco*, que traz "Agenda cultural e programação dos cinemas da cidade". Nos dois casos, a possibilidade de divulgação de artistas independentes locais e de outras cidades e suas apresentações se configura como uma ação de fomento à essa produção para além da execução musical. Outro programa que pode abordar a produção independente a partir dos profissionais inseridos nesse mercado é o *Cabine de som*, que apresenta entrevistas com profissionais da área de áudio e produção musical.

O programa *Más Alla de La bossa nova*, que tem como temática os artistas brasileiros em diáspora, também poderia abordar, de acordo com sua curadoria, uma série de artistas que produzem e difundem sua música de forma independente. De forma mais ampla, programas documentais sobre música, como o *Artista da Semana*, *História e Música*, *Estação Música* e *Projeto Discografia* podem eventualmente tratar

de artistas ou movimentos da música independente. Da mesma forma, são programas dedicados a gêneros musicais específicos nos quais pode haver um destaque para artistas locais ou independentes: *Metalstoria* (Metal), *Na Onda Do Blues* (Blues), *Digestivo Reggae* (Reggae), *Aquarela* (Instrumental), *Bambu*, *Tirabu: Canções Da E Para A Infância* (Música Infantil).

Tendo em vista o destaque à música independente enquanto parte da proposta editorial desta emissora, também vale investigar, em suas transmissões e no diálogo com os responsáveis pela programação, a presença de artistas independentes nas faixas horárias em que predomina a música automatizada: *Banquete De Hits*, *Tempo Do Samba* e *Hora Extra*.

4.3 Rádio UNESP

A programação da emissora bauruense tem um predomínio de programas de seleção musical, alguns dedicados à música brasileira (MPB), música pop e instrumental, além de programas musicais informativos dedicados a gêneros específicos, todos produzidos pelo corpo de seus profissionais. De segunda a sexta, entre 8h e 18h, esta programação é entrecortada a cada 30 minutos por boletins informativos (nas horas cheias) ou boletins de jornalismo e divulgação científica (nas horas e meia). Muitos dos programas da grade são transmitidos mais do que 3 vezes por semana (entre dias úteis e finais de semana) em horários diversos (ex. *Canta Brasil*, transmitido às segundas-Feiras, às 01h, quartas-Feiras, às 21h, quintas-Feiras, às 13h, sextas-Feiras, às 05h e domingos, às 10h), o que garante sua audiência por ouvintes com diferentes perfis de consumo mas também denota uma certa homogeneidade no conteúdo programático.

O *Unespinha*, dedicado ao público infantil, é o único programa de variedades – ou seja, que reúne conteúdos sonoros diversos com música. Além deste programa, dos boletins informativos e jornalístico e da vasta programação musical, a emissora também transmite um programa jornalístico de segunda a sexta: *Rede Unesp de Comunicação* “parceria de conteúdo cultural e educativo com a TV Unesp, os Estagiários do Curso de Jornalismo e a Assessoria de Comunicação e Imprensa”

(UNESP), transmissão que põe em prática o caráter laboratorial da emissora e sua inserção no campus e na vida acadêmica.

A grade da Unesp no mês de agosto de 2023 transmitia 25 programas e 11 boletins ou programetes. Dentre eles, nenhum destacava em suas sinopses a música independente, alternativa ou a produção local e regional. Seguindo os critérios apresentados no início desse capítulo, ressaltamos dois programas na qual a música independente aparentemente possui destaque, a partir da interpretação de sua sinopse, audições e arquivo de episódios disponíveis no *site*:

Pé na estrada é um programa que se debruça sobre "A produção da atual cena musical brasileira e os artistas que estão com o pé na estrada"(UNESP), divulgando e comentando a obra de artistas brasileiros contemporâneos, muitos deles independentes, além de artistas que produzem no território para o qual a emissora irradia (Bauru e região).

Outro destaque é o *Música ligeira*, programa noturno dedicado à música *pop* em um sentido amplo. A partir do arquivo de edições do programa disponível no *site* da emissora, foi verificada a presença de músicos locais e independentes sendo entrevistados e apresentando seus lançamentos como, por exemplo, o baterista paulista Paulo Almeida e o percussionista bauruense Diogo Alves.

Além disso, cabe destacar que, dentro dos programas dedicados a gêneros musicais específicos, há a possibilidade de destaque, intencional ou não, da música independente. Estes programas são: *Canta Brasil* (MPB), *Manhã popular brasileira* (MPB), *Estação Blues* (Blues), *Brasil instrumental* (Instrumental), *Jazz in concerto* (Jazz), *Esse tal de Rock n' Roll* (Rock), *Unespinha* (Música infantil), *Batuque na Cozinha* (Samba) e *Balanço Brasil* (Samba), *Caindo no choro* (Choro), *Vida Caipira* (Caipira) e *Lounge Unesp* (Eletrônico).

4.4 Rádio USP e rádio USP Ribeirão Preto

As emissoras USP (São Paulo) e USP Ribeirão Preto atuam em rede – Rede USP –, portanto suas programações são bastante semelhantes, havendo algumas poucas alterações na grade. Analisarei as transmissões da rádio USP paulistana, que atua como cabeça de rede e, na sequência, as especificidades da emissora de Ribeirão Preto.

A grade da rádio USP conta com 35 programas, incluindo jornalísticos - destaque para o *Jornal da USP* com 5 edições ao dia -, divulgação científica, programas de variedades com recortes temáticos culturais e programas musicais, incluindo, curiosamente, um programa dedicado a um único compositor, o *Manhã com Bach*, que vai ao ar nos finais de semana .

Apesar da programação variada em termos de formatos e temáticas, boa parte do tempo é dedicado às faixas musicais automatizadas *Som da USP*, *Madrugada USP* e *Manhã na USP*. Vale averiguar se, nestas faixas, há alguma prioridade ou destaque para a programação independente. A faixa *Manhã na USP*, que vai ao ar de segunda a sexta de manhã, dá indicativos dessa possibilidade em sua sinopse: “O programa dá ênfase à nova MPB, trazendo novos artistas e também artistas com longa carreira, mas que não têm espaço na grande mídia. Também há espaço para os trabalhos de professores da Universidade” (Jornal da USP).

Dedicado exclusivamente à música independente, o programa *Sons do Brasil* apresenta a cena independente brasileira, com comentários, execução de músicas e entrevistas:

O programa apresenta a música independente, resultante de composições e interpretações de talentos ignorados pela grande mídia e estranhas à maioria do público que aprecia MPB e todas as suas vertentes e influências. Espaço para novos talentos e um bate papo que aborda os assuntos relacionados com a ‘cena independente brasileira’ (Jornal da USP).

Dentro da programação também são transmitidos programas sobre a cena cultural e de agenda cultural, como o *Cultura na USP* - transmitido apenas em São Paulo, focado nas ações culturais realizados nos *campi* da capital ou pela própria universidade - , *Conversas artísticas* e o *De papo pro ar*. Neste último, o arquivo de edições registra uma série de programas com entrevistas e lançamentos musicais de artistas independentes, como, por exemplo, Salomão Soares e Guegê Medeiros, Gabi Buarque, Reynaldo Bessa, entre outros.

Outro programa digno de análise é o *Rádio Matraca*, já que este humorístico é produzido há mais de 30 anos pelos integrantes do grupo Língua de Trapo. Essa banda integrou o movimento chamado de vanguarda paulistana, tendo lançado seu primeiro disco pelo selo Lira Paulistana, uma das experiências mais notáveis da

música independente nos anos 1980, conforme já descrito na sessão 2.5 deste trabalho.

Cabe destaque também a dois programas temáticos: *Brasil Latino* e *Quilombo Academia* que, por sua temática contra-hegemônica, podem ser um espaço privilegiado de veiculação da música independente, no caso afrodiaspórica, indígena e latino-americana, embora esse não seja o foco principal dos programas.

Entre aqueles dedicados exclusivamente a gêneros musicais, pode haver presença de música independente, de forma intencional ou não, em parte deles como *Vira e Mexe* (Forró), *O Samba Pede Passagem* (Samba), *Revoredo* (caipira), *Lado Z* (Raridades). Neste mesmo sentido, o boletim *Por dentro da Música*, que veicula informações sobre história, composição e análise musical, pode trazer edições sobre artistas independentes

A Rádio USP Ribeirão Preto retransmite boa parte da programação da emissora de São Paulo, que atua como cabeça de rede. Sua grade de programação é praticamente a mesma, com versões regionais de alguns programas no período da manhã – a faixa musical *Manhã na USP* e a edição das 12h30 do *Jornal da USP*.

O único programa exclusivo da emissora é o *Express Cultura*, focado na agenda cultural de Ribeirão Preto e Região. Este, tendo entre suas temáticas a música produzida na região e os artistas que circulam pela cidade, acaba por destacar artistas independentes, como é o caso do grupo Pó de Café e o cantor Dimi Zunquê, que figuraram entre os entrevistados em dois programas do mês de setembro de 2023.

Além disso, emissora do interior é responsável pela produção dos programas *Arvoredo*, sobre música caipira, e *O Ambiente é o Meio* - programa de divulgação científica sobre meio-ambiente - que vão ao ar nas duas emissoras da rede, além de quadros, colunas e matérias que são veiculados nas edições do *Jornal da USP*. A tabela a seguir reúne os programas identificados como voltados à música independente:

Rádio UFSCar	62 programas, faixas e boletins analisados a partir do <i>site</i> e de materiais enviados pela direção da emissora por <i>e-mail</i> .
Programa que trata explicitamente da música independente:	
Artistas Independentes	"Músicas de artistas locais, regionais e nacionais, apresentados por eles próprios ao longo da programação"
Programas que dialogam com contextos da música independente:	
Às Margens da Cidade	"músicas das e sobre as periferias urbanas"
Vozes Negras	"entrevistas com artistas e personalidades, pode servir como canal para divulgação de artistas independentes. "
Caixa De Entrada	programa dedicado aos lançamentos – no arquivo de edições, verifica-se a presença constante de artistas independentes.
Rádio Unesp	25 programas e 11 boletins analisados a partir do <i>site</i> e de materiais cedidos pela direção da emissora ao pesquisador
Programas que dialogam com contextos da música independente:	
Pé na Estrada	"A produção da atual cena musical brasileira e os artistas que estão com o pé na estrada."
Música Ligeira	programa dedicado à produção menos conhecida da música <i>pop</i> . – No arquivo de programas estão presentes artistas locais e independentes sendo entrevistados e apresentando seus lançamentos
Rede USP	35 programas + 1 programa exclusivo da Rádio USP Ribeirão analisados a partir do <i>site</i> da emissora
Programa que trata explicitamente da música independente:	
Sons do Brasil	"O programa apresenta a música independente, resultante de composições e interpretações de talentos ignorados pela grande mídia (...) Espaço para novos talentos e um bate papo que aborda os assuntos relacionados com a 'cena independente brasileira'"
Programas que dialogam com contextos da música independente:	
Cultura na USP	Programa sobre a programação cultural dos campi da USP em São Paulo
Conversas Artísticas	Programa sobre a cena cultural paulistana
De Papo pro Ar	Arquivo de edições registra uma série de programas com entrevistas e lançamentos musicais de artistas independentes
Rádio Matraca	Produzido por integrantes da banda independente Língua de Trapo
Brasil Latino	Programa sobre a cultura latino-americana com músicas de artistas da região
Quilombo Academia	Programa dedicado à cultura afrodiáspórica e indígena
Express Cultura (USP Ribeirão Preto)	Focado na agenda cultural de Ribeirão Preto e Região, o arquivo de edições registra diversos programas com participação de artistas independentes.

TABELA 4: resultados da análise das grades de programação. Fonte: Autoria própria.

5. O trabalho de programação radiofônica e a música independente

Para uma compreensão mais aprofundada sobre a inserção da música independente na programação destas emissoras, seu compromisso com a diversidade cultural e os processos através dos quais essas premissas se consolidam nos seus múltiplos conteúdos radiofônicos, foram realizadas, conforme já disposto na metodologia, entrevistas com uma série de profissionais envolvidos diretamente na programação das quatro emissoras estudadas. Essas entrevistas semiestruturadas foram realizadas no mês de outubro de 2023 com 7 profissionais, entre gestores, produtores e programadores das rádios universitárias.

5.1 Rádio Unesp

Foram entrevistados, de maneira presencial no campus da Unesp Bauru, o diretor da emissora, Prof. Dr. José Carlos Marques e o coordenador de programação Sérgio Magson Dionísio. José Carlos Marques é graduado em Letras e doutor em Jornalismo pela USP; é professor do Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura, Artes, Design e Comunicação/FAAC Unesp desde 2009. Sua relação com a rádio começou ao atuar como colaborador em um programa esportivo em 2010; em 2017 foi eleito e nomeado diretor da rádio pela reitoria. Sérgio Magson é graduado em comunicação, rádio e TV pela FAAC/Unesp, com especialização em linguagem, cultura e mídia pela mesma instituição, e é servidor da Rádio Unesp desde 1995 como discotecário e programador, estando atualmente à frente da coordenação de programação da emissora.

Ambos os gestores definem a programação da emissora como plural e alternativa à promovida pelas emissoras comerciais da região. Um bordão utilizado pelos locutores que representa essa proposta é “O som que você só ouve aqui”, o qual complementa o *slogan* oficial da emissora: “Unesp FM, muito mais que ouvir” (Marques, 2023), reforçando o compromisso com uma programação cultural diversa e distante do comum.

A gente quer oferecer para o nosso público ouvinte aquilo que não vai ouvir se ele sintoniza uma rádio comercial padrão, e aí não é nem uma crítica às rádios comerciais padrão, elas têm um modelo de negócios delas, elas têm

um projeto editorial musical delas e a gente respeita. A gente acha que, como rádio cultural educativa, ainda mais numa instituição pública (...) a gente tem um dever e o direito obviamente de poder veicular coisas que as outras pessoas não vão ter nessas outras emissoras. Então, o orgulho que eu tenho desta rádio e se você conversar com os produtores musicais, todos vão ter o mesmo orgulho, é de poder fazer um trabalho que não está sendo imposto por ninguém, por nenhum padrão de mercado e de a gente poder oferecer aquilo que ninguém ouve (Marques, 2023).

Todo o conteúdo – com exceção da *Hora do Brasil* e de um programa realizado pela Fapesp e universidades parceiras – é produzido internamente pelos servidores da emissora. Os gestores avaliam positivamente a programação musical e o diretor da emissora credita essa qualidade a uma continuidade com o que havia sido desenvolvido em gestões anteriores. Por outro lado, os entrevistados apontam dois aspectos referentes à estrutura da emissora que acabam por engessar possíveis readequações, experimentos ou ampliações dessa programação: o primeiro foi o falecimento, por conta da pandemia de COVID-19, de dois locutores do quadro de funcionários, agravando uma restrição de pessoal. Outro aspecto é a estrutura jurídica da emissora, ligada diretamente à reitoria na capital paulista, sendo o reitor da Unesp o responsável legal pela sua permissão. Tal arranjo, apesar de fortalecer o papel da emissora dentro da universidade, engessa alguns processos de mudanças ou eventuais parcerias que a emissora possa firmar com outros atores da cultura local.

Dentre os programas que compõem a grade da Rádio Unesp FM os profissionais entrevistados apontam o *Pé na Estrada*, produzido e apresentado por Cilene Barros, como o que dá mais destaque à música independente. O programa semanal trabalha apresentando os lançamentos da música brasileira:

Pé na estrada quer pegar pessoas que não são conhecidas do *mainstream* e que lançaram o primeiro trabalho ou o segundo trabalho que teve pouca visibilidade, a gente vai atrás desses artistas. Grupos, bandas, artistas etc. Então o *Pé na Estrada* tem esse propósito. Talvez, na descrição do programa, não tenha, não esteja dito que é a música independente, mas a preocupação é justamente com esse pessoal que ainda não está cristalizado (Marques, 2023).

Sergio Magson cita também os programas *Música Ligeira* e *Sintonia Fina*, ambos produzidos por João Flávio Lima, como espaços onde a música independente, apesar de não ser exclusiva, tem destaque.

5.2 Rádio UFSCar

As entrevistas sobre a Rádio UFSCar foram realizadas, através de videoconferência, com Fernando Travassos Falcolsky, ou Fernando TRZ, supervisor audiovisual e responsável pela programação musical da emissora, e Diego Doirmo, diretor artístico da emissora. Fernando ocupa esse cargo há 2 anos, tem graduação em Desenho Industrial pela FAAC/Unesp de Bauru e também é músico, tendo atuado com bandas e artistas independentes de renome nacional como Aláfia, Liniker e os Caramelows, Pipo Pegoraro. Diego é graduado em Imagem e Som pela UFSCar e está à frente da emissora desde maio de 2021, sendo sua segunda passagem pela rádio, onde já atuou como gerente entre 2014 e 2017.

A programação da emissora tem como objetivo dialogar com a comunidade acadêmica assim como toda a população de São Carlos e adjacências. Existe um privilégio para a música independente na programação musical, mas esta também engloba artistas internacionais e do *mainstream*. Os responsáveis pela rádio também destacam seu papel na divulgação científica, na promoção da cultura local e da diversidade cultural.

Então tem esse compromisso com a ciência, tem um compromisso forte com a cultura da cidade e da universidade também. Então todo esse âmbito cultural a gente tá sempre atendendo seja pra divulgar os eventos, seja pra se aprofundar em algum evento que está rolando na cidade. Então a gente traz também os artistas aqui pra rádio, músicos e artistas de todas as áreas, não só músicos também pra conversar com a gente, apresentar em primeira mão trabalho, então existe um compromisso, vamos dizer assim, vivo com a cultura e um compromisso com a diversidade, né? Um compromisso de que seja democrático, que tenha esse caráter democrático por ser uma rádio pública, né? De atender a população da cidade, as pessoas que estão ali ouvindo o rádio mesmo em suas casas, de levar essa informação. levar essa nova música brasileira, música do mundo para essas pessoas, dar a chance de elas poderem ouvir coisas que estão acontecendo em várias esferas da

indústria musical e cultural e a informação científica, né? Então acho que essas duas coisas juntas, aliadas (Falcolsky, 2023).

Boa parte desses pressupostos, como a relação com a música independente, com a cultura local e com a ciência produzida na universidade, já estão presentes no projeto editorial da emissora, publicado em 2007, ano de sua inauguração. Seu diretor, Diego Doimo, ressalta a importância de aplicar as propostas do projeto na prática da emissora, assim como o interesse em revisar esse documento para constituir uma estrutura de conselhos e colegiados que assegurem ao mesmo tempo a participação social e a estabilidade do trabalho da rádio. Esta não é gerida diretamente pela universidade, mas é uma outorga de Fundação de Apoio Institucional ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FAI – UFSCar). Nos últimos anos a emissora também passou por adequações técnicas, como a transferência de sua antena, que ficava em outra região da cidade, para dentro do campus em 2017 e a mudança da classe C para a classe B, podendo operar com 500 watts de potência e aumentando sua abrangência para as cidades de Ibaté, Descalvado, Analândia, além das áreas rurais da região (Doimo, 2023).

A emissora transmite diariamente, em um intervalo de duas em duas horas, um programete chamado *Artistas Independentes*: neste conteúdo, uma música de um novo artista ou banda é apresentada pelo próprio artista, que conta em áudio um pouco de sua trajetória e proposta musical. Em 2022, foram feitas 90 edições diferentes do *Artistas Independentes* e no ano de 2023 a quantidade de programas passou de 100. Embora tenha surgido com o objetivo de apresentar os artistas de São Carlos e região, o programa acabou abrangendo também artistas e grupos brasileiros que estivessem de passagem pela cidade ou que enviavam seus áudios de forma digital após algum contato ou pesquisa de programação. Além deste programa, no qual o título já evidencia o foco na música independente, os dois gestores da emissora também destacam o *Caixa de Entrada*, no qual são veiculados os lançamentos musicais da programação da rádio, sempre com grande destaque para artistas independentes que figuram em entrevistas e na programação musical. Apresentado por Fernando TRZ, o *Caixa de Entrada* também inclui lançamentos de artistas renomados da música brasileira, servindo para levar aos ouvintes as novidades musicais da semana e artistas não tão conhecidos do grande público.

O *Polifonia*, apresentado por Diego Doimo, também é um espaço privilegiado para os artistas independentes. Este programa diário é composto por conversas com pessoas relacionadas à cultura da região, mostrando novos projetos e eventos da cidade, em diálogo direto com a cultura local, o que também inclui sua cena musical. Outros programas destacados pelos profissionais entrevistados são o *Rádio UFSCar Apresenta*, em que duas faixas de um artista são executadas com uma locução no meio, e uma curadoria que contempla bastante a música independente brasileira, o **Asterisco*, que apresenta a agenda cultural da cidade, e o *Cabine de Som* que tem como proposta conversar com os profissionais da música como técnicos, professores e produtores, boa parte destes atuantes no circuito independente.

5.3 Rede USP

As emissoras Rádio USP e Rádio USP Ribeirão Preto formam a rede USP, tendo a primeira emissora, da capital paulista, como “cabeça de rede”. A USP Ribeirão retransmite sua programação durante boa parte do tempo, com exceção das manhãs de segunda a sexta-feira, até às 13h, que contempla as versões locais da faixa *Manhã na USP* e do *Jornal da USP*, além do programa cultural *Express Cultura*. Neste sentido a programação das duas emissoras será discutida em conjunto.

Para compreender o desenvolvimento desta programação, foram feitas entrevistas por videoconferência com o chefe da divisão de comunicação da USP Ribeirão Preto Gabriel Girardi Soares; o responsável pela editoria de cultura da USP e da programação musical da Rádio USP, Gustavo Xavier, além do produtor Serginho Sággita, responsável pelo programa *Sons do Brasil*.

Sággita, ou Sérgio Aparecido da Silva, é um produtor técnico de *shows* com formação de radialista pelo Senac atuando em projetos independentes e grandes casas de *shows* da cidade de São Paulo, sendo responsável por toda a produção do programa *Sons do Brasil* desde sua fundação, como será detalhado mais à frente. Gustavo Xavier é mestre em psicologia social e graduado em Jornalismo, História e Ciência Social. Trabalha na Rádio USP desde 2015 e atualmente, enquanto subeditor de cultura, é o responsável pela programação musical e cultural da emissora. Gabriel Girardi Soares trabalha há 13 anos na comunicação da USP como analista de comunicação, é formado em Imagem e Som pela UFSCar e chefe da divisão de

comunicação da USP Ribeirão Preto, que engloba a rádio e as notícias produzidas para o portal do Jornal da USP e a rádio USP Ribeirão.

Na emissora do interior paulista é produzida a edição regional do *Jornal da USP no Ar*, que vai ao ar das 12h às 12h30, e a programação e locução da faixa *Manhã na USP* que ficam a cargo da locutora da emissora. No período da entrevista - outubro de 2023 - essa versão local da programação matutina não estava sendo realizada por problemas técnicos, mas, em uma situação normal, a programação musical local segue um formato preestabelecido

A gente sempre abre os blocos com música instrumental, o miolo de bloco, com canções que podem ser mais de artistas mais conhecidos, uma mescla com artistas não tão conhecidos mais fora do circuito comercial, e a gente sempre fecha os blocos com artistas locais, geralmente independentes. Essa é uma regrinha que a gente criou já faz um tempo, em parceria com o pessoal daqui do curso de música da faculdade de filosofia de Ribeirão Preto (Soares, 2023).

Além dessa programação, das 12h30 às 13h vai ao ar, de segunda a sexta, o *Express Cultura*, que tem como assunto principal a cultura local. Apresentado por Gabriel Mendeleh, o programa veicula entrevistas, notícias e notas sobre os eventos culturais da cidade; o programa costuma trazer artistas independentes da região de Ribeirão Preto ou que estejam de passagem pela cidade, incluindo suas músicas na programação..

O programa *Revoredo*, que vai ao ar nas duas emissoras da rede, também é produzido no campus de Ribeirão Preto – em um estúdio da faculdade de música – com curadoria e apresentação do maestro José Julião de Camargo. O programa aborda a música instrumental de viola caipira trazendo – não exclusivamente – muitos artistas independentes que atuam nesse segmento.

A programação musical da rede USP é quase exclusivamente composta por músicas brasileira, com poucas exceções, como é o caso do programa *Manhã com Bach* e algumas execuções de músicas estrangeiras que possam acontecer nos programas especiais da emissora. Dentro dessa premissa, a programação tem como objetivo apresentar a diversidade dessa música brasileira, lançando mão inclusive de sistematizações e técnicas de programação que abordaremos mais à frente na seção 5.7.

Dentre os programas especiais na grade da emissora identificados na análise das grades de programação, Gustavo Xavier confirma o compromisso com a diversidade nos programas *Rádio Matraca*, *Brasil Latino* e *Quilombo Academia* e também explica a relação do programa *Conversas Artísticas* com o universo da produção cultural da cidade de São Paulo.

Talvez seja de todos os programas o que tem mais forte essa variedade de funções e de papéis no cenário cultural (...) Os convidados representam muitos papéis diferentes: de produtores, de criadores, de artistas, de diretores. Enfim, tem funções muito variadas e está presente também no caso da música os independentes (Gustavo Xavier).

5.4 Sons do Brasil

Sons do Brasil é um dos programas que se destacam na análise das grades, tendo em vista seu foco explícito na divulgação dos artistas independentes. Trata-se de uma produção independente realizada pelo radialista Serginho Sággita que, além da rádio USP, onde surgiu, é transmitido em mais 14 emissoras, entre rádios comerciais, educativas, comunitárias e rádios-*web*. O programa entrou no ar em 2015, em virtude de um projeto apresentado por Serginho à rádio USP, que surgiu a partir de uma série de *shows* que o técnico produzia com o mesmo nome.

Os *shows Sons do Brasil* surgiram em 2010 em uma livraria, sempre com a proposta de divulgar o trabalho de artistas independentes, e continuaram acontecendo em diversos espaços (centros culturais, casas de *shows*, teatros) com alguns hiatos – a última temporada aconteceu em 2022 no Teatro da Rotina. Quando entrou em contato com a Rádio USP em 2012 para divulgar o projeto, surgiu a ideia de criar o programa seguindo a mesma proposta de valorização dos artistas independentes e *Sons do Brasil* foi ao ar pela primeira vez em 15 de março de 2015 (Sággita,2023).

O programa, com uma hora de duração, tem um formato de bate-papo entremeado por música, trazendo um convidado por edição – nas primeiras edições havia um segundo convidado ligado à área técnica e de produção – que apresenta suas músicas em uma conversa sobre a carreira. Além das músicas do convidado, durante o programa são executadas músicas de outros artistas independentes sugeridas pelo apresentador e também pelo convidado, os chamados “pitacos”: “é

uma forma de você valorizar o artista, mas que ele valoriza o outro artista também” (Sággita,2023).

Sons do Brasil é inteiramente produzido, apresentado e editado por Serginho, sendo um programa independente na programação da rádio USP. Com mais de 400 edições, no programa já foram entrevistados grandes nomes da música independente, dos quais Serginho destaca Jotapê, Mutinho, o Teatro Mágico, Roberta Campos, Luiza Lian, a cantora Cláudia. entre tantos. Para além de nomes mais conhecidos, o produtor acentua a importância do programa para os artistas com uma carreira de menos destaque:

Eu trouxe aqui o Adilson Aragão (...). Ele veio no programa 34, mas eu tinha dado um pitaco da música dele no programa 7. Eu convidei ele para o programa e ele contou no nosso programa que no dia que tocou a música no pitaco, ele faz parte de um motoclube e nesse domingo que tocou o motoclube estava reunido. Na hora do programa, todo mundo ligou o som que estava rolando na Rádio USP, todo mundo ouvindo. Aí tocou, falei o pitaco, né: ‘Adilson Aragão música, borracharia tal’, quando terminou todo mundo lá, mais de 400 pessoas aplaudindo ele. Ele falou pra mim no programa e ‘ô, Serginho, você me arrumou uma, cara! Eu chorei na frente de todo mundo, que pra mim foi uma emoção’, porque o cara com 63 anos, a primeira vez que a música dele tocou numa rádio (Sággita, 2023).

O *Sons do Brasil* acumula 3 prêmios Profissionais da Música de melhor programa de rádio do ano (2017, 2018, 2019), além de um prêmio APCA de melhor produção musical do rádio em 2018.

5.5 Como as emissoras universitárias compreendem a música independente

Conforme se procurou demonstrar no capítulo 2 deste trabalho, a música independente é um fenômeno cultural, artístico e econômico surgido na metade do século XX como uma alternativa à concentração comercial da indústria fonográfica e sofreu uma série de alterações ao longo da história. Tais alterações se agudizam com o processo de digitalização da música iniciado na virada do século XX para o XXI. Essas transformações tornam a delimitação da música independente uma tarefa não

muito objetiva – apesar de termos proposto alguns critérios para isso na última seção do capítulo 2 –, e entender como os profissionais responsáveis pela programação das emissoras estudadas compreendem a música independente e suas mudanças é fundamental para analisar como esta é abordada e fomentada nas suas programações.

Em contato direto com a produção musical, os profissionais entrevistados demonstram uma compreensão vívida das transformações no conceito de música independente neste nosso século, conforme bem descreve o diretor da Rádio Unesp:

Bom, eu acho que falar em independente no século XXI na década de 2020 é uma coisa, falar da música independente que acontecia no Brasil na década de 70 do século passado é outra. Hoje, mesmo o músico independente tem um nível de sofisticação, profissionalização dos processos de gravação que não acontecia há 50 anos atrás, então acho que hoje nós temos um independente *pero no mucho*. Pro cara fazer sucesso, ele não pode ser exatamente tão independente assim. Tem que ter um nível de sofisticação, pelo menos a elaboração do que vai gravar. Instrumentação de estúdio... Então acho que hoje a questão independente, já, até para a facilidade de acesso a equipamento materiais, estúdios. O independente hoje não é tão independente assim (Marques, 2023).

Sérgio Magson, da mesma emissora, reforça esse raciocínio discorrendo sobre a rede de profissionais que se forma em volta do artista independente:

Porque o músico independente, antes, o cara era o meio que um faz-tudo. Hoje em dia, acho que as coisas estão um pouco mais profissionais, então o cara acaba contratando lá alguém para fazer esse trabalho de divulgação para ele muitas vezes. O cara que está um pouquinho mais estruturado você vê que tem um cuidado, tem um olhar mais profissional para vender o peixe. Você vê que tem um *release* bem escrito, tem uma parte visual que foi pensada (Sérgio Magson, 2023).

A contextualização histórica dessa música independente que parece tão difundida atualmente é fundamental para uma programação musical coerente e diversa, como bem aponta Fernando Falcolsky, da Rádio UFSCar:

É, então, a música independente, ela não surge assim do nada. Ela também tem uma história de artistas que abriram caminhos seja em qualquer gênero que for, no hip hop, no reggae, no rock. Então é legal, quando acontece de você fazer um contexto histórico. (...) Hoje já é totalmente diferente do que era há 10 anos atrás e até depois de uma pandemia. Agora tudo vem pelo viés da internet, antigamente não era assim. Tinha mais, acho, que o lado humano do contato, festivais, o disco, a fita demo. Quer dizer: era mais difícil chegar, mas acho que chegava de uma forma mais direta e próximo do fator humano. Hoje está tudo aí na internet, mais dissolvido. (...) De certa forma, todo mundo virou independente hoje, até pelas gravadoras terem passado por uma crise e ter quebrado e não-sei-o-quê. Claro que tem os artistas que se mantêm no *mainstream*, mas são muito menos do que eram e mesmo esses grandes artistas, eles têm que se aproximar, vamos dizer assim, dos novos artistas independentes para se inserir (...) Os festivais independentes, por exemplo, antigamente você via um monte de nome lá que você não conhecia e hoje os festivais independentes na verdade só tem quase a galera do *mainstream* ali (...) de certa forma acho que o *mainstream* se apropriou desse conceito de música independente (Fernando TRZ, 2023).

Serginho Ságitta também concorda com essa “contaminação” do conceito de música independente pelo *mainstream* - conceito utilizado para definir os artistas de grande repercussão midiática e ligados à cultura de massa, tradicionalmente envolvidos com as *majors*. Fazendo uma generalização, Ságitta diz que:

de uns tempos pra cá todo mundo virou independente, até mesmo porque as gravadoras perderam aquela força que elas tinham em termos de ter o contrato do cara, eles bancarem tudo pro cara e o cara tem que cumprir todas as cláusulas do contrato. (...) As grandes gravadoras hoje viraram mais distribuidoras do que gravadoras, a verdade é essa. Mas é claro que tem alguns que, principalmente aqueles que são nichados dentro daquele estilo que está bombando (Ságitta, 2023).

Por outro lado, Ságitta procura reforçar um tipo de artistas independentes, herdeiros das primeiras experiências independentes brasileiras, que prezam pela sua liberdade criativa para além dos resultados comerciais de sua produção, artistas com trabalhos consolidados, mas sem grande repercussão midiática, grandes números ou algum desejo de sair das margens do *mainstream*:

A nossa intenção no *Sons do Brasil* não é em momento algum criar *hitmakers* ou bombar a audiência, e a partir do momento que o cara participou do *Sons do Brasil*, ele virou um cara conhecido no Brasil inteiro (...) grande parte da galera independente, principalmente os que já estão na batalha faz tempo, tem a clara ideia de que eles não vão fazer sucesso nunca e que não vão tocar em rádio grande nunca e nunca vão virar o cara dos milhões. Mas só o fato de você dar o espaço pra ele poder mostrar o trabalho dele, de ele apresentar e dizer o que ele tem pra dizer é muito importante pra essa galera (Ságitta, 2023).

Para além das dicotomias entre *majors* e independentes, *mainstream* e nichos, um conceito que baliza a programação das rádios, seja no seu sentido geral, seja em programas como o *Som do Brasil*, *Pé na Estrada* ou *Artistas independentes*, é o da diversidade, aspecto fundamental da comunicação pública que está presente nos depoimentos e no trabalho de todos os profissionais entrevistados.

5.6 Diversidade enquanto objetivo

A ideia de diversidade cultural, já abordada na justificativa deste trabalho, é um dos aspectos a serem atingidos pela programação de rádios públicas, sendo inclusive um dos quatro princípios estabelecidos pela Unesco para esse setor, em seu documento *Public Broadcasting: Why? How?* (Unesco, 2001). Podemos verificar esse compromisso nos depoimentos dos entrevistados de todas as emissoras:

De forma geral, a programação da Rádio USP se guia por algumas diretrizes, então uma das mais fortes é a da pluralidade, tanto de forma quanto de conteúdo. A pluralidade e a diversidade, né? Que a gente tenha programas que abordem conteúdos diversos a partir de angulações diversas e com formas de programas também diversos. Então que a gente tenha essa diversidade refletida tanto nos conteúdos que a gente trata quanto nas formas de programas (Xavier, 2023).

Existe um compromisso com a diversidade, que seja democrático, que tenha esse caráter democrático por ser uma rádio pública, de atender a população da cidade, as pessoas que estão ali ouvindo rádio em suas casas de levar essa informação, essa música brasileira e música do mundo pras pessoas. (...) No aspecto musical, a ideia é fazer uma seleção o mais democrática possível, no sentido de atender tudo que está sendo produzido na música,

em respeito aos ouvidos das pessoas que vão receber essa informação musical (Falcosky,2023).

A programação musical, num geral, é uma programação plural. A gente tem programas que são especiais, programas que trabalham com gêneros musicais específicos, que são programas temáticas, e tem a programação musical diária que em geral é apresentada ao vivo (Dionizio, 2023).

Num sentido mais concreto, esse compromisso com a diversidade é aplicado tanto na composição dos programas, faixas horárias e boletins que vão ao ar nessas emissoras quanto nos processos que envolvem sua seleção musical, como é o caso da programação musical da Rádio USP:

dentro da música brasileira, a ideia é que a gente toque o máximo possível de diversidade. Então, diversidade do ponto de vista de gêneros musicais de origem brasileira, diversidade em relação às regiões representadas, diversidade inclusive em relação às formas de captação. Porque a gente toca desde músicas de captação mais etnográfica, músicas captadas nas comunidades fora daquela estrutura fonográfica de estúdio, até as músicas mais com essa estrutura mesmo de gravadora de estúdio e tal. Então, a ideia é a gente trocar o máximo possível de diversidade em relação a esses eixos todos: de forma, gênero, tipo de captação, e períodos também. Então a ideia também é tocar desde músicas dos primeiros registros fonográficos brasileiros, até os lançamentos mais recentes (Gustavo Xavier, 2023).

Complementando, Fernando Falcosky aponta a preocupação com a diversidade de pessoas e culturas representadas nessa programação, com atenção à produção de grupos minorizados, como a população negra, indígena, LGBTQIAP+, a produção musical das mulheres e das periferias. O programador atribui essa preocupação tanto a uma postura e uma proposta da rádio como à relevância cultural que essas produções vêm tomando no país:

A gente tem um compromisso com isso aqui na rádio, quando a gente fala da democratização da informação (...) Só que agora isso explodiu, então não

adianta mais querer negar isso, você fazer uma programação de uma rádio sem contemplar isso é impossível, ainda mais quando a gente fala da rádio UFSCar, que é uma rádio dentro da universidade, que fala de democratização da informação. Então isso é uma coisa que pautou a gente muito nos últimos três anos para cá, é de falar de música feita por negros, música feita por mulheres, então cada vez mais artistas femininos, o movimento LGBTQIA+ também, então cada vez mais artistas do movimento presentes na programação. E isso tudo também fez com que a programação se ligasse muito mais no que está acontecendo, se tornasse mais independente ainda no sentido de música independente do que a gente falar de música independente de 10 anos atrás, que não tratava muito essas questões da diversidade de gênero, da diversidade. Acho que agora é o momento onde mais a gente pode falar que tem uma programação independente porque a gente incluiu muito mais na programação artistas negros, a música negra, a música periférica, o RAP, que era visto com muito preconceito pela TV e pela rádio, e hoje o rap meio que se juntou com esse conceito da nova MPB, então não dá pra você falar da nova MPB sem falar de RAP, sem falar de reggae, de samba. O Baiana System tá aí pra mostrar isso (Falcoksky, 2023).

Outro aspecto interessante que surge na análise das grades e nas entrevistas é a contribuição dos programas temáticos, dedicados aos mais diversos gêneros musicais, para essa diversidade. Também é relatada a presença constante da produção independente em boa parte desses programas.

5.7 Os processos e métodos da programação musical

Essa compreensão da programação musical como meio de fortalecimento da diversidade cultural desafia as emissoras a desenvolverem interessantes processos de curadoria e programação no intuito de preencherem as 24 horas de programação diária com um conteúdo de qualidade, muitas vezes produzido por uma equipe subdimensionada.

A Rádio USP desenvolveu, a partir de um estudo iniciado em 2017, um método de programação para aplicar de forma mais efetiva a diretriz da diversidade nas seleções musicais da emissora. Para isso foram criadas categorias musicais para catalogar todos os áudios disponíveis em seu acervo. Para maior objetividade, as canções ou músicas cantadas foram separadas por período de lançamento. “A gente

tirou de uma categoria mais geral e fez uma subdivisão por época, canções até os anos 20, 30, músicas cantadas dos anos 40 e 50, assim por diante até os dias mais recentes” (Xavier, 2023). Já as músicas instrumentais populares são agrupadas em uma única categoria. Além disso, esse processo de catalogação também contemplou uma ampliação do repertório da emissora:

Ao criar essas categorias musicais, a gente inseriu categorias que possibilitaram a entrada de áudios, de sonoridades e de gêneros musicais que a gente não tinha na Rádio USP, como as músicas folclóricas de tradição oral que a gente não tinha antes, música erudita brasileira, Rap (...) E agora recentemente a gente criou duas novas categorias: de artistas USP, ou seja, artistas ligados de alguma maneira à USP (...) e literatura, que é a inserção de áudios literários (Xavier, 2023).

Ao descrever este processo, Gustavo Xavier deixa explícitas as limitações e subjetividades inerentes a qualquer tipo de catalogação desse tipo. Para além de critérios musicológicos, essas categorias deveriam ser simples, privilegiar a diversidade e serem operacionalizadas por qualquer um que venha a compor o quadro da emissora, daí, por exemplo, a escolha por separar as canções, que compunham um grande grupo, por data de lançamento do fonograma, garantindo uma objetividade dificilmente questionável nesse processo. Nesse sentido, não foi criada uma categoria para músicos independentes, apesar dessa produção fazer parte do acervo da emissora dentro dessas diversas categorias; por outro lado, foi criada uma categoria de artistas mais conhecidos, reunindo os grandes nomes da MPB, retirando suas músicas das outras categorias:

A gente reuniu esses artistas mais consagrados numa categoria, mas não para que eles tocassem mais, justamente para que tocassem menos. Então eu estou te dizendo isso só para dizer que a lógica da programação é justamente trabalhar com artistas mais diversos, que estejam menos acessíveis (Xavier, 2023).

Através do *software Pulsar*¹⁸, utilizado na operação da rádio, são geradas as listas de músicas a partir de uma ordem de categorias preestabelecida para cada

¹⁸ <https://www.pulsarmultimedia.com.br>

horário. Essa programação gerada automaticamente é revisada e ajustada pelo programador musical Alexandre Lima e, na sequência, pelo próprio Gustavo Xavier. Essa estrutura automatizada busca evitar assimetrias e influências subjetivas de gosto, da mesma maneira que a revisão “feita a mão” garante uma coerência musical e a possibilidade de esses profissionais potencializarem a diversidade, inserindo áudios e sonoridades que não foram selecionadas na primeira listagem automatizada.

Uma das características marcantes da Rádio UFSCar é o uso de *softwares* livres, por isso a emissora é operada através do programa *Rivendell*¹⁹. Dentro desse aplicativo, a emissora também se utiliza de *tags*, separando as músicas do acervo por estilos, para facilitar o processo de programação musical e aumentar a sua diversidade. Fernando Falcolsky pontua que a criação recente de uma *tag* “nova MPB” permitiu maior destaque aos artistas da nova geração, muitos deles músicos independentes. Esse acervo da Rádio UFSCar foi revisado e ampliado com foco nos novos lançamentos da música brasileira. A própria programação da emissora contribui para a ampliação desse acervo, a partir da curadoria para os programas *Caixa de Entrada*, focado nos lançamentos e novidades, e *Artista da Semana*, que se debruça sobre a discografia e a carreira de um artista específico.

A construção do acervo também é um motivo de orgulho e de trabalho coletivo na Rádio Unesp, como descreve Sergio Magson:

Como a gente tem um catálogo digital que começa a ser construído lá no início da digitalização, por volta do ano 2000, 2001, ele é um catálogo unificado.

Todo colaborador contribuiu pra construir esse catálogo. Se hoje eu tenho músicas que tem aquela pegada Hip Hop na programação, quem abriu portas foi o programa *Som das Ruas*, que aconteceu por iniciativa de um estudante de jornalismo que apresentou a proposta, foi aprovada, e ele teve um programa durante 2 anos. (...) Mesmo fato com a música latina: a gente teve uma colaboradora aqui que era uma aluna estrangeira, equatoriana. Ela teve a ideia de fazer um programa de música latina, trouxe o material dela. O programa começou com o material dela e hoje expandiu. (...). Acho que isso é muito bacana de a gente reconhecer, tem um esforço nosso de pesquisar sons, escolher coisas cada vez mais coerentes e variadas e transformar isso aqui numa programação plural, que não seja necessariamente comprometida

¹⁹ <https://www.rivendellaudio.org>

com o mercado, com o *mainstream*. Até porque acho que esse é o papel de uma rádio como a nossa, uma rádio cultural educativa que não se financia por meio de anunciante. Mas também tem o trabalho e a dedicação de todo mundo que passou por aqui, que ajudou a criar esse catálogo digital. Se hoje eu tenho mais de 50 mil músicas digitalizadas pra fazer a programação, a gente precisa reconhecer a participação e colaboração de todo mundo que passou por aqui nesses últimos vinte e tantos anos (Dionizio, 2023).

Se a tecnologia e a digitalização geram facilidades na gestão e sistematização do acervo da rádio, as mudanças tecnológicas também trazem desafios e dificuldades para a programação de uma emissora FM. Uma das consequências da plataformação do consumo musical é uma mudança nos padrões de audição, impactando a forma com que as músicas são ouvidas e lançadas:

A experiência de você ouvir um disco também mudou, então tudo isso está sendo repensado. Antigamente você ouvia o disco do começo ao fim; hoje em dia você ouve faixas, e o artista tem que tentar transmitir tudo naquela música, naquele *single*, naquela faixa. E não parar de lançar a cada mês (Falcowsky, 2023).

Essas mudanças na forma como a música é difundida e a facilidade de acesso colocam novos desafios para a rádio manter seu protagonismo como uma referência de curadoria musical. Exatamente nesse ponto que estaria o seu potencial, como propõe Diego Doimo:

Além disso, ele [o Rádio] é um dos espaços pra gente poder divulgar coisas diferentes mesmo, que quebram até o algoritmo. A gente está tendo um monte de músicas, mas um monte de músicas que estão vindo de alguma forma pra gente, a rádio quebra um pouco isso ao trazer o conteúdo de diferentes programadores (Doimo, 2023).

Outro impacto interessante da plataformação e desse modelo baseado no acesso e não na posse dos arquivos digitais é a dificuldade de as emissoras conseguirem os arquivos de áudio para compor seus acervos, já que muitas vezes os artistas independentes fazem a difusão de seus trabalhos apenas em plataformas de *streaming*, mas não disponibilizam a possibilidade de *download* dos arquivos que

poderiam alimentar os acervos dessas emissoras, como descreve Gustavo Xavier (2023).

5.8 Os Programas Independentes

Outra iniciativa que contribui na diversidade e na independência da programação, assim como na sua ligação com a comunidade universitária e extra-campus, é a transmissão de programas independentes, seguindo a tendência citada no capítulo 3.6. Estes programas, realizados por colaboradores externos às emissoras, ocupam boa parte das grades das rádios USP e UFSCar. A rádio Unesp realiza uma série de produções em parceria com setores e professores da universidade, no entanto ainda não possui uma ação sistematizada para a inclusão de programas independentes ou produzidos com pessoas sem ligação com a instituição. Essas possibilidades são enxergadas como um horizonte pela direção da Rádio Unesp (Marques, 2023).

A rádio UFSCar realiza, desde 2014 uma chamada pública para programas independentes, com a abertura de um edital para projetos de programas. Caso a proposta seja da comunidade da UFSCar, a rádio oferece a possibilidade de uma coprodução, na qual a emissora pode se responsabilizar pela edição e pela gravação. (Doimo, 2023). Na sua grade de programação analisada para este trabalho, constam 24 programas independentes e 15 programas em coprodução, entre semanais e mensais.

As propostas de programas independentes que chegam até a rádio USP são avaliadas uma vez por ano, nos meses de agosto e setembro:

A gente analisa a partir de um projeto-piloto, para que ele possa entrar a partir do próximo ano, em geral em março. A gente pretende fazer uma chamada pública pra que os produtores de forma geral possam se programar para propor projetos de programa para a Rádio USP (...) A gente entende que é a forma mais transparente, a forma mais sistematizadas de ter o ingresso de novos programas (...) Caso o programa precise de uma estrutura, a gente avalia essa possibilidade (...), mas a gente tem hoje dado preferência a programas que cheguem fechados já, prontos, porque a gente tem uma limitação muito grande de estúdio e horários. (...) E para os produtores que

fazem uso da estrutura (...), eles mesmos operam as máquinas, a gente hoje não tem condição de ter um técnico junto fazendo a operação(Xavier, 2023).

Nesta descrição do editor da Rádio USP, que se alinha às descrições feitas pelos gestores da Rádio UFSCar, verificamos como a falta de estrutura impede um maior apoio aos programas independentes no sentido técnico, ao mesmo tempo que demonstra uma relativa facilidade na produção de programas de rádio a partir dos recursos e equipamentos digitais de áudio disponíveis atualmente.

5.9 Uma alternativa à programação comercial

Uma característica reforçada por todos os entrevistados, em consonância com o compromisso com a diversidade, é a necessidade de que a emissora universitária ofereça uma programação alternativa ao padrão praticado pelas emissoras comerciais. Essa postura está alinhada ao preceito constitucional de complementaridade entre os três sistemas: estatal, comercial e público, no qual as emissoras universitárias abordadas se enquadram, e também é uma aplicação do princípio da Diferenciação, um dos quatro defendidos pela Unesco em seu documento *Public Broadcasting Why, How?* (Unesco, 2001), como afirma o diretor da Rádio UFSCar Diego Doimo:

Existe uma questão, por exemplo, que se fala: 'Por que que uma universidade precisaria ter uma antena de rádio, sendo que o conteúdo chega pela internet, por exemplo?' Aí eu te pergunto: 'Por que no Brasil só políticos, grandes grupos econômicos e igrejas podem ter rádio?' Se não for a universidade o espaço dessa rádio educativa, quem vai fazer esse papel? (Doimo, 2023)

Complementando, Fernando Falcolsky aponta como essa independência das lógicas comerciais permite uma programação diversificada:

No aspecto musical, a ideia é realmente fazer uma seleção o mais democrática possível, no sentido de atender a tudo que está sendo produzido na música e em respeito ao ouvido dessas pessoas que vão receber essa informação musical (...) num viés mesmo de ter a chance de ouvir aquilo.

Porque, no caso, as outras rádios não dão essa chance porque tem muito esse viés da indústria musical mais pelas gravadoras, do que vem do universo das gravadoras *majors*. Então é tudo meio no negócio do jabá, aquela coisa que a gente já sabe. Aqui na rádio UFSCar a gente tem a sorte de fugir desse esquema que é colocado na indústria fotográfica pra poder levar pro ouvinte outras coisas, e é por isso que nosso slogan é “escute diferente”. Desde o início da rádio, em 2007, já começou assim com esse propósito (Falcovsky, 2023).

Para Gustavo Xavier, da Rádio USP, as emissoras universitárias permitem abordagens diferenciadas das propostas pela comunicação comercial:

A ideia é que a gente também, do ponto de vista mais geral da programação, aborde as coisas de um jeito que não é o recorrente, que a gente não seja redundante com aquilo já usualmente desenvolvido em outros meios de comunicação, que a gente encontre essas abordagens mais diferenciadas (Xavier, 2023).

Serginho Sággita, produtor do *Sons do Brasil*, conta de maneira anedótica como uma programação baseada na música independente se diferencia da programação de rádios comerciais, mesmo aquelas voltadas para a MPB. Ao ser questionado por um profissional ligado a uma dessas rádios sobre o que o programa dele tocava para ter ganhado o prêmio APCA de melhor produção musical de rádio, ele respondeu:

Se eu falar que é música independente do artista X, eles não vão ter a mínima ideia do que eu tô falando, se eu falar que é música independente, eles vão perguntar ‘Que música independente?’. Então na hora me deu um *insight* e eu falei assim: ‘O que eu toco no meu programa é tudo aquilo que vocês não tocam na rádio de vocês’ (...) ‘tudo aquilo que vocês evitam tocar, que vocês não querem tocar por várias questões aí, econômicas de repente, eu toco no meu programa sem problema, nenhum constrangimento e com o maior prazer!’ (Sággita, 2023).

No entanto esse caráter alternativo não precisa necessariamente estar dissociado da busca da audiência, como descreve Diego Doimo:

A gente sempre teve aquela história: ‘ah não preciso pensar na audiência.’ E realmente, a gente não precisa agradar a todos da audiência, mas eu preciso

de audiência para justificar inclusive o meu trabalho (...) Por que eu tô gerando esse conteúdo, se ninguém vai acessar? (Doimo, 2023)

Nesse sentido, Diego conta que a emissora realizou uma série de ações de mídia com *outdoors* na cidade, *banners* e cartazes no campus, buscando apresentar a emissora à comunidade acadêmica que retornou após a pandemia.

5.10 Para além das ondas do rádio: a conexão com a comunidade, ações e eventos

O contato com a comunidade acadêmica e externa através de ações para além da programação transmitida em FM e *online* também é um aspecto interessante do trabalho destas emissoras. São ações que muitas vezes estreitam os laços entre a emissora e a cena cultural de seu entorno. O coordenador técnico da Rádio UFSCar propõe alguns exemplos:

Por exemplo, aqui poderia ter muito mais visitaçaõ na rádio de artistas da cidade, das periferias, por exemplo. Dar voz para esses artistas. A gente até procura fazer isso, mas a gente sente que é difícil porque é complicado, as pessoas vivem numa dificuldade muito grande, muitas vezes elas nem conhecem a rádio, têm medo de vir aqui. Se eu fosse almejar alguma coisa, seria pensar projetos onde isso fosse capaz de se realizar: essas aproximações com a comunidade e com os artistas de uma forma mais recorrente. Porque a gente faz isso, mas fica muito pontual, né? Não é uma política cultural assim constante. Às vezes vem uma escola pública nos visitar, a gente adora, é incrível! Da pra ver o brilho no olho dos jovens vendo a rádio, vendo aquilo (...) então quando ele vê um estúdio, a rádio, tudo isso funcionando faz eles se integrarem a uma coisa maior da comunicação (Falcovsky, 2023).

Em diversos momentos da história destas emissoras, essa relação com a comunidade e com a cena artística se consolidou em eventos e festivais. Um marco na rádio UFSCar foi o festival CONTATO: “Outra coisa é que a rádio teve no passado esse papel muito importante de catalizador do movimento artístico com o festival CONTATO” (Doimo, 2023). O Festival CONTATO surgiu em 2007, em uma iniciativa

conjunta de projetos da universidade: Rádio UFSCar, o Grupo de Trabalho para implantação da TV UFSCar, o CineUFSCar e o Laboratório Aberto de Interatividade (LAbI). Em 2015, na sua 8ª edição, o festival passou a ser produzido pelo Instituto CONTATO; a 12ª e mais recente edição aconteceu em 2021. A programação musical do festival tinha como foco a música independente brasileira e mundial, tendo recebido grupos como Cérebro Eletrônico, Tulipa Ruiz, Aláfia, Tom Zé, Criolo, Marcelo Jeneci. “Tinha economia solidária, tinha um grande movimento dentro da universidade para que isso acontecesse” (Doimo, 2023), com uma ligação muito forte com a música independente:

foi um festival muito importante. Quando a gente fala de música independente aqui no interior, o CONTATO foi um festival que agregou. Muitas pessoas passaram por ali e isso movimentou muito a rádio (Falcolsky,2023).

A emissora também realizou, em 2010, o projeto “Tenho uma Banda”, que recebeu inscrições de novas bandas formadas por jovens de até 21 anos, realizando gravações e um festival com esses grupos. “O programa foi ganhador do prêmio Especial do Júri pela Associação Paulista de Críticos de Arte na categoria Rádio” (Rádio UFSCar, 2012).

Na comemoração de seus 20 anos, em 2011, a rádio Unesp realizou um festival de música na cidade. Os *shows* aconteceram no anfiteatro Guilherme R. Ferraz, conhecido como Guilhermão, que fica no campus ao lado da emissora, e reuniram artistas independentes da cidade. A emissora também transmitiu ao vivo, em 2023, os *shows* do Bauru Jazz Festival realizados no Sesc Bauru (Marques, 2023).

Cabe retomar, nesta seção, o fato de que o programa *Sons do Brasil* surgiu a partir de uma parceria com a Rádio USP para a divulgação de uma série de *shows* com o mesmo nome. Esses eventos em que se apresentavam artistas independentes se iniciaram em 2010 uma livraria da zona sul de São Paulo, com *pocket shows* acontecendo às sextas-feiras no horário do almoço associados à venda de CDs destes artistas. A partir da repercussão do projeto, Serginho passou a realizar o *Sons do Brasil* em casas noturnas e outros espaços culturais da cidade, com alguns hiatos. O projeto chegou a ser aprovado em editais de fomento da prefeitura de São Paulo por mais de uma vez, tendo suas últimas apresentações no Teatro da Rotina em 2021 e

2022. A curadoria dos eventos e do programa de rádio sempre estiveram conectadas, com convidados do programa se apresentando nos *shows* e vice-versa. No momento da entrevista, em 2023, o projeto tinha sido provisoriamente suspenso devido a compromissos profissionais de seu produtor (Sággita, 2023).

6. Considerações finais

A partir da pesquisa bibliográfica desenvolvida neste trabalho, foi possível compreender a trajetória histórica da música independente, desde as primeiras iniciativas estadunidenses – na década de 1950 – e brasileiras – na década de 1970 – até os dias atuais, caracterizados pela pulverização da produção fonográfica causada por sua digitalização e difusão pela internet. Neste sentido, foi possível compreender os significados que esta independência adquiriu ao longo da história na sua relação com a diversidade cultural, a liberdade artística e os circuitos culturais, da mesma forma que as aproximações entre os independentes e as grandes empresas de mídia das quais essas produções são alternativas. O conceito de sistema aberto, proposto por Lopes (1992), ajuda a entender essas relações econômicas. Posteriormente, a digitalização e as plataformas de *streaming* criam novas possibilidades para que esses dois setores do mercado atuem de forma muito próxima, aumentando a presença dos independentes nas paradas de sucesso da mesma forma que aumentam as parcerias e novas dependências entre esses e as grandes empresas de mídia.

As emissoras de rádio universitárias, que surgem no Brasil a partir da década de 1950, são importantes experiências de radiodifusão pública. Sua ligação com as universidades lhes garante um caráter laboratorial, experimental e de profunda ligação com a produção científica, da mesma forma que sua programação musical – desde a difusão da música erudita nas pioneiras até o predomínio da MPB com a chegada do FM – se propõe como uma alternativa ao que está presente nas emissoras comerciais.

A análise das grades de programação das emissoras FM paulistas ligadas a universidades públicas comprova esse compromisso com a diversidade, com a ciência e a alternativa à programação do rádio comercial. Foram encontrados dois programas que abordam diretamente a música independente – *Artistas Independentes* e *Sons do Brasil* –, para além de muitos outros programas e faixas horárias que dialogam e garantem espaço para essa produção independente. Essas conclusões foram corroboradas após a entrevista com os profissionais responsáveis pela programação dessas emissoras. Em todas as entrevistas, foi reforçado o compromisso de todas essas quatro emissoras com a diversidade cultural, o caráter alternativo à mídia comercial e um olhar atento à produção musical independente brasileira, que figura

tanto forma difusa em diversos programas e faixas horárias. quanto como foco dos programas analisados.

No decorrer da trajetória do trabalho, são percebidas certas limitações decorrentes da escolha da música independente como objeto e critério. Não é que este objeto tenha prejudicado a análise das programações musicais, pelo contrário, a complexidade cultural e econômica deste fenômeno da música independente, tal qual sua simplicidade enquanto critério - conforme estabelecemos tratar-se de independente qualquer produção que não seja diretamente ligada às *majors* – permitiu uma discussão profunda sobre as conexões entre as emissoras universitárias e a indústria fonográfica e sobre a promoção da diversidade cultural na programação radiofônica. Percebe-se tanto na análise das programações quanto nas entrevistas que, no contexto atual, com as mudanças no consumo musical através das plataformas digitais, potencializado pelas mudanças comportamentais após a pandemia de Covid-19, o rótulo “independente” não possui o mesmo apelo que possuía nas primeiras duas décadas deste século. Verificou-se, por exemplo, que as emissoras da USP e da UFSCar, que catalogam seu acervo através de categorias e *tags*, não utilizam a música independente enquanto critério. Por outro lado, no curto espaço em que a USP Ribeirão realiza sua própria seleção musical, a música independente está presente de forma sistemática, diretamente ligada à valorização dos artistas locais. Nesse sentido surgem outros critérios interessantes, como os artistas locais, os artistas ligados à universidade, a produção de pessoas negras, indígenas, mulheres e da população LGBTQIAP+, assim como as manifestações da cultura popular e periférica, que muitas vezes interseccionam com a música independente e apresentam outros significados culturais e econômicos em relação à valorização da diversidade cultural.

Um programa como o *Sons do Brasil*, produzido de forma independente há 8 anos, mantém o foco no artista independente e mantém a coerência na sua curadoria a partir de seu caráter autoral inerente a sua produção, feita por uma “equipe” como define seu criador Serginho Saggita. Nesse sentido, a compreensão do produtor/curador/apresentador sobre a música independente e os artistas que estão longe dos holofotes, “na batalha”, consolida centenas de edições de um programa no qual a música independente não se define apenas por uma relação formal entre o artista e os grandes conglomerados de música e entretenimento, mas sempre significa

uma alternativa à cultura proposta por essas empresas de música. A singularidade e as potências do programa *Sons do Brasil* incitam uma discussão sobre a importância do espaço à produção radiofônica independente nessas emissoras, permitindo outros olhares sobre a música e sobre os diversos assuntos que são abordados nas transmissões.

Da mesma forma, é notável a importância das ações, ainda pontuais, em que as rádios realizam eventos e outras trocas presenciais com a comunidade de seu entorno. Essas ações refletem sua missão de extensão universitária, sendo um espaço rico para a valorização da diversidade cultural de seus territórios, criando conexões diretas com os artistas independentes e promovendo seus trabalhos não somente – mas também – nas ondas do rádio. Observados e analisados programações e o trabalho dos profissionais responsáveis pela sua produção, pode-se afirmar que a música independente é parte expressiva da programação das rádios analisadas e que existe um trabalho deliberado em prol da inclusão desses artistas e de sua divulgação na programação. Na Rádio UFSCar, esse processo é mais sistematizado, algo que pode ser justificado pelo projeto editorial da emissora, o qual propõe explicitamente a valorização da música independente local e nacional. Tal valorização se consolida no programa *Artista Independente*, assim como na programação musical da rádio em geral. Na Rádio Unesp e na rede USP, foi percebida uma grande permeabilidade à produção independente local e nacional e uma predominância da música brasileira, que se procura representar em sua diversidade, mas sem que necessariamente haja um protagonismo dos artistas independentes.

As informações reunidas nesse trabalho reforçam o papel que as emissoras universitárias desempenham na promoção da diversidade cultural e no fomento a iniciativas artísticas e culturais que não costumam ser valorizadas pela mídia comercial, como é o caso da música independente.

7. Referências

ABMI [Associação Brasileira de Música Independente]. **Análise do Mercado da Música Independente no Brasil, Relatório 2019/2020**. 2021 Disponível em: <https://abmi.com.br/wp-content/uploads/2021/05/RELATORIO-ABMI-2019-2020.pdf>

AGÊNCIA BRASIL. **Rede Pública passará a contar com 117 emissoras de TV e 155 de rádio** Publicado em 06 mar 2024 disponível em <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2024-03/rede-publica-passara-contar-com-117-emissoras-de-tv-e-155-de-radio> acesso em 31/03/2024

BLOIS, Marlene. Rádio Educativo no Brasil: uma história em construção. In: **XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação**: Belo Horizonte-MG. 2003.

BRASIL. Decreto nº 20.047, de 27 de maio de 1931. **Diário Oficial da União, Poder Executivo**, Brasília, DF, 6 jun. 1931. Seção 1, p. 9385. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-20047-27-maio-1931-519074-publicacaooriginal-1-pe.html> acesso em 3/01/2023

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988. Disponível em https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm acesso em 3/01/2023

BRASIL, **Lei Nº 9.610**, Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. 19 de fevereiro de 1998.

BRASIL. **Lei nº 11.652** Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação-EBC; altera a Lei nº 5.070, de 7 de julho de 1966; e dá outras providências 7 de abril de 2008

BRASIL Ministério das Comunicações (MC); BRASIL. Ministério da Educação (MEC). **Portaria Interministerial n. 651** de 15 de abril de 1999, Dispõe sobre os serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens com finalidade exclusivamente educativa. Disponível em <https://repositorio.mctic.gov.br/jspui/handle/mctic/1599> acessado em 12/12/2020

BARICHELO, Eugenia Maria Mariano da Rocha; MONTAGNER, Roberto; BACHMANN, Cristiane de Paula História Das Rádios Da Universidade Federal De Santa Maria In: ALBUQUERQUE, Eliana; MEIRELES, Norma (org.). **Rádios universitárias: experiências e perspectivas**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2019

BLOIS, Marlene M. Uma história em construção. **Rádio brasileiro: episódios e personagens**, v. 29, p. 35, 2003.

BUCCI, Eugênio et al. A razão de ser das emissoras públicas na democracia. **Interesse Nacional**, São Paulo: USP, v. 1, n. 1, p. 65-75, 2008.

CONTATO, Festival. Início | Festival Contato disponível em <https://www.festivalcontato.com.br> acesso em 28 dez 2023

DE MARCHI , Leonardo. A **destruição criadora da indústria fonográfica brasileira , 1 99 9 - 2 0 0 9 : dos discos físicos ao comércio digital de música**. Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem , 2016.

DE MARCHI, Leonardo. Pós-streaming: um panorama da indústria fonográfica na Quarta Revolução Industrial. In: MAGI, Erica; DEMARCHI, Leonardo (Orgs.) **Diálogos Interdisciplinares sobre a Música Brasileira**. Unesp. Cultura Acadêmica Editora, 2020.

DE DEUS, Sandra. Rádios Universitárias Públicas: compromisso com a sociedade e com a informação. **Em Questão**, v. 9, n. 2, p. 327-338, 2003.

DE DEUS, Sandra de Fatima Batista. O papel das rádios universitárias públicas na extensão universitária. **Navegar é preciso.. transformar é possível:**[trabalhos selecionados para apresentação oral]. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro. Pró-Reitoria de Extensão, 2005. p. 91-96, 2005.

DIAS, Tiago “Plataforma nacional e grátis lança hits do verão e desbanca Spotify no Nordeste” **Folha de São Paulo**, 13 de janeiro de 2019. Disponível em: www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2019/01/plataforma-nacional-e-gratis-lanca-hits-do-verao-e-desbanca-spotify-no-nordeste.shtml acesso em 25 de outubro de 2022

DIONIZIO, Sérgio Magson; MARQUES, José Carlos. RÁDIO PÚBLICA E PROGRAMAÇÃO MUSICAL INDEPENDENTE: Um Estudo de Caso da UNESP FM In: ALBUQUERQUE, Eliana; MEIRELES, Norma (org.). **Rádios universitárias: experiências e perspectivas**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2019

DIONIZIO, Sergio Magson. Entrevista concedida a Nilo A. M. F. Gomes. Bauru 16 de outubro de 2023

DOIMO, Diego Musarra. Entrevista concedida a Nilo A. M. F. Gomes através de videoconferência. São Carlos, 25 de outubro de 2023

DONINI, Adriana Maria. Ciência Em Programas Veiculados Por Rádios De Universidades Públicas Do Estado De São Paulo In: ALBUQUERQUE, Eliana; MEIRELES, Norma (org.). **Rádios universitárias: experiências e perspectivas**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2019

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. 2. ed. 5ª reimpr. São Paulo: Atlas, 2011. p. 280-303

FALKOLSY, Fernando TRZ Travassos. Entrevista concedida a Nilo A. M. F. Gomes através de videoconferência. São Carlos, 18 de outubro de 2023

FAPESP, Agência . **1º Festival Multimídia de Rádio, TV, Cinema e Arte Eletrônica** publicado em 22 out 2007 . Disponível em <https://agencia.fapesp.br/1o-festival-multimedia-de-radio-tv-cinema-e-arte-eletronica/7927> acesso em 28 dez 2023

FRANCO, Marisa Sel. Música popular brasileira e a Rádio USP: uma discussão sobre conceitos. **Biblioteca Latino-Americana de Cultura e Comunicação**, v. 1, n. 1, 2013.

FUGAZZA, David C. Tulipa Ruiz é um dos destaques da programação do Festival Contato in G1 São Carlos e Araraquara publicado em 13/10/2015 disponível em <https://g1.globo.com/sp/sao-carlos-regiao/noticia/2015/10/tulipa-ruiz-e-um-dos-destaques-da-programacao-do-festival-contato.html> acesso em 28 dez 2023

G1. Som Livre é vendida pela Globo para a Sony Music. In: **G1**. [S. l.], 1 abr. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2021/04/01/som-livre-e-vendida-pela-globo-para-a-sony-music-entertainment.ghtml>. Acesso em: 14 set. 2023.

GAMBARO, Daniel; VICENTE, Eduardo; RAMOS, Thais Saraiva. A Divulgação Musical no Rádio Brasileiro: da “caitituagem” aos desafios da concorrência digital. **Revista Contracampo**, v. 37, n. 2, 2018.

GATTI, Vanessa Vilas Boas. **Súditos da rebelião: estrutura de sentimento da Nova MPB (2009-2015)**. 2017. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

GAROFALO, Reebee.. "How Autonomous Is Relative: Popular Music, the Social Formation and Cultural Struggle." **Popular Music** 6(1): p.77-92, 1987

GIANELLI, Carlos Gregório dos Santos. Do experimental ao comercial: o desenvolvimento da legislação nos primeiros tempos do Rádio no Brasil In: ALBUQUERQUE, Eliana; MEIRELES, Norma (org.). **Rádios universitárias: experiências e perspectivas**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2019

GIORGI, Mario; MARTÍN PENA, Daniel LA RADIO UNIVERSITARIA EN EL CONTEXTO IBEROAMERICANO A SUS CASI 100 AÑOS DE HISTORIA In: ALBUQUERQUE, Eliana; MEIRELES, Norma (org.). **Rádios universitárias: experiências e perspectivas**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2019

GOLIN, Cida; FREITAS, Ana Laura Colombo de. A gênese de uma emissora pioneira na década de 1950: apontamentos para uma história cultural da Rádio da Universidade (UFRGS). In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (42.: 2019 set. 02-07: Belém do Pará). **Anais** [recurso eletrônico]. São Paulo: Intercom, 2019. 2019.

GOMES, Nilo Arruda Mortara Freire; PIERANTI, Octavio Penna. O rap e o hip-hop na programação de Rádios FM de Universidades Públicas: um inventário. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora** , v. 13, n. 2, p. 74-94, 27 dez. 2022. Disponível em <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/5343>

GOV, Agência. **Universidades federais ampliam rede pública de rádio e TV** Publicado em 17 out 2023. disponível em <https://www.gov.br/mec/pt-br/assuntos/noticias/2023/outubro/universidades-federais-ampliam-rede-publica-de-radio-e-tv> acesso em 11/01/2024

GPOPAL. **Os usos sociais das “novas tecnologias” — A produção, distribuição e consumo de música entre a democratização e as novas formas de mercantilização**. [Relatório final da pesquisa exploratória de música, parte da pesquisa “O acesso a bens culturais e educacionais no Brasil”]. São Paulo: EACH-USP, 2009.

HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Tendências da indústria da música no início do século XXI¹. **Dez anos a mil: mídia e música popular massiva em tempos de internet** Jeder Silveira Janotti Junior Tatiana Rodrigues Lima Victor de Almeida Nobre Pires (orgs.), 2011.

IFPI, IFPI. Digital Music Report 2010. **International Federation of the Phonographic**

Industry, 2010.

IFPI. **IFPI Global Music Report 2022: Annual State of the Industry**. IFPI, 2022.

IFPI. **IFPI Global Music Report 2023: State of the Industry**. IFPI, 2023.

JANOTTI JR, Jeder; PIRES, Victor de Almeida Nobre. Entre os afetos e os mercados culturais: as cenas musicais como formas de mediatização dos consumos musicais. **Dez anos a mil: mídia e música popular massiva em tempos de internet**. Porto Alegre: Simplíssimo, p. 8-22, 2011.

JORNAL DA USP. História da Rádio USP. 26 de abril de 2016. Disponível em: <https://jornal.usp.br/radio-usp/historia-da-radio-usp/> Acesso em: 29/12/2022

JOST, François. **Compreender a televisão**. Editora Sulina, 2010. 165 p.

JULIBONI, Márcio. Universal e consórcio liderado por Sony compram EMI por US\$ 4,1 bi. **Exame**. 16 de abril 2012. Disponível em:

<https://exame.com/negocios/universal-e-consorcio-liderado-por-sony-compram-emi-por-us-4-1-bi/> acessado em 3/01/2023

KANTAR IBOPE MEDIA **Inside Rad100 2022 Pesquisa 100 anos Rádio** Agosto 2022 Disponível em <https://kantariibopemedia.com/conteudo/estudo/inside-radio-2022/> Acesso em 16/4/2023

KISCHINHEVSKY, M.; VICENTE, E.; DE MARCHI, L. Em busca da música infinita: os serviços de streaming e os conflitos de interesse no mercado de conteúdos digitais. **Revista Fronteiras**, Rio Grande do Sul, v. 17, n. 3, p. 302-311, set./dez. 2015

KISCHINHEVSKY, Marcelo; HERSCHMANN, Micael. A reconfiguração da indústria da música. In: **E-Compós**. 2011.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Manguébit e novas estratégias de difusão diante da reestruturação da indústria fonográfica. **C-Lenda-Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual**, n. 16, 2006.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Por uma economia política do rádio musical - articulações entre as indústrias da música e da radiodifusão sonora. **Matrizes**, vol. 5, núm. 1, julho-diciembre, 2011, pp. 247-258 Universidade de São Paulo - São Paulo, Brasil

KISCHINHEVSKY, Marcelo et al. Por uma historiografia do rádio universitário no Brasil. **Revista Brasileira de História da Mídia**, v. 7, n. 2, 2018.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; MUSTAFÁ, Izani; VALE, Scarlat Suelen Guimarães do. RÁDIOS UNIVERSITÁRIAS NO BRASIL – DIVERSIDADE DE ESTRUTURAS E DESAFIOS À GESTÃO In: ALBUQUERQUE, Eliana; MEIRELES, Norma (org.). **Rádios universitárias: experiências e perspectivas**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2019.

KISCHINHEVSKY, Marcelo et al. Programação de rádios universitárias–Diferentes abordagens no endereçamento de conteúdos em áudio. In: **42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Belém (PA). 2019.

LOPES, Paul D. Innovation and diversity in the popular music industry, 1969 to 1990. **American sociological review**, p. 56-71, 1992.

LEYSHON, A. Scary Monsters? Software Formats, Peer-to-Peer Networks, and the Spectre of the Gift. **Environment and Planning D: Society and Space**, 21(5), p. 533–558. 2003.

LEITE, Wellington César Martins. **Os músicos independentes de bauru e o uso de tecnologias de comunicação: acesso e aproveitamento**. 2020.

MARQUES, José Carlos. Entrevista concedida a Nilo A. M. F. Gomes. Bauru 16 de outubro de 2023

MALULY, Luciano Victor Barros; SILVA, Gustavo Xavier Ferreira da Rádio USP: dos ideais de Mário Fanucchi ao Programa Universidade 93,7 In: ALBUQUERQUE, Eliana; MEIRELES, Norma (org.). **Rádios universitárias: experiências e perspectivas. João Pessoa:** Editora do CCTA, 2019.

MEDEIROS, Rafael e TEIXEIRA, Nísio Modelo de programação das rádios universitárias públicas: além dos muros do campus, a estação do conhecimento In: ALBUQUERQUE, Eliana; MEIRELES, Norma (org.). **Rádios universitárias: experiências e perspectivas. João Pessoa:** Editora do CCTA, 2019.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÕES E COMUNICAÇÕES, Portaria nº3.238, de 20 de junho de 2018. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 21 de junho de 2018

MUSTAFÁ, Izani; MARTIN-PENA, Daniel; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádios universitárias no Brasil e na Espanha, uma abordagem comparativa in: **43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2020

MIDANI, André. **Música, ídolos e poder: do vinil ao download.** Editora Nova Fronteira, 2008.

NAKANO, D. A produção independente e a desverticalização da cadeia de produção da música. In **Gest. Prod.** São Carlos, v. 17, n. 3. 2010.

NETO, Solon Barbosa Veloso. **O Território Criativo Subalterno da Música e a Sociedade Midiatizada.** Dissertação de Mestrado, Unesp, 2017

ONU Transformando nosso mundo: a Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável. [s.l.]: ONU, 2015.

OTA, Daniela Cristiane e MALULY, Luciano Victor Barros. Entre a Rádio USP e a Rádio UFMS: a consolidação de modelos educativos de programação nas emissoras universitárias. 2014, **Anais**. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2014.

PETERSON, Richard A.; BERGER, David G. Cycles in symbol production: The case of popular music. **American sociological review**, p. 158-173, 1975.

PEZZO, Mariana Rodrigues; BOTELHO, Rodrigo; RODRIGUES, Ricardo. Funções e projeto de rádios e TVs universitárias: a experiência da UFSCar na implementação de seus veículos. In: **XXIX Congresso Brasileiro de Ciências Da Comunicação– Intercom**. 2006

PIERANTI, Octavio Penna; FERNANDES, Elza Maria Del Negro B.; CARDOSO, Letícia Ribeiro. Distante de Roquette-Pinto, mas perto de quê? Características básicas da programação do rádio educativo no Brasil. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, v. 21, n. 1, p. 7-21, 2019.

PIERANTI, Octavio Penna et al. Radiodifusão pública? A programação das emissoras de TV educativa no Brasil. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, v. 19, n. 3, p. 69-84, 2017.

PIERANTI, Octavio Penna Expansão do rádio universitário no Brasil: uma comparação entre as políticas públicas dos governos Dilma e Temer In: ALBUQUERQUE, Eliana; MEIRELES, Norma (org.). **Rádios universitárias: experiências e perspectivas**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2019.

PINTO, José Paulo Guedes. **No ritmo do capital: indústria fonográfica e submissão do trabalho criativo antes e depois do MP3**. 2011. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

PRO-MÚSICA BRASIL. **Mercado fonográfico mundial e brasileiro em 2021**. 2022 disponível em <<https://pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2022/03/Mercado-Brasileiros-em-2021-ProMusicaBR-FINAL.pdf>>

RADIO UFSCAR. Sobre a Rádio. Disponível em <http://www.radio.ufscar.br/radio> acessado em 31/12/2022

RADIO UFSCAR. Projeto Tenho uma Banda, publicado em 12/06/2012 . Disponível em <http://www.radio.ufscar.br/noticia/projeto-tenho-uma-banda> acesso em 27/11/2023

RÁDIO UFSCAR. Diretrizes editoriais da rádio UFSCar 93,5 FM disponível em <http://radio.ufscar.br/noticia/comunidade-da-ufscar-elabora-projeto-editorial> publicado em . 23/08/2006 2006 acesso em 06/09/2023

RIBEIRO, Helton Lucinda. Rádio Universitário: em busca do interesse público na programação. In: **XVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação– Intercom**. Joinville. 2018.

RIBEIRO, Helton Lucinda. Pra não dizer que não falei de Ivete Sangalo: a programação musical da Unesp FM. **Revista Sonora**, Campinas, n. 14, 2019. Disponível em: Acesso em 8 jul. 2020.

RIBEIRO, Helton Lucinda; BARROS MONTEIRO, Carlos. Rádio universitário e interesse público: uma análise a partir da programação musical. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora** , v. 11, n. 3, p. 20, 31 jan. 2021.

ROLDÃO, Ivete Cardoso do Carmo. O rádio educativo no Brasil: uma reflexão sobre suas possibilidades e desafios. In: **Trabalho apresentado no XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** da Universidade de Brasília. 2006. p. 4-9.

SÁGITTA, Serginho Entrevista concedida a Nilo A. M. F. Gomes através de videoconferência. São Paulo, 30 de outubro de 2023

SOARES, Gabriel Girardi. Entrevista concedida a Nilo A. M. F. Gomes através de videoconferência. Ribeirão Preto, 26 de outubro de 2023

STALLMAN, Richard. **Copyright versus community in the age of computer networks**. 2001. GNU Operating System, Disponível em: <https://www.gnu.org/philosophy/copyright-versus-community.html> Acessado em: 03/04/2023

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL **Rede Nacional de Comunicação Pública terá 49 novas emissoras de rádio**. Publicado em 06 dez 2023 atualizado em 2 jan 2024 disponível em <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2023/12/rede-nacional-de-comunicacao-publica-tera-49-novas-emissoras-de-radio> acesso em 11/01/2024

TINHORÃO, José Ramos. **História social da música popular brasileira**. Editora 34, 1998.

TEMER, Ana Carolina et al. Mapeamento das condições de funcionamento de rádios vinculadas a instituições públicas de ensino superior. In: ALBUQUERQUE, Eliana; MEIRELES, Norma (org.). **Rádios universitárias: experiências e perspectivas**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2019. v. 1, p. 17-40. ISBN 978-85-9559-190-5.

TROTTA, Felipe. Critérios de qualidade na música popular: o caso do samba brasileiro. **Dez anos a mil: mídia e música popular massiva em tempos de internet** Jeder Silveira Janotti Junior Tatiana Rodrigues Lima Victor de Almeida Nobre Pires (orgs.), 2011.

UNESCO. **Public Broadcasting: Why? How?**. World Radio and Television Council, 2001. Disponível em <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058Eo.pdf> . Acessado em set/2021

UNESCO. **The Hangzhou Declaration: Placing Culture at the Heart of Sustainable Development Policies**. 2013.

UNESP FM Sobre a Rádio Unesp. Disponível em <https://www.radio.unesp.br/historia> acessado em 31/12/2022

UFRGS. **História - Rádio da Universidade.** Disponível em <https://www.ufrgs.br/radio/quem-somos/> acesso em 2/10/2023.

VELOSO, Ana; OLIVEIRA, Sheila Borges de; MELO, Paula Reis Melo; FECHINE, Yvana; GOUVEIA, Diego RÁDIOS UNIVERSITÁRIAS DA UFPE: rádios escolas e espaços para democratização da comunicação Ana Veloso In: ALBUQUERQUE, Eliana; MEIRELES, Norma (org.). **Rádios universitárias: experiências e perspectivas.** João Pessoa: Editora do CCTA, 2019.

VICENTE, Eduardo. A vez dos independentes (?): um olhar sobre a produção musical independente do país. In: **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação.** v. 7, São Paulo, dez. de 2006.

VICENTE, Eduardo; DE MARCHI, Leonardo. Por uma história da indústria fonográfica no Brasil 1900-2010: uma contribuição desde a Comunicação Social. **Música Popular em Revista**, v. 3, n. 1, p. 7-36, 2014.

VICENTE, Eduardo; KISCHINHEVSKY, Marcelo; DE MARCHI, Leonardo. A consolidação dos serviços de streaming e os desafios à diversidade musical no Brasil. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, v. 20, n. 1, p. 25-42, 2018

VICENTE, Maximiliano Martin; VERSUTI, Christiane Delmondes. Rádio educativa e mídias sociais digitais: perspectivas e desafios da Fanpage da Rádio Unesp FM. **Organicom**, 2015 .Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139274>. Acesso em: 17 dez. 2022.

VLADI, Nadja. O negócio da música—como os gêneros musicais articulam estratégias de comunicação para o consumo cultural. **Dez anos a mil: mídia e música popular**

massiva em tempos de internet Jeder Silveira Janotti Junior Tatiana Rodrigues Lima Victor de Almeida Nobre Pires (orgs.), p. 2, 2011.

XAVIER, Gustavo Entrevista concedida a Nilo A. M. F. Gomes através de videoconferência. São Paulo, 30 de outubro de 2023

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **A construção histórica da programação de rádios públicas brasileiras**. 2010. 242 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer A história do Rádio Público no Brasil: um resgate pela linha do tempo In: **XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências Da Comunicação– Intercom Recife-PE 2011**

ANEXOS

Anexo 1 – Resposta à solicitação de informação sobre a RNCP via plataforma Fala.BR em 28 dez 2023

“Configuração atual da Rede Nacional de Comunicação Pública RNCP. Bom dia, sou estudante de mestrado na FAAC/Unesp Bauru e solicito algumas informações acerca da atual configuração da RNCP após o processo de expansão efetivado e divulgado nos últimos meses para incluir esses dados em minha dissertação. De forma pormenorizada, preciso dos seguintes dados:

- Total de emissoras de rádio em operação que compõem atualmente a RNCP-FM;
R. A RNCP-Rádio conta atualmente com 43 emissoras de Rádio FM.

- Lista de todas as emissoras, com município-sede, citadas no item anterior;

Planilha 01: Entidades/filiais participantes da RNCP-Rádio (43)

Nº	MUNICÍPIO - UF	INSTITUIÇÃO	EMISSORA
1	Boa Vista - RR	Universidade Federal de Roraima - UFRR	Rádio Universitária 95,9
2	Belém - PA	Marinha do Brasil	Rádio Marinha - Belém
3	Macapá - AP	Universidade Federal do Amapá - UNIFAP	Rádio Universitária FM
4	Manaus - AM	Marinha do Brasil	Rádio Marinha - Manaus
5	Manaus - AM	Fundação Televisão e Rádio Cultura do Amazonas	Rádio Encontro das Águas
6	Palmas - TO	Universidade Federal do Tocantins - UFT	Rádio UFT FM 96,9
7	Rio Branco - AC	Fundação Aldeia de Comunicação do Acre	Rádio Aldeia FM 96,9
8	Tabatinga - AM	Empresa Brasil de Comunicação - EBC	Rádio Nacional do Alto Solimões - 96,1 FM
9	Aracaju - SE	Universidade Federal de Sergipe - UFS	Rádio UFS FM
10	João Pessoa - PB	Empresa Paraibana de Comunicação - EPC	Rádio Parahyba
11	Natal - RN	Marinha do Brasil	Rádio Marinha - Natal
12	Salvador - BA	Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia - IRDEB	Rádio Educadora FM
13	São Luís - MA	Empresa Brasil de Comunicação - EBC	Rádio Nacional FM
14	São Luís - MA	Fundação Sousaândrade UFMA	Rádio Universidade FM
15	Teresina - PI	Universidade Federal do Piauí - UFPI	Rádio UFPI 96,7
16	Queimada Nova - PI	Prefeitura de Queimada Nova	Rádio Queimada Nova FM
17	Recife - PE	Empresa Pernambuco de Comunicação - EPC	Rádio Nacional
18	São Luís - MA	SECOM do Estado do Maranhão	Rádio Timbira

19	Fortaleza - CE	Fundação de Teleducação do Ceará	Rádio Abolição FM - FUNTELC
20	Maceió - AL	Instituto Zumbi dos Palmares	Rádio Educativa FM - IZP
21	Campina Grande - PR	IFPB - Instituto Federal da Paraíba	IFPB
22	Brasília - DF	Empresa Brasil de Comunicação - EBC	Rádio Nacional FM
23	Brasília - DF	Empresa Brasil de Comunicação - EBC	Rádio MEC FM
24	Campo Grande - MS	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul	Rádio UFMS 99,9
25	Corumbá - MS	Marinha do Brasil	Rádio Marinha - Corumbá
26	Cuiabá - MT	Secretaria de Comunicação de Mato Grosso	Rádio Nova FM
27	Goiânia - GO	Universidade Federal de Goiás - UFG	Rádio Universitária UFG
28	Sobradinho - DF	Força Aérea Brasileira	Rádio Força Aérea - Brasília
29	Rio de Janeiro - RJ	Empresa Brasil de Comunicação - EBC	Rádio MEC FM
30	Rio de Janeiro - RJ	Empresa Brasil de Comunicação - EBC	Rádio Nacional
31	Rio de Janeiro - RJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ	Rádio UFRJ
32	Belo Horizonte - MG	Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG	Rádio UFMG Educativa
33	Belo Horizonte - MG	Empresa Mineira de Comunicação - EMC	Rádio MEC FM
34	São Paulo - SP	Empresa Brasil de Comunicação - EBC	Rádio Nacional
35	São Pedro da Aldeia - RJ	Marinha do Brasil	Rádio Marinha - São Pedro da Aldeia
36	Mogi das Cruzes - SP	TVT	Rádio Brasil Atual
37	Mariana - MG	Universidade Federal de Ouro Preto	UFOP
38	Cianorte - PR	Fundação Antônio Bárbara	Rádio Olga FM
39	Curitiba - PR	Rádio e Televisão Educativa do Paraná - RTVE	Rádio Paraná Educativa
40	Foz do Iguaçu - PR	Fundação Canal 20	Rádio CATVE Foz FM
41	Florianópolis - SC	Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC	Rádio UFSC FM
42	Porto Alegre - RS	Secretaria de Comunicação do Rio Grande do Sul	Rádio FM Cultura
43	Santa Maria - RS	Universidade Federal de Santa Maria - UFSM	Uni FM 107,9

- Total de emissoras de TV em operação que compõem atualmente a RNCP-TV; R.72 entidades/filiais participantes da RNCP-TV.

* Lista de todas as emissoras, com município-sede, citadas no item anterior;

Planilha 02: Entidades/filiais participantes da RNCP-TV (72)

Nº	MUNICÍPIO - UF	EMISSORA
1	MANAUS - AM	TV ENCONTRO DAS ÁGUAS
2	BOA VISTA - RR	TV UNIVERSITÁRIA DE RORAIMA

3	PALMAS - TO	UFT TV
4	PORTO VELHO - RO	TV UNIR
5	MACAPÁ - AP	TV UNIFAP
6	BELÉM - PA	TV CULTURA DO PARÁ - FUNTELPA
7	RIO BRANCO - AC	TV UFAC (Em fase final de implantação)
8	SALVADOR - BA	TVE BAHIA
9	FORTALEZA - CE	TV CEARÁ
10	SÃO LUÍS - MA	TV BRASIL
11	JOÃO PESSOA - PB	TV UNIVERSITÁRIA DA PARAÍBA
12	RECIFE - PE	TV UNIVERSITÁRIA DE RECIFE
13	CARUARU - PE	TV PERNAMBUCO EPC
14	NATAL - RN	TV UNIVERSITÁRIA DO RN
15	TERESINA - PI	TV ANTARES
16	MACEIÓ - AL	TV UFAL
17	ARACAJU - SE	TV UFS
18	FEIRA DE SANTANA - BA	TV FEIRA
19	MACEIÓ - AL	ZUMBI DOS PALMARES - TV IZP
20	FORTALEZA - CE	TV UFC (Em fase final de implantação)
21	BRASÍLIA - DF	BRASÍLIA/DF
22	BRASÍLIA - DF	RBI
23	BOM JESUS - GO	TV BOM
24	GOIÂNIA - GO	TV UFG
25	JATAÍ - GO	TV SUDOESTE
26	CUIABÁ - MT	TV UNIVERSIDADE
27	CAMPO GRANDE - MS	TV EDUCATIVA MS
28	CAMPO GRANDE - MS	TV UNIVERSITÁRIA MS (Em fase final de implantação)
29	PORTO ALEGRE - RS	TVE RS
30	FLORIANÓPOLIS - SC	TV UNIVERSITÁRIA DE SC
31	ARARANGUA - SC	TV SUL CATARINENSE
32	ITAJAÍ - SC	TV BRASIL ESPERANÇA
33	RIO DO SUL - SC	REDE BELA ALIANÇA
34	FRANCISCO BELTRÃO - PR	TV BELTRÃO
35	PATO BRANCO - PR	REDE HUMAITÁ
36	CURITIBA - PR	TV PARANÁ TURISMO
37	CRICIÚMA - SC	RTV CRICIÚMA
38	COLORADO - PR	TV ALVORADA COLORADO
39	CURITIBA - PR	REDE MUNDIAL
40	CAMPO MOURÃO - PR	TV CARAJÁS
41	CIA NORTE - PR	TV CINTURÃO VERDE
42	RIO DE JANEIRO - RJ	TV BRASIL RIO DE JANEIRO
43	SÃO PAULO - SP	TV BRASIL SÃO PAULO
44	GUARAPARI - ES	TV GUARAPARI
45	VITÓRIA - ES	TVE ES
46	BELO HORIZONTE - MG	REDE MINAS

47	ANDRADAS - MG	TV ANDRADAS
48	POÇOS DE CALDAS - MG	TV PLAN
49	ANDRADINA - SP	SRC TV
50	SERTÃOZINHO - SP	STZ TV
51	RIO CLARO - SP	TV CLARET
52	MOGI GUAÇU - SP	REDE CONECTA MOGI
53	MATÃO - SP	TV MATÃO
54	VÁRZEA PAULISTA/SP	TV REDE PAULISTA
55	ARARAQUARA - SP	TV MORADA DO SOL
56	ARARAS - SP	REDE CONECTA
57	VOTUPORANGA - SP	TV UNIFEV
58	CUBATÃO - SP	TV UNISANTOS
59	BIRIGUI/SP	TV NOROESTE
60	SÃO CARLOS - SP	TVE SÃO CARLOS
61	SÃO PAULO - SP	TV MEGA CBI
62	CATANDUVA - SP	NOVA TV CATANDUVA
63	JUIZ DE FORA - MG	TV DIVERSA
64	BAURU - SP	TV PREVÊ
65	BOTUCATU - SP	TV NOVA SERRANA
66	CAMPINAS - SP	REDE MAIS FAMÍLIA
67	TRÊS MARIAS - MG	TV SAGRES
68	SANTA BÁRBARA - MG	TV CARAÇA
69	LINHARES - ES	REDE SIM
70	PASSOS - MG	TV INDSOL
71	SÃO CAETANO DO SUL - SP	TVT
72	SETE LAGOAS - MG	ETV CENTRO MINAS

* Lista de universidades federais que assinaram acordo de cooperação para integrar a RNCP-FM, em 17/10/23;

R. Na Planilha 03 é possível visualizar as universidades federais que assinaram ACTs ou contratos com a EBC, referentes as 43 estações de rádio.

* Lista de todos os municípios para os quais essas universidades solicitaram novas emissoras;

Planilha 03: Parcerias celebradas entre EBC e universidades federais – Rádio (43)

Universidade Federal	Serviço (R/TV)	Municípios
UNB - Universidade Federal de Brasília	R	Brasília (DF)

UFMG - Universidade Federal de Minas Gerais	R	Montes Claros (MG)
UFRB – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia	R	Cruz das Almas (BA)
UNIFAP - Universidade Federal do Amapá	R	Oiapoque (AP)
UFJF - Universidade Federal do Juiz de Fora	R	Juiz de Fora (MG)
UFGD - Universidade Federal da Grande Dourados	R	Dourados (MS)
UFAPE - Universidade Federal do Agreste Pernambuco	R	Garanhuns (PE)
UNIPAMPA - Universidade Federal do Pampa	R	São Borja (RS)
UFES - Universidade Federal do Espírito Santo	R	Vitória (ES)
UFMA - Universidade Federal do Maranhão	R	Imperatriz (MA)
UFMS - Universidade Federal do Mato Grosso do Sul	R	Aquidauana; Chapadão do Sul; Corumbá; Coxim; Naviraí; Nova Andradina; Paranaíba; Ponta Porã; Três Lagoas (MS)
UFOB - Universidade Federal do Oeste da Bahia	R	Santa Maria da Vitória; Barreiras (BA)
UFPR - Universidade Federal do Paraná	R	Curitiba; Palotina; Jandaia do Sul; Matinhos (UFPR)
UFLA - Universidade Federal de Lavras	R	Lavras (MG)
UFERSA - Universidade Federal Rural do Semi-Árido	R	Mossoró (RN)
UFOP - Universidade Federal de Ouro Preto	R	Mariana (MG) (Canal próprio em operação)
UFS - Universidade Federal de Sergipe	R	Lagarto; Itabaiana; Nossa Senhora da Glória; Estância; Propriá (SE)
UNIVASF - Universidade Federal do Vale do São Francisco	R	Petrolina (PE)
UFF - Universidade Federal Fluminense	R	Niterói (RJ)
FURG - Universidade Federal do Rio Grande	R	Rio Grande (RS) (Em processo de assinatura)
UFAM – Universidade Federal do Amazonas	R	Manaus (AM)

UFSJ - Universidade Federal de São João del-Rei		
	R	São João del-Rei (MG)
CEFET – Centro Federal de Educ. Tec. de Minas Gerais		
	R	Leopoldina (MG)
UFAL – Universidade Federal de Alagoas		
	R	Maceió; Arapiraca; Delmiro Gouveia (AL)
UFCAT – Universidade Federal de Catalão		
	R	Catalão (GO)

* Lista de universidades federais que assinaram acordo de cooperação para integrar a RNCP-TV, em 17/10/23;

R. Abaixo, na Planilha 04, listamos as universidades e os 29 canais.

*Lista de todos os municípios para os quais essas universidades solicitaram novas emissoras;

Planilha 04: Parcerias celebradas entre a EBC e universidades federais – TV (29)

Universidade Federal	Serviço (R/TV)	Municípios
UFRB – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia	TV	Cruz das Almas (BA)
UNIFAP - Universidade Federal do Amapá	TV	Laranjal do Jari (AP)
UFJF - Universidade Federal do Juiz de Fora	TV	Juiz de Fora (MG)
UFAPE - Universidade Federal do Agreste Pernambuco	TV	Garanhuns (PE)
UFES - Universidade Federal do Espírito Santo	TV	Vitória (ES)
UFMA - Universidade Federal do Maranhão	TV	Imperatriz (MA)
UFPR - Universidade Federal do Paraná	TV	Curitiba (PR)
UFLA - Universidade Federal de Lavras	TV	Lavras (MG)
UFERSA - Universidade Federal Rural do Semi-Árido	TV	Mossoró (RN)

UFS - Universidade Federal de Sergipe	TV	Lagarto; Itabaiana; Nossa Senhora da Glória; Estância; Propriá (SE)
UNIVASF - Universidade Federal do Vale do São Francisco	TV	Petrolina (PE)
UFF - Universidade Federal Fluminense	TV	Niterói (RJ)
UFPA – Universidade Federal do Pará	TV	Belém (UFPA)
UFC - Universidade Federal do Ceará	TV	Fortaleza (CE)
UNILAB – U. Fed. da Integ. Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira	TV	Redenção; Acarape; São Francisco do Conde (BA)
UFRJ – Universidade Federal Rio de Janeiro	TV	Rio de Janeiro (RJ)
UFSCAR – Universidade Federal São Carlos	TV	São Carlos (SP)
UFCA – Universidade Federal do Cariri	TV	Juazeiro do Norte (CE)
UFSB - Universidade Federal do Sul da Bahia	TV	Itabuna (BA)
UFSJ - Universidade Federal de São João del-Rei	TV	São João del-Rei (MG)
CEFET – Centro Federal de Educ. Tec. de Minas Gerais	TV	Contagem (MG)
UFAL – Universidade Federal de Alagoas	TV	Arapiraca; Delmiro Gouveia (AL)

*Lista de todas as universidades federais que, no dia 17/10/23, assinaram contratos com a EBC para que suas emissoras outorgadas passem a ingressar a RNCP;

R. Uma universidade possuía canal de Rádio FM, a UFOP de Mariana/MG.

*Lista de municípios contemplados no item anterior;

R. A UFOP possui rádio na localidade de Mariana - MG.

*Lista de institutos federais que assinaram acordo de cooperação para integrar a RNCP-FM, em 6/12/23;

R. A Planilha 05 contempla a relação dos 16 institutos e as suas devidas localidades.

*Lista de todos os municípios para os quais esses institutos solicitaram novas emissoras.

R. Foram solicitados 49 canais de Rádio, para operação conjunta entre a EBC e os 16 Institutos Federais.

Planilha 05: Parcerias entre EBC e institutos federais – Rádio

Entidade	Municípios
IFCE – Instituto Federal do Ceará	Fortaleza -CE
IFRN - Instituto Federal do Rio Grande do Norte	Natal – RN
IFMS – Instituto Federal do Mato Grosso do Sul	Campo Grande – MS
IFES - Instituto Federal do Espírito Santo	Vitória – ES
IFSP – Instituto Federal de São Paulo	Barretos; São João da Boa Vista - SP
IFPR - Instituto Federal do Paraná	Paranaguá; Londrina; Telêmaco Borba; Paranaíba; Campo Largo; Colombo; Curitiba; Pinhais; Ponta Grossa; Irati; Jacarezinho; Ivaiporã; Maringá; Umuarama; Cascavel; Toledo; Foz do Iguaçu; Palmas - PR
IFPB - Instituto Federal da Paraíba	Campina Grande – PB (canal próprio em operação)
IFNMG - Instituto Federal do Norte de Minas Gerais	Januária; Pirapora; Salinas - MG
IF Sul de Minas - Instituto Federal do Sul de Minas Gera	Inconfidentes - MG
IFAL - Instituto Federal de Alagoas	Piranhas; Maragogi; Penedo - AL
IFS - Instituto Federal de Sergipe	Aracaju; Estância; Nossa Senhora da Glória; Itabaiana; Lagarto; Poço Redondo; Propriá; São Cristóvão; Nossa Senhora do Socorro; Tobias Barreto - SE
IFSC - Instituto Federal Catarinense	Videira - SC
IFRO - Instituto Federal de Rondônia	Guajará-Mirim; Porto Velho - RO
IFRJ - Instituto Federal do Rio de Janeiro	Rio de Janeiro - RJ
IFSUL - Instituto Federal Sul-Rio-Grandense	Sapiranga - RS
IFMG - Instituto Federal de Minas Gerais	Belo Horizonte; Governador Valadares - MG

Atenciosamente,
Rede Nacional de Comunicação Pública – EBC.

Anexo 2 - Resposta à segunda solicitação de informação sobre a RNCP via plataforma Fala.BR no dia 27/03/2024

Protocolo nº 00112.000564/2024-61
Serviço de Informação ao Cidadão – SIC/EBC

Prezado,

o Serviço de Informação ao Cidadão da Empresa Brasil de Comunicação (SIC/EBC) agradece sua manifestação.

Em atenção ao pedido formulado, o gabinete da Diretoria Geral informa o que segue:

“Agradecemos o interesse no Projeto de Expansão da Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP/EBC).

no último dia 6/3, mais 11 universidades aderiram à RNCP, que possibilitará a retransmissão de parte da programação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC).

Com a expansão, a RNCP/TV passa a contar com 117 emissoras e a RNCP/Rádio com 155. O total corresponde a emissoras que estão em operação e em fase de implantação.

A parceria da EBC com as universidades fortalece a comunicação pública, levando o melhor do conteúdo educativo, cultural, científico e informativo para milhões de cidadãos e cidadãs de todas as regiões do país. A RNCP possibilita o acesso gratuito a conteúdos regionais e nacionais de alta qualidade e credibilidade.

RNCP

A Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP), prevista na Lei de Criação da EBC, é formada por emissoras de TV e Rádio que atuam por todo o país, propiciando cultura e informação para milhões de brasileiros. A EBC é responsável pela formação da RNCP e investe cada vez mais no fortalecimento e expansão da rede.

Evento de Expansão da RNCP - Ato do dia 6 de março de 2024:

1) Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN):

-Rádio:

1) Mossoró/RN (Canal EBC).

-TV:

1) Mossoró/RN (Canal EBC).

2) Fundação Universidade Estadual do Piauí (FUESPI):

-Rádio:

1) Picos/PI (Canal EBC).

-TV:

- 1) Picos/PI (Canal EBC);
- 2) Teresina/PI (Canal EBC).

3) Centro Universitário de Mineiros (UNIFIMES):

-Rádio:

- 1) Mineiros/GO (Canal EBC);
- 2) Trindade/GO (Canal EBC).

-TV:

- 1) Mineiros/GO (Canal EBC);
- 2) Trindade/GO (Canal EBC).

4) Universidade de Rio Verde (UNIRV):

-Rádio:

- 1) Rio Verde/GO (Canal EBC).

-TV:

- 1) Rio Verde/GO (Canal EBC).

5) Universidade Estadual do Norte Fluminense (UENF):

-Rádio:

- 1) Campos dos Goytacazes /RJ (Canal EBC).

6) Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT):

-Rádio:

- 1) Cáceres/MT (Canal EBC).

-TV:

- 1) Cáceres/MT (Canal EBC).

7) Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO):

-Rádio:

- 1) Guarapuava/PR (Canal Próprio da Universidade).

8) Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS):

-Rádio:

- 1) Feira de Santana/BA (Canal EBC);
- 2) Chapada Diamantina/BA – Lençóis (Canal EBC).

-TV:

- 1) Feira de Santana/BA (Canal EBC).

9) Universidade Estadual do Vale do Acaraú (UVA):

-Rádio:

- 1) Sobral/BA (Canal EBC);
- 2) São Benedito/CE (Canal EBC);
- 3) Camocim/CE (Canal EBC);
- 4) Acaraú/CE (Canal EBC); e
- 5) Granja/CE (Canal EBC).

10) Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE):

-Rádio:

1) Marechal Cândido Rondon/PR (Canal EBC).

-TV:

1) Cascavel/PR (Canal EBC);

2) Foz do Iguaçu/PR (Canal EBC);

3) Francisco Beltrão/PR (Canal EBC);

4) Toledo/PR (Canal EBC);

5) Guaíra/PR (Canal EBC);

6) Marechal Cândido Rondon/PR (Canal EBC);

7) Medianeira/PR (Canal EBC);

8) Dois Vizinhos/PR (Canal EBC); e

9) Pato Branco/PR (Canal EBC).

11) Universidade Estadual de Alagoas (UNEAL):

-Rádio:

1) Arapiraca/AL (Canal EBC);

2) Santana do Ipanema/AL (Canal EBC); e

3) União dos Palmares/AL (Canal EBC).”

Atenciosamente,

Serviço de Informação ao Cidadão (SIC/EBC)

sic@ebc.com.br

www.ebc.com.br

(61) 3799.5241/5512