Número de chamada
Clas. T/UNESP
PHA. R369u
Tombo nº 1265

(A)

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
CAMPUS DE BAURU
PÓS-GRADUAÇÃO COMUNICAÇÃO

Helton Lucinda Ribeiro

BIBLIOTECA UNESP CAMPUS BAURU

UNESP FM E CONCEPÇÕES DE RÁDIO UNIVERSITÁRIO

T. 1265

Bauru
2003

Helton Lucinda Ribeiro

UNESP FM E CONCEPÇÕES DE RÁDIO UNIVERSITÁRIO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP/Campus de Bauru, como requisito à obtenção do título de Mestre em Comunicação, sob a orientação da Prof. Dr. Murilo César Soares.

Bauru
2003

Ficha catalográfica elaborada por
DIVISÃO TÉCNICA DE BIBLIOTECA E DOCUMENTAÇÃO
UNESP - Bauru

Ribeiro, Helton Lucinda
UNESP FM e concepções de rádio universitário / Helton Lucinda Ribeiro. - - Bauru : [s.n.], 2003.
135 f.

Orientador: Murilo César Soares.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2003.

1. Rádio universitário. 2. Rádio educativo. 3. Extensão universitária. I – Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. II - Título.

Helton Lucinda Ribeiro.

UNESP FM E CONCEPÇÕES DE RÁDIO UNIVERSITÁRIO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, da Universidade Estadual Paulista, Campus de Bauru, para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Banca Examinadora:

Presidente: Prof. Dr. Murilo César Soares

Instituição: Unesp

Titular: Profa. Dra. Ana Rosa Gomes Cabello

Instituição: Unesp

Titular: Prof. Dr. Carlos Eduardo Moraes Dias

Instituição: Universidade Federal de São Carlos

Bauru, 22 de agosto de 2003.

AGRADECIMENTOS

Aos colegas do curso de Pós-Graduação da FAAC e estagiários do curso de Relações Públicas, pelas preciosas colaborações que tornaram possível este trabalho.

"O drama de uma cultura de massa é que o modelo do momento de descanso se torna norma, faz-se o sucedâneo de todas as outras experiências intelectuais, e, portanto, o entorpecimento da individualidade, a negação do problema, a redução ao conformismo dos comportamentos, o êxtase passivo requerido por uma pedagogia paternalista que tende a criar sujeitos adaptados."

Umberto Eco

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

RESUMO

A concepção de rádio universitário resulta da prática da Unesp FM, uma vez que não existe um modelo único de rádio universitário no país. Apresenta-se o perfil do público e a concepção dos produtores, e o diferencial que uma emissora vinculada a uma universidade apresenta, enquanto cultural e educativa, em relação às emissoras do sistema comercial de radiodifusão. Discute-se o rádio enquanto instrumento de extensão universitária.

Palavras-chave: rádio universitário; rádio educativo; extensão universitária.

ABSTRACT

Here there is a conception of university radio resulting from the Unesp practices, since there is not a single standard in the country. The study presents the public profile, the definition given by the producers and a comparision between a public, university managed radio - concerned with culture and education - and the private stations. In addition, the research analyses the radio as a tool of extending knowledge to the society.

Keywords: university radio, educational radio, university services.

SUMÁRIO

RESUMO	5
ABSTRACT	6
1 INTRODUÇÃO	8
2 BREVE HISTÓRICO DO RÁDIO EDUCATIVO NO BRASIL	22
2.1 As fases da radiodifusão educativa	22
2.2 Parâmetros legais	30
3 O CULTURAL E O EDUCATIVO	38
3.1 Níveis de cultura	39
3.2 Cultura do povo e cultura de elite	50
3.3 Relações entre as culturas na lógica capitalista	59
3.4 Educação: sentido lato e sentido estrito	64
4 CONCEPÇÕES CONSTRUÍDAS PELA UNESP FM	68
4.1 Programação da Unesp FM	69
4.2 O lado do ouvinte: preferências da audiência	75
4.3 Concepções sob a ótica dos produtores e programadores	102
4.4 Cultura e extensão: os papéis do rádio universitário	115
4.5 Viva Melhor: uma fórmula de extensão	119
5 CONCLUSÃO	123
6 BIBLIOGRAFIA	132

1 Introdução

O rádio como veículo de comunicação capaz de oferecer mais do que o simples entretenimento faz parte de nossas preocupações acadêmicas desde o curso de graduação em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp, quando elaboramos um projeto experimental intitulado Espaço Rural – Programa Radiofônico para uma Comunidade Rural.

Nosso intuito com aquele projeto era oferecer um contraponto ao extensionismo ao qual as comunidades rurais sempre estiveram sujeitas, em função das práticas de extensão rural, predominantes no país, que negavam o homem do campo enquanto sujeito de um processo de comunicação. Este era sempre considerado como objeto, mero depositário de um conhecimento pronto e acabado, tal como revela Paulo Freire[1]. O objetivo do Espaço Rural era oferecer um canal aberto a uma comunicação dialógica, ou seja, em que o ouvinte pudesse participar ativamente, pautando a programação e fornecendo conteúdos para o programa.

O público alvo do Espaço Rural era a comunidade rural de Garça, município da região de Marília, interior de São Paulo. Na ocasião, estabelecemos contato com duas emissoras de rádio da cidade, que demonstraram interesse pelo projeto. Este, entretanto, nunca foi implantado comercialmente. Acreditamos que dificilmente sua proposta original sobreviveria em uma emissora comercial, por razões bem simples: o sistema comercial não

[1] FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

está aberto à experimentação. Uma emissora comercial vive da venda de espaço para anúncios e precisa de audiência para atrair o interesse dos anunciantes. Ela não está disposta a correr riscos, e busca oferecer ao ouvinte um determinado padrão de programação, ao qual este já está habituado, e que se renova apenas quando a mudança é ditada pela lógica da indústria cultural.

A única possibilidade que vislumbramos de implantação do Espaço Rural no sistema comercial de radiodifusão dependia do apoio da Cooperativa dos Cafeicultores da Região de Garça – GARCAFÉ. Essa entidade já dera apoio à realização do projeto, disponibilizando transporte para que fosse efetuada pesquisa de campo junto aos pequenos produtores rurais do município. Mas descartamos a veiculação do programa com apoio da GARCAFÉ, uma vez que a cooperativa era grande difusora de práticas extensionistas na região, o que tornaria no mínimo incoerente sua parceria em um projeto de comunicação alternativa, se é que este se viabilizaria nos moldes propostos pelos pesquisadores.

Por estas razões, o Espaço Rural limitou-se a um projeto experimental para a conclusão do curso de Comunicação Social.

Frente aos obstáculos impostos pelo sistema de radiodifusão comercial, nosso interesse recaiu naturalmente sobre o rádio universitário, uma vez que a própria Unesp possui uma emissora, localizada no campus de Bauru, cuja programação era considerada por muitos como padrão de qualidade. A Unesp FM oferecia aos seus ouvintes aquilo que, como dissemos, era vedado no sistema comercial: experimentação, inovação, liberdade em relação aos índices de audiência. Que a Unesp FM era uma emissora de alto nível, ou seja,

detentora de uma programação caracterizada pelo bom gosto, nos parecia, a priori, fora de dúvida.

Todavia, uma característica da emissora nos preocupava: como nosso interesse em rádio estava voltado para o seu potencial de democratização do conhecimento, víamos na emissora da Unesp uma aparente limitação desse potencial devido ao alcance restrito em relação ao conjunto da população. Como revelava pesquisa de audiência feita pela própria emissora em 1999, aplicada em dez bairros da cidade, apenas 23,4% dos entrevistados sintonizavam a Unesp FM diariamente. Apenas nos bairros de classe média ela chegava a atingir a liderança. Inevitavelmente, recaíamos na decantada questão do elitismo das emissoras universitárias.

A hipótese de que o rádio universitário é elitista conduz invariavelmente à crítica desse veículo enquanto espécie do gênero educativo. Em síntese, o questionamento que se faz é: a quem o rádio universitário educa? Sendo elitista, não será à população que mais necessita de educação, obviamente.

Aceitamos de início, portanto, a existência dessa aparente contradição do rádio universitário. Mas seria ela inerente a essa modalidade de radiodifusão, ou um desvio verificado em casos isolados? Para responder a essa pergunta, seria necessário saber o que define o rádio universitário, qual a concepção que se tem dessa modalidade. Começamos pela legislação e descobrimos que esta não estabelece com precisão o que é rádio universitário, limitando-se a critérios de concessão.

Quanto à literatura, quase não há referência ao rádio universitário. O único trabalho mais aprofundado do qual tivemos conhecimento é a dissertação de mestrado de Carlos Eduardo Moraes Dias, defendida em 1993 na Escola de Comunicação e Artes da USP. Nesse trabalho, o autor faz um apanhado histórico e extrai concepções a partir de entrevistas com diretores das rádios USP e Unesp FM. Dias conclui que uma emissora universitária deveria ser "*difusora de aspectos culturais; e, como instrumento permanente de interação social, deveria viabilizar intercâmbios de sistemas alternativos*".[2]

Não era escopo do trabalho averiguar até que ponto tal concepção se refletia na prática cotidiana das emissoras. De qualquer forma, lá se vão dez anos depois do trabalho de Moraes Dias e a discussão sobre o rádio universitário parece não ter sido aprofundada nesse meio tempo.

Ademais, os meios de comunicação têm sofrido mudanças tais nos últimos anos que o próprio papel do rádio educativo parece ter sido posto em xeque. Toda a euforia que marcou três quartos de século de produção radiofônica está sendo canalizada agora para outras tecnologias. Essas novas tecnologias, portanto, parecem alcançar o que nem mesmo a televisão havia conseguido: desbancar o rádio como veículo ideal para a democratização do conhecimento.

Ainda não se tem plena noção do potencial educativo dessas novas tecnologias, principalmente de conjunto de tecnologias que resultou no ciberespaço. Mas é certo, pelo menos por enquanto, que o rádio permanece o

---

[2] DIAS, C. M. **Rádio educativa**: concepções de rádio universitária. São Paulo, 1993. 122f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, USP, p. 117.

unesp

mais democrático dos meios de comunicação de massa. É barato, inclusive do ponto de vista operacional, e não requer dedicação exclusiva do receptor, que pode conciliá-lo com atividades profissionais e domésticas. Mas, no ritmo em que as novas tecnologias estão evoluindo, não é nada fantasioso imaginar que, em poucas décadas, ou mesmo anos, o acesso ao ciberespaço seja tão fácil quanto o acesso a um programa de rádio. Seja no emprego, na escola ou em terminais públicos*. Isto posto, torna-se premente a redefinição de papel do rádio educativo, em geral, e do rádio universitário, em particular. No caso deste último, arriscamos dizer que a questão seja mais de definição propriamente dita do que redefinição.

Frente à sua primeira "crise", se assim podemos chamar o impacto causado pela televisão, o rádio soube se adaptar muito bem, relegando a segundo plano as funções que o novo meio de comunicação podia desempenhar melhor e explorando aquelas que constituem o seu grande diferencial: o imediatismo da informação e a prestação de serviço. Mas, sobretudo, as emissoras se especializaram, como relata Antônio F. Costella:

> *"Paulatinamente, [o rádio] foi se limitando a atender às necessidades de fatias daquele público geral que perdera para a TV. As emissoras dos maiores centros dividiram entre si os ouvintes, voltando-se umas para os esportes, outras para o jornalismo; esta, para a música jovem, aquela, para a música erudita; alguma, para o público feminino, etc. Mesmo nas cidades menores, onde só existiam poucas ou mesmo apenas uma emissora, outra forma de especialização ocorreu. Não podendo concorrer com a TV nos assuntos gerais, a pequena emissora do interior passou, de preferência, a satisfazer as necessidades de informação regional."*[3]

---

* Em 1996, apenas cinco anos após ter sido criada, a World Wide Web (WWW) já contava com 50 milhões de usuários. Para atingir marca semelhante, a eletricidade levou 46 anos e o automóvel, 55 anos, segundo Antônio F. Costella (2001: 233). No 1º trimestre de 2000, o número de internautas chegava a 300 milhões.

[3] COSTELLA, A. **Comunicação – do grito ao satélite.** Campos do Jordão: Mantiqueira, 2001. p. 186.

O advento da televisão, portanto, levou à segmentação das emissoras de rádio nos grandes centros. Quanto ao impacto do ciberespaço, o que se pôde observar até agora de mais significativo foi a inserção das emissoras de rádio na internet, disponibilizando sua programação na web e estimulando a interatividade com os internautas. Talvez seja de se esperar uma nova etapa no processo de segmentação do rádio, frente ao fluxo avassalador de informações disponíveis na internet, e sob a influência de um ouvinte-internauta com possibilidades cada vez maiores de participar ativamente da produção de programas, graças à interatividade.

A maioria das emissoras universitárias já possui seu endereço eletrônico. Talvez daqui a alguns anos se possa avaliar os resultados dessa fusão entre o rádio e a mídia eletrônica interligada em rede. Por enquanto, interessa saber em que tipo de rádio se tornaram as universitárias, depois de anos de experiências calcadas na tentativa e erro.

Em relação ao rádio educativo, muito já se teorizou e são numerosas as experiências bem-sucedidas. Muitas delas inspiram, hoje em dia, as emissoras comunitárias. Quanto ao rádio universitário, que podemos classificar, por ora, como "espécie" dentro do gênero "educativo", pouco se tem pesquisado. E é aí que colocamos a questão: qual vem sendo o papel do rádio universitário até agora? Ele vem sendo educativo num sentido estrito, entendendo-se a educação como um processo formal programado e continuado, ou educativo num sentido mais amplo, que abarque todas as formas de

unesp

promoção da cidadania, a valorização da cultura e a democratização da informação?

Já mencionamos a questão do elitismo. Como se verifica na maioria das emissoras universitárias, hoje em dia, a opção freqüente pela música erudita, a crítica ao elitismo é quase irresistível. E decorre daí, muitas vezes, a opção pelo popular como resposta ao problema do rádio universitário. Porque, afinal de contas, pertencendo ao gênero educativo, espera-se que o rádio universitário eduque, ou seja, leve o conhecimento a quem supostamente não o possui. A essa tentação nós também não escapamos. E, dessa forma, nossos primeiros questionamentos partiam da premissa de que o rádio universitário era demasiado erudito para atender aos seus objetivos educativos. Mas nosso objeto de estudo, a Unesp FM, revelou-se bem mais complexa. Primeiro porque partíamos da concepção de que a programação da rádio deveria abrir mais espaço para a cultura do povo. E aí começam os problemas: o que é, na verdade, cultura do povo? Um dos nossos primeiros esforços, portanto, foi buscar alguns elementos para que possamos situar essa cultura o mais aproximadamente possível e diferenciá-la da cultura erudita e cultura de massa.

As questões que se impuseram neste trabalho foram: a elite se identifica integralmente com uma cultura de elite? Ou o povo se identifica com uma cultura do povo? Ou o povo substitui sua cultura por uma cultura de elite? Ou a cultura de massa se impõe sobre cultura de elite e a cultura do povo? Suscitamos essas questões por entender que cultura de elite, de massa, e do povo, não são compartimentos estanques, que nos forçam a fazer opções

excludentes. Elas dialogam entre si. E, sobretudo, estão inseridas num sistema que gera conteúdos elitizados ao negar a parte da população o acesso a esses conteúdos. Nem por isso entendemos que essa parcela da população encontra-se relegada a uma posição de "vítima indefesa" da indústria cultural. Contrapondo-se à visão mais determinista dos meios de comunicação de massa, enquanto instrumentos de controle que pressupõem uma massa passiva e inerte, ganham importância, recentemente, os estudos da recepção na comunicação. Tais estudos destacam que a massa não é inerte, que existem "estratégias de desvio", pelas quais as informações são apreendidas de forma muito diversa da que imaginam os emissores. O receptor deve, portanto, ser visto como sujeito do processo de comunicação, como interlocutor. Mauro Wilton de Souza apresenta um panorama desta mudança de enfoque com seu livro "Sujeito, o lado oculto do receptor"[4].

Por outro lado, não se pode deixar de lado uma questão crucial, principalmente em tempos de globalização, que é o desenraizamento cultural, ou seja, a presença, cada vez mais forte, de uma cultura supranacional que acaba por estrangular manifestações culturais regionais. O rádio pode ser um veículo de enraizamento, e tem sido clara a opção de muitas emissoras universitárias por manifestações culturais genuinamente brasileiras, embora falte a algumas um vínculo verdadeiro com as comunidades nas quais estão inseridas. Não pretendemos defender, com isso, o imobilismo cultural, mas apenas questionar, como Adam Schaff[5]: o que vai substituir a cultura tradicional? A preocupação de

[4] SOUZA, M. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Braziliense, 1995.
[5] Schaff, A. *A* **Sociedade informática**. São Paulo: Unesp, 1990.

Schaff é que nem todas as culturas do mundo têm as mesmas oportunidades de afirmação, porque o mercado onde se dá o intercâmbio cultural está nas mãos de quem dispõe dos meios técnicos de difusão de informações. As rádios, como as universitárias, mas talvez principalmente as comunitárias, representam a possibilidade de se colocar meios técnicos de difusão de informação nas mãos daqueles que não teriam outros meios de estabelecer relações com uma cultura supranacional em condições de igualdade.

Apesar dessas reflexões a que nos dedicávamos no decorrer da pesquisa, parecia ainda distante, ou pelo menos obscura, a resposta a uma questão básica. O que é, na verdade, uma rádio universitária? Por felicidade, no ano em que ingressamos no programa de pós-graduação da FAAC, foi realizado, no campus da Unesp em Bauru, um seminário sobre rádio universitário, com a participação de Carlos Eduardo Moraes Dias, Lígia Trigo, diretora da Rádio USP, e do então diretor da Unesp FM, Murilo César Soares. Entre os muitos esclarecimentos propiciados pelas explanações dos participantes, seguidas de debates com a platéia, estava a idéia de que não existe uma fórmula fixa de rádio universitário. Cada emissora põe em prática uma determinada concepção. Para Moraes Dias, o que falta a essas emissoras é conhecer o seu público. Saber quais são os seus anseios e o que ele busca numa rádio universitária.

Já dissemos que pesquisa realizada pela Unesp FM revelou que sua penetração maior se dava nos bairros de classe média. Mas havia um público em especial que ainda não fora objeto de pesquisa: o próprio público universitário. Conhecê-lo era uma necessidade tanto mais premente quanto

seria impensável para nós uma emissora universitária sem ligação com os universitários. Por sorte, houve a disposição da direção da rádio em realizar uma pesquisa de audiência junto aos estudantes da Unesp. E uma pesquisa também foi realizada fora da universidade, em quatro bairros de Bauru. Ambas foram aplicadas por estagiários do curso de Relações Públicas, com nossa supervisão no ano de 2000.

Caminhamos, assim, no sentido de suprir aquela que Moraes Dias considerava a maior carência das emissoras universitárias, ou seja, o desconhecimento em relação ao público.

E, uma vez que se ressaltava não haver uma fórmula única para o rádio universitário, restava saber qual a fórmula resultante da atuação da Unesp FM. Isso poderia ser averiguado pela análise da programação e por entrevistas com produtores e programadores. Isso é o que faremos no terceiro capítulo.

De início podemos apontar alguns diferenciais da Unesp FM em relação à sua "irmã" no Estado de São Paulo, a Rádio USP, da Universidade de São Paulo. Inserida na capital paulista, a Rádio USP conta com a vantagem de um público extremamente heterogêneo e vasto, no qual sempre haverá um nicho a ser visado, sempre haverá um segmento receptivo às mais variadas propostas imagináveis. Assim sendo, a emissora encontra com facilidade seu público, e se não se destaca no ponto de vista das pesquisas de audiência, destaca-se como referencial de qualidade, como espaço de legitimação de uma

cultura elevada* e até mesmo de renovação, sendo procurada por novos artistas para a divulgação de seu trabalho.

Localizada no interior, a Unesp FM, por sua vez, não conta com um público tão vasto e segmentado. As emissoras disputam todas alguns segmentos do público, principalmente definidos por renda e idade, não oferecendo opções que se diferenciem tão significativamente, mas recorrendo à fórmula fácil das tendências da moda.

Como emissoras sem fins lucrativos, as universitárias não estão sujeitas a pressões comerciais, gozando de um pouco mais de liberdade para inovar. E é ai que a Unesp FM se aproxima da Rádio USP. Como espaço de experimentação, acabou apontando rumos que foram seguidos por outras emissoras. Segundo depoimento de Lígia Trigo, diretora da Rádio USP, durante o seminário "Rádio Universitária", a emissora que dirige foi uma das primeiras FMs a investir no jornalismo nos anos 80, enquanto as emissoras comerciais apostavam no estilo "vitrolão", ou seja, programação exclusivamente musical.

Também a Unesp FM influenciou as emissoras de Bauru. Um exemplo é o programa Batuque na Cozinha, um dos mais antigos da emissora, destinado ao samba e pagode. Após sua criação e boa acolhida por parte do público, uma das três FMs de maior audiência da cidade, que não possuía nenhum programa de música brasileira, inseriu, no mesmo horário do Batuque

* Discutiremos a questão dos espaços de legitimação da cultura no capítulo 2.

na Cozinha, um programa intitulado Música Popular Brasileira, segundo relato de Antônio Carlos de Jesus, ex-diretor da Unesp FM.[6]

A diferença básica de perfil entre as rádios da Unesp e USP seja o modelo de segmentação adotado. Inserida em um grande centro, a Rádio USP pôde lançar mão da mesma estratégia que as emissoras comerciais adotaram para sobreviver ao impacto da televisão: a especialização. Assim, a Rádio USP é conhecida como uma emissora de MPB, e tem um público garantido.

Embora possua um perfil semelhante ao da Rádio USP, sendo identificada também à MPB, a Unesp FM optou por promover uma segmentação de sua própria programação, com vistas a atender os gostos de diversas audiências, uma vez que a região onde está inserida não permite uma segmentação por rádios. Assim, a Unesp FM aproveita sua programação noturna para a veiculação de programas destinados a públicos específicos e restritos: amantes de jazz, de blues, de música contemporânea, de música de concerto, entre outras.

A Unesp FM constrói, assim, o perfil de uma emissora eclética, numa época em que, para especialistas em rádio, como Heródoto Barbeiro, o ecletismo é coisa do passado e o caminho seria, sim, o da especialização: *"É engano pensar que uma emissora de música e notícia vai conseguir atingir os dois públicos."*[7]

---

[6] DIAS, C. M. **Rádio educativa** - concepções de rádio universitária. São Paulo, 1993. 122f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, USP, p. 89.
[7] BARBEIRO, H. e LIMA, P. **Manual de radiojornalismo.** Rio de Janeiro: Campus, 2001, p. 12.

Tampouco se vale da estratégia mencionada por Antônio F. Costella, que caracteriza as emissoras de pequenas cidades: a valorização de assuntos regionais, diferencial em relação à grande mídia, que aborda temas nacionais ou macro-regionais. As emissoras comerciais da cidade ainda o fazem em seus programas jornalísticos, em que predomina a cobertura de notícias da cidade ou da região de Bauru. Por falta de estrutura, a Unesp FM não consegue praticar um jornalismo atento ao cotidiano da cidade, limitando-se às agências de notícias.

São, portanto, várias as contradições que surgem de uma análise ainda superficial da emissora: ser elitista ou popular? Segmentada ou não segmentada? Até mesmo sua pretensa liberdade em relação à audiência parece relativa à medida que se aprofunda a discussão. Até que ponto a Unesp FM é de fato inovadora? Até que ponto ela não estaria se acomodando à sua própria fórmula, deixando de se reciclar?

Estas são, portanto, algumas das questões que vão permear este trabalho. Se nosso objetivo fosse apenas definir o que é o rádio universitário, a questão estaria respondida desde já: rádio universitário é apenas um dispositivo legal, um critério de concessão. A partir daí, cada universidade põe em prática o que entende ser o rádio universitário. Nosso objetivo vai além. Queremos mostrar o que o rádio universitário pode ser. Por estar nas mãos de universidades, a maioria delas públicas, entendemos que essas emissoras devem ter um compromisso com a sociedade.

Outra das contribuições do Seminário Rádio Universitária para nosso trabalho, como veremos no capítulo 3, foi estabelecer o papel do rádio

como veículo de extensão universitária. No caso da Unesp FM, o próprio regimento interno aponta a extensão como um dos três objetivos básicos, ao lado do ensino e da pesquisa. Marlene Blois também apresenta a questão como central na discussão do rádio universitário em um artigo específico sobre o assunto[8]. Se por um lado não existe uma fórmula fixa do que é rádio universitário, há pelo menos uma expectativa em relação ao veículo, enquanto educativo e cultural. Assim sendo, nossa posição é considerar tanto mais coerente a fórmula adotada pela emissora quanto mais se aproximar da extensão universitária.

[8] BLOIS, M. BLOIS, M. Rádios e as TVs universitárias: uma proposta em discussão. In: FERNANDES, F. A. M. & BARROS, L. M. (orgs). **Comunicação e solidariedade**. São Paulo: Edições Loyola, 1992

2 Breve Histórico do Rádio Educativo no Brasil

Para muitos pesquisadores, o rádio no Brasil já nasce educativo. Era de se esperar, portanto, que esse potencial se desenvolvesse plenamente no país. Mas, nos dias de hoje, em que aproximadamente três mil emissoras cobrem praticamente todo o território nacional, Arnaldo Niskier, um pesquisador da Educação à Distância, espanta-se com a sub-utilização de um veículo comprovadamente eficaz:

> *Já imaginaram o tamanho do desperdício quando não se coloca o rádio a serviço da educação, num país que ainda dispõe de carências brutais, como a existência, em 1998, de 19 milhões de analfabetos?*[1]

Quem aponta algumas dos possíveis fatores que impediram o desenvolvimento da radiodifusão educativa no Brasil é Sônia Virgínia Moreira[2]. Para ela, em meio a tantas ingerências políticas de regimes autoritários, problemas financeiros e dificuldades em estabelecer rumos definidos, foram realmente poucas as experiências bem-sucedidas na radiodifusão com fins educativos.

No intuito de compreender melhor o problema, faz-se necessário percorrer o caminho trilhado pelo rádio educativo no país. Em seguida, veremos quais são os parâmetros impostos pela legislação.

2.1. As fases da radiodifusão educativa

comunidade que o mantinha. Antropólogo, ex-integrante da Missão Rondon em 1907, Roquette Pinto contava, em sua empreitada, com a colaboração de outro homem das ciências, Henry Morize, professor de física e diretor do Observatório Nacional de Astronomia. Ambos idealizavam transformar cada lar brasileiro em uma sala de aula no futuro, como sugere a seguinte afirmação de Roquette Pinto:

> *"Todos os lares espalhados pelo imenso território do Brasil receberão, livremente, o conforto moral da ciência e da arte; a paz será realidade definitiva entre as nações. Tudo isso há de ser o milagre das ondas misteriosas que transportam no espaço, silenciosamente, as harmonias".*[5]

Apesar de seu potencial democrático, o rádio surge, portanto, não como movimento de emancipação das classes populares, como imaginaram, entre outros, Brecht, mas como legitimador dos valores da elite por meio da divulgação da chamada "alta cultura". O próprio aparelho rádio só era acessível à elite, de modo que o público era bastante reduzido. Funcionando como associações, as emissoras não sobreviviam da venda de espaço publicitário, mas das contribuições mensais dos "sócios". A própria programação era montada graças a empréstimos de discos. Com o passar dos anos, a programação da Rádio Sociedade foi se popularizando e abrindo espaço para cantores de sucesso na época.

Embora os experimentos com rádio-escola, a começar pela Rádio-Escola Municipal do Distrito Federal, façam Marlene Blois enxergar uma segunda fase a partir já de 1928, é em 1931, segundo Antonio F. Costella[6], que a radiodifusão no Brasil sofreria uma profunda alteração e, com ela, o rádio

---

[5] COSTELLA, A. F. **Comunicação do grito ao satélite**, p. 178.

educativo: a legislação autorizava as emissoras a receberem pagamentos pela veiculação de mensagens publicitárias, o que levou o caráter educativo a ir se submetendo, gradualmente, a interesses comerciais. Marcando o fim de uma era, Roquette Pinto doou, em 1936 – já em plena fase de "Profissionalismo", como classifica Moraes Dias –, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, que havia se tornado inviável comercialmente, ao Ministério da Educação e Cultura. Ela passa a se chamar Rádio Ministério da Educação, atual Rádio MEC. Por uma exigência de Roquette Pinto, uma cláusula da cessão da rádio ao Ministério garantia sua isenção total de qualquer cunho comercial, vedando a veiculação de publicidade.

Também na década de 30, segundo Carlos Eduardo Moraes Dias[7], um fato político exercerá grande influência no destino do rádio brasileiro: a ascensão de Getúlio Vargas ao poder. Getúlio fez largo uso do rádio para mobilizar a opinião pública a favor do seu governo. Implantou o Departamento Oficial de Propaganda (DOP), que mais tarde, no Estado Novo, deu origem ao Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP). Em 1930, surgia a Voz do Brasil, um boletim radiofônico oficial do governo. Entre outras medidas, Getúlio Vargas liberou a importação com taxa zero de aparelhos de rádio, tornando-o, em poucos anos, um veículo de grande abrangência, atingindo praticamente todas as camadas sociais. A partir da nacionalização da Rádio Philips, em 1936, surge a Rádio Nacional, uma emissora de grande potência, que se torna um dos principais mecanismos de veiculação das idéias de Getúlio.

---

[6] Idem, p. 180.
[7] Conferência proferida no seminário Rádio Universitária, na Unesp/Bauru, em 2000.

unesp

Projetos educativos só voltam a ganhar importância nas décadas de 50 e 60, mas, segundo Arnaldo Niskier[8], ainda numa etapa pré-científica. Caracterizava-se por um trabalho de amadores, desprovido de princípios pedagógicos. Em 1965, ainda de acordo com Niskier, o Brasil filia-se à OEA (Organização dos Estados Americanos), que dedica atenção especial à educação e transformação social na América Latina. A prioridade máxima são os programas educativos de radiodifusão e televisão. A OEA adota, em 1969, o termo "teleducação", que "abrange toda atividade educativa por rádio, TV e outros meios audiovisuais à distância"[9].

De experiências promovidas pelo Episcopado Brasileiro no Nordeste, surge o Movimento de Educação de Base, em 1961, que dará nome à terceira fase identificada por Marlene Blois na história do rádio educativo no Brasil. O MEB foi um programa nacional de alfabetização de adultos, influenciado pelo projeto pedagógico de Paulo Freire. Conforme explica Denise Maria Cogo[10], contou com amplo apoio do governo federal, interessado na aproximação com a Igreja, que, entre outras coisas, facilitou a concessão de canais radiofônicos para a transmissão de programas de educação de base.

Neste período, em 1957, o MEC cria o Sistema Radio Educativo Nacional, que dura até 1963, valendo-se de programas gravados em discos para educar a população rural. Em 1958, o Ministério da Agricultura funda a Rádio Rural Brasileira. No mesmo ano surge a primeira rádio universitária, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

---

[8] NISKIER, A. **Educação à distância** – a tecnologia da esperança, p. 162.
[9] Idem, p. 163.

Em 1970, a rádio MEC criava o Projeto Minerva, que previa a veiculação de cursos supletivos, com ênfase na educação de adultos, atendendo à Portaria 408/70, que regulamentava o Decreto 236/67 e tornava obrigatória a utilização de horários das emissoras comerciais de rádio e televisão por um período de cinco horas semanais para programas educativos.

Outro grande marco da radiodifusão educativa no Brasil foi o Projeto SACI (Sistema Avançado de Comunicações Interdisciplinares), surgido com a criação do SATE (Sistema Avançado de Tecnologias Educacionais) pelo Decreto 65.239/69. Esse projeto previa a difusão de projetos educacionais em todo o território nacional via satélite. Aliando a escola tradicional à mais avançada tecnologia de educação à distância na época, a iniciativa prometia suprir as deficiências da escola pública nos mais distantes rincões do país. Ficou aquém da expectativa, mas seu exemplo, tanto no que houve de erro quanto de acerto, ainda pode ser útil para clarear o caminho do rádio educativo, como afirma Niskier:

> *"Das muitas lições que podem ser retiradas do Projeto SACI, uma deve ser lembrada: os esquemas e os métodos de operação das TE* (Tecnologias Educacionais) *de nada valerão se estiverem apartados da realidade de cada região. Valores não se impõem".*[11]

Também nessa fase, em 1967, são criadas duas fundações dedicadas à teleducação – a Fundação Educacional Padre Landell de Moura, no Rio Grande do Sul, e a Fundação Padre Anchieta, em São Paulo. Mas o Brasil vive um regime ditatorial, com reflexos claros inclusive na forma como o rádio

---

[10] COGO, D. **No ar... uma rádio comunitária.** p. 33.
[11] NISKIER, op. cit., p. 164.

educativo é tratado. O Decreto-Lei número 236/67 determina que todas as emissoras comerciais de radiodifusão transmitam, obrigatoriamente, programas educativos em determinados horários.

Um dos últimos grandes fatos que marcaram a história do rádio educativo no Brasil foi a criação da Radiobrás, em 1975, pela Lei número 6.301. De acordo com Marlene Blois[12], que vê neste período uma quarta fase do rádio educativo, a criação da Radiobrás trouxe um problema sério: o impasse entre o MEC e o Ministério das Comunicações, quanto às rádios educativas federais. Para o MEC, ficaria injustificável investir em emissoras que, oficialmente, não mais lhe pertenciam. A Radiobrás, por sua vez, não demonstrava ter compromisso com a educação, segundo Blois.

É no final da década de 70 que surge a Rádio USP. Desde o início, ela opta por uma linha cultural, jamais incluindo cursos, no sentido estrito, em sua programação. Inaugurada no dia 11 de outubro de 1977, a emissora é resultado de um projeto de rádio laboratório para a Escola de Comunicação e Artes da USP. Segundo Lígia Trigo, diretora da Rádio USP:

> *"O projeto não vingou e optou-se pelo pedido de concessão de rádio educativa, que teria então como finalidade criar um veículo de comunicação da universidade com a sociedade, em particular a sociedade de São Paulo".*[13]

De acordo com Lígia Trigo, nos primeiros anos, a rádio funcionou apenas como um "vitrolão", ou seja, oferecendo uma seleção musical aos seus ouvintes. Nos anos 80, começam suas primeiras tentativas de definição de uma

---

[12] In: DIAS, C. M., op. cit.. p. 15.
[13] Conferência proferida no seminário Rádio Universitária, na Unesp/Bauru, em 2000

identidade. Os primeiros programas eram voltados aos mais diversos públicos e se tratavam basicamente de projetos independentes. Veiculava programas para crianças, para a comunidade indígena, para a comunidade afro-brasileira, um programa para cada gênero musical e trabalhava basicamente com produções externas. Ainda na década de 80, foi implantado do primeiro núcleo de jornalismo. A rádio passa a se contrapor, assim, às emissoras comerciais, que faziam, na época, a opção pelas seleções musicais.

A Unesp FM nasce justamente nesta fase de marasmo à qual se refere Marlene Blois, em 1991. No início, transmite programas educativos, mas logo passa a trilhar caminho semelhante ao da rádio USP, segundo Moraes Dias.[14] Para ele, as duas emissoras têm como principais objetivos:

> *"estender a ação educativa e cultural a atividades comunitárias e as que se voltem para o trabalho, valorizando-o como expressão do próprio homem, que se torna capaz de aprofundar conhecimentos e usá-los, no cotidiano, como cidadão produtivo, com condições de buscar formas de otimização do próprio processo de produção".*[15]

As emissoras universitárias paulistas representam, assim, não apenas um contraponto ao modelo comercial de radiodifusão, mas apresentam uma concepção própria de rádio educativo, que deixa de lado a educação formal, como procurou demonstrar Moraes Dias.

No Brasil, atualmente, existem apenas 36 emissoras universitárias, sendo que quatro delas transmitem exclusivamente pela Internet. As rádios universitárias seguem a lei das educativas, que veremos a seguir.

---

[14] DIAS, C. M. op. cit. p. 55.
[15] Idem, p. 56.

unesp

2.2 Parâmetros legais

A legislação brasileira sempre tentou imprimir um caráter educativo aos veículos de comunicação de massa que se valem da concessão pública. Seja qual for o interesse do governante de plantão, a questão da utilização do rádio para fins educativos já está presente no Código Brasileiro de Radiodifusão desde 1963, no Decreto 52.795, cujo artigo 3º diz o seguinte:

> *Os serviços de radiodifusão têm finalidade educativa e cultural, mesmo em seus aspectos informativo e recreativo, e são considerados de interesse nacional, sendo permitida, apenas, a exploração comercial dos mesmos na medida em que não prejudique esse interesse e aquela finalidade.*

O artigo 221 da Constituição Brasileira de 1988 diz que a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios: preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação; regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei; respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Atualmente, as rádios educativas, entre as quais figuram as universitárias, são regulamentadas pela Portaria Interministerial 651, de abril de 1999, assinada pelos ministros Paulo Renato Souza, da Educação, e Pimenta da Veiga, das Comunicações, da qual reproduzo os cinco primeiros artigos:

> *Artigo 1º: Por programas educativo-culturais entendem-se aqueles que, além de atuarem conjuntamente com os sistemas de ensino de qualquer nível ou modalidade, visem à educação básica e superior, à educação permanente e formação para o trabalho, além de abranger*

unesp

> *as atividades de divulgação educacional, cultural, pedagógica e de orientação profissional, sempre de acordo com os objetivos nacionais.*
>
> *Artigo 2º: Os programas de caráter recreativo, informativo ou de divulgação desportiva poderão ser considerados educativo-culturais se nele estiverem presentes elementos instrutivos ou enfoques educativo-culturais identificados em sua apresentação.*
>
> *Artigo 3º: A radiodifusão educativa destina-se exclusivamente à divulgação de programação de caráter educativo-cultural e não tem finalidades lucrativas.*
>
> *Artigo 4º: O tempo destinado à emissão dos programas educativo-culturais será integral nas emissoras educativas, sem prejuízo do estabelecido no artigo 28, item 12, do Regulamento dos Serviços de Radiodifusão, aprovado pelo Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963, no que couber.*
>
> *Artigo 5º: Para outorga de concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão educativa, além da documentação prevista no Regulamento dos Serviços de Radiodifusão, a entidade interessada deverá apresentar declaração, conforme modelo anexo a esta Portaria.*
>
> *Artigo 6º: Os executantes do serviço da radiodifusão educativa observarão sempre as finalidades educativo-culturais da sua programação.*[16]

Muito embora a Constituição Federal de 1988 determine que a programação de rádio e televisão deva atender, preferencialmente, finalidades educativas e culturais, tal determinação não encontra reflexos fora do papel, levando Gisela Ortriwano a fazer o seguinte questionamento: por que o rádio é um meio de segunda categoria?

> *"Muito poderia ser dito a respeito. Um dos pontos cruciais é o próprio sistema de exploração da radiodifusão, há muito atrelado há uma sistemática em que o critério básico para a concessão é o do interesse político, da: 'amizade', da troca de favores. O interesse social e a competência tornam-se secundários."* [17]

E ainda:

---

[16] Serviços de Radiodifusão com Fins Exclusivamente Educativos – Manual, Ministério das Comunicações, 2001.

> *"A política brasileira para a exploração da radiodifusão está fundamentada na teoria da responsabilidade social pela iniciativa privada, com o Estado estabelecendo princípios que salvaguardem o uso social dos meios eletrônicos de comunicação. De um lado, estão os dispositivos legais, ressaltando e incentivando o uso social do rádio e da televisão. De outro, toda uma série de interesses de ordem político-ideológica que se manifestam por diversos tipos de pressões. É o jogo do poder determinando a real situação da radiodifusão no Brasil."*[18]

Para a autora, enquanto as rádios comerciais são pautadas por interesses econômicos, emissoras de entidades religiosas estão interessadas na difusão de credos ou na venda de produtos que exploram a religiosidade e a credulidade populares, em meio a promessas de milagres de todos os tipos. Teoricamente, as emissoras governamentais estariam em excelentes condições para se dedicarem a questões sociais, uma vez que não dependem de índices de audiência, já que não comercializam seus horários. Mas na prática, segundo Ortriwano, as emissoras estatais são verdadeiros cabides de empregos, inchadas por funcionários nem sempre capacitados. Com isso, produzem uma programação também sem objetivos definidos. Como constata Carlos Eduardo Moraes Dias: *"o esforço do legislador de atribuir à radiodifusão prioridades educativas e culturais se mostraram ineficientes diante da realidade das emissoras."*[19]

Outra questão à que a legislação é obrigada a dar conta ao longo do tempo é o próprio conceito de "educativo". Para Nélia Del Bianco, professora da Faculdade de Jornalismo da Universidade Federal de Brasília (UnB), o conceito de educativo no Brasil ainda está muito preso à idéia de escolas

---

[17] Ortriwano, G. S. (org.) **Radiojornalismo no Brasil**: dez estudos regionais. São Paulo: Com Arte, 1987, p. 17.
[18] Idem, pp. 17 e 18.

radiofônicas, até porque, durante muitos anos, as emissoras foram usadas para transmitir educação formal. Ela acredita que as emissoras, hoje em dia, estão optando por uma proposta diferente:

> *"Hoje, o conceito é mais cultural. O educativo entra como um serviço de discussão de idéias e de mobilização da sociedade, chamando os ouvintes para participarem de ações em sua localidade e tornarem-se sujeitos ativos".*[20]

De fato, a vertente cultural foi incorporada à legislação com a Portaria Interministerial 651 de 1999. Como já vimos, o texto legal diz, no artigo 3º, que a radiodifusão educativa destina-se exclusivamente à divulgação de programação de caráter educativo-cultural e não tem finalidades lucrativas. Por programas educativos-culturais, segundo o artigo 1º, entendem-se aqueles que, além de atuarem conjuntamente com sistemas de ensino de qualquer nível ou modalidade, visem à educação básica e superior, à educação permanente e formação para o trabalho, além de abranger as atividades de divulgação educacional, cultural, pedagógica e de orientação profissional.

A abrangência da idéia de educativo-cultural é explicitada no artigo 2º, segundo o qual, 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.

Apesar do caráter cultural e desse papel de "mobilização social" ao qual Nélia Del Bianco se refere, não se pode confundir o rádio educativo com as

---

[19] DIAS, C.M. op. cit. p. 52.
[20] Revista da Educação, número 246, outubro de 2001

rádios comunitárias. Estas possuem legislação própria, a Lei 9.612/98, que as define como a radiodifusão sonora, em freqüência modulada, operada em baixa potência e cobertura restrita, outorgada a fundações e associações comunitárias sem fins lucrativos, com sede na comunidade de prestação de serviço. Entende-se por cobertura restrita, segundo o parágrafo primeiro do artigo 1°, aquela destinada ao atendimento de determinada comunidade de um bairro e/ou vila. As finalidades das rádios comunitárias, definidas no artigo 3°, são:

> *"I - dar oportunidade à difusão de idéias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade;*
> *II - oferecer mecanismos à formação e integração da comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social;*
> *III - prestar serviços de utilidade pública, integrando-se aos serviços de defesa civil, sempre que necessário;*
> *IV - contribuir para o aperfeiçoamento profissional nas áreas de atuação dos jornalistas e radialistas, de conformidade com a legislação profissional vigente;*
> *V - permitir a capacitação dos cidadãos no exercício do direito de expressão da forma mais acessível possível."*

Com uma legislação menos restritiva que a das rádios comunitárias, as emissoras universitárias gozam de uma relativa liberdade no tocante à definição de seu próprio papel enquanto emissoras educativas. Cada uma configura, pela prática cotidiana ou projeto específico próprio, uma concepção de emissora cultural e educativa. Como já vimos, foi exatamente isso que fizeram a Rádio USP e a Unesp FM no Estado de São Paulo.

Mesmo a forma de administração dessas emissoras varia consideravelmente de caso para caso. Em consulta feita por e-mail em abril de 2000 pela direção da Unesp FM sobre a estrutura administrativa de diversas emissoras do país, obteve-se, como resposta, a seguinte relação: são

diretamente vinculadas à reitoria as emissoras da Universidade Federal de Goiânia, Universidade do Vale do Itajaí, Universidade Federal de Viçosa, Universidade Estadual de Londrina, Universidade do Oeste Paulista e Universidade Católica de Petrópolis. São ligadas indiretamente, por meio de coordenadorias de comunicação social, as emissoras da Universidade Estadual de Maringá, da Universidade Federal de Santa Maria, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e da Universidade de São Paulo. As emissoras da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, da Universidade Federal do Ceará e da Universidade Federal de São Carlos, por sua vez, são administradas por fundações.

A opção entre vinculação à reitoria ou a uma fundação, significa, em geral, menor ou maior autonomia financeira. Enquanto vinculadas à reitoria, considerada como unidade suplementar, as emissoras dependem de dotação orçamentária da Universidade. Vinculadas a fundações, têm maior liberdade para buscar recursos externos. Tal questão foi comentada por Antônio Carlos de Jesus, ex-diretor da Unesp FM, em entrevista reproduzida no trabalho de Carlos Eduardo Moraes Dias:

> *"Tendo essa estrutura de fundação cultural municipal ou estadual, elas* [as emissoras universitárias] *têm uma força de decisão muito grande, porque ela tem a sua diretoria e sua diretoria acaba gerenciando toda a verba que entra, administrando integralmente esse funcionamento".*[21]

Para ele, o vínculo com a reitoria está ligado, historicamente, a uma intenção governamental de controle sobre as emissoras:

> *"Se a rádio educativa promover algum tipo de programa que contrarie o sistema governamental, ou as metas, as diretrizes governamentais vigentes, o ministério* [da Comunicação] *se dirige diretamente ao diretor* [da emissora]*, e ele é obrigado a abrir as portas a qualquer conduta do ministério, inclusive o lacre do próprio transmissor"*[22].

Evidentemente, não se espera que esse tipo de controle seja exercido em um governo democrático. Não obstante, as rádios vinculadas diretamente à reitoria estão mais sujeitas a cortes orçamentários, até por serem unidades suplementares. E é bom lembrar que os recursos das universidades públicas advêm de um percentual de arrecadação de ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços), o que força as universidades, em épocas de recessão, quando naturalmente cai a arrecadação de impostos, a uma contenção de gastos que pode afetar principalmente as unidades auxiliares e suplementares.

Por outro lado, existem emissoras que, pela própria estrutura administrativa, normalmente ligada a uma fundação, não contam com verbas da universidade e precisam buscar fontes externas de recursos financeiros, às vezes enfrentando sérias dificuldades.

De qualquer forma, essa liberdade das emissoras universitárias que mencionamos pode ser medida pela conclusão do trabalho de Carlos Eduardo Moraes Dias, que traçou, a partir de uma perspectiva histórica, o perfil das emissoras universitárias paulistas, notadamente a Rádio USP e a Unesp FM. De entrevistas com os diretores das duas emissoras e com a professora Marlene

---

[21] DIAS, C. M. op. cit., p. 73.
[22] Idem, p. 75.

Blois, então coordenadora da Fundação Roquette Pinto/MEC, Dias extraiu a seguinte concepção de rádio universitário:

> *"A rádio universitária deveria ser difusora de aspectos culturais; e como instrumento permanente de interação social, deveria viabilizar intercâmbios de sistemas interativos".*[23]

A esta concepção voltaremos nos capítulos seguintes, verificando até que ponto a Unesp FM se encaixa em tal concepção.

[23] Idem, p. 117.

unesp

3 O cultural e o educativo

Mencionamos, no capítulo anterior, as vertentes cultural e educativa no rádio. Cabe, agora, conceituá-las. Faremos uma discussão sobre os níveis de cultura, principalmente sobre a oposição entre cultura do povo e cultura de elite. A principal crítica que se faz ao rádio universitário refere-se ao seu caráter elitista. As emissoras universitárias estariam mais voltadas a um público de cultura elevada, enquanto que as camadas da população que necessitariam de educação não encontrariam nessa modalidade de rádio educativo uma alternativa que atendesse às suas necessidades.

Aqui nos deparamos com o maior dilema que aflige sobretudo o rádio universitário. É justamente a veiculação de uma cultura tida como elevada que distingue esse tipo de emissora do sistema comercial de radiodifusão. E é justamente essa opção a maior fonte de críticas às emissoras universitárias. Entre as questões que nos colocamos ao escrever este capítulo estão as seguintes: A opção pela cultura erudita é um mal? A cultura do povo pode atribuir ao rádio universitário um caráter verdadeiramente cultural? Cultura do povo e cultura de elite são inconciliáveis? A cultura do povo e a cultura de elite são viáveis em um meio de comunicação de massa?

Por fim, cabe discutir se o rádio universitário deve ser educativo num sentido estrito ou num sentido lato. Ou seja, se ele deve conceber seus programas como "aulas", numa forma seriada e planejada, ou se deve primar pela difusão de conteúdos educativos num sentido mais amplo, em que a própria

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

programação musical pode ser considerada educativa na medida em que leva a um enriquecimento espiritual, à formação de um determinado "gosto" ou à reflexão.

Estas são duas questões fundamentais, portanto, no que diz respeito ao papel do rádio universitário: que tipo de educação deve promover, e de que forma.

3.1. Níveis de cultura

Ao falar sobre cultura num veículo de comunicação de massa como a Unesp FM, que se caracteriza pela pluralidade de sua programação, é imperativo que se opere um reducionismo. Esse reducionismo consiste em limitar as concepções de cultura a cultura erudita, de massa e popular. Fosse o escopo deste trabalho traçar uma perspectiva antropológica, não poderíamos deixar de levar em conta, como diz Alfredo Bosi, que o reconhecimento do plural é fundamental. Principalmente num país de vastas dimensões e de misturas étnicas como o Brasil, a própria cultura popular subdivide-se em culturas operárias, camponesas, indígenas, negras, brancas, mestiças e outras tantas.

O que nos interessa, no entanto, é verificar aquelas culturas que se apresentam praticamente por relações de oposição, dominação e submissão entre si num meio de comunicação de massa. Além das três que nós já citamos, Alfredo Bosi fala em uma outra, que é a cultura criadora extra-universitária. Diferentemente da cultura erudita, nasce fora dos meios

acadêmicos e possui um caráter difuso, mescla-se com a vida social e psicológica do povo. Não se formaliza como a cultura erudita. Nessa cultura produzida fora das universidades, por escritores, pintores, músicos entre outros:

> *"os símbolos e os bens culturais não são objetos de análise detida ou de interpretação sistemática. Eles são vividos e pensados, esporadicamente, mas não tematizados em abstrato."*[1]

Enquadraríamos nessa cultura, por exemplo, a MPB (Música Popular Brasileira), a música dita alternativa, que foge aos modelos comerciais vigentes, e a música contemporânea, que se opõe aos cânones da música erudita. Todas fartamente presentes na programação da Unesp FM. É claro que há intersecções entre esses "níveis" de cultura, em que umas se apropriam de elementos das outras. Abordaremos tais relações mais adiante.

Antes de qualquer coisa, convém definir o mais aproximadamente possível o que é cultura. Esta tem sido uma tarefa inglória da antropologia, que busca, mais exatamente, delimitar a cultura enquanto objeto de estudo sistemático. Recorramos a John B. Thompson, que resumiu as duas concepções básicas de cultura, a descritiva e a simbólica, e ainda contribuiu com mais uma, a estruturalista. A concepção descritiva sintetiza as idéias de antropólogos como E.B. Tylor e Malinowski, cuja metodologia de trabalho era a descrição e análise científica de diversos fenômenos culturais. Thompson a resume da seguinte forma:

---

[1] BOSI, A. *Dialética da colonização*, p. 320.

> *"A cultura de um grupo ou sociedade é o conjunto de crenças, costumes, idéias e valores, bem como os artefatos, objetos e instrumentos materiais, que são adquiridos pelos indivíduos enquanto membros de um grupo ou sociedade".*[2]

Trata-se, portanto, de uma concepção ainda vaga. A ela se seguiu a concepção simbólica, cujo primeiro esboço foi feito por L. A. White, para quem o uso dos símbolos era o traço distintivo do ser humano. Tal concepção ganhou contornos mais precisos na obra de Clifford Geertz, que definia sua concepção de cultura como semiótica. Ele partiu de Max Weber, segundo o qual o homem é um ser suspenso em teias de significados que ele mesmo teceu. Assim, para Geertz, essa teia é a cultura, e a única maneira de estudá-la é por meio de uma ciência interpretativa, que busque significados. Dessa forma, o estudo etnográfico é uma interpretação da interpretação, uma vez que se propõe a estudar os símbolos com os quais o homem já interpretou a realidade que o cerca. A concepção simbólica é resumida da seguinte forma:

> *"Cultura é o padrão de significados incorporados nas formas simbólicas, que inclui ações, manifestações verbais e objetos significativos de vários tipos, em virtude dos quais os indivíduos comunicam-se entre si e partilham suas experiências, concepções e crenças."*[3]

Thompson irá propor sua concepção estruturalista com a finalidade de resolver problemas metodológicos da concepção simbólica. Tratando-se de uma interpretação da interpretação, o estudo da cultura revela-se bastante complexo e nem sempre a interpretação dada pelo antropólogo está em conformidade com o contexto no qual o símbolo está inserido. Entre outras

---

[2] THOMPSON, J. B. *Ideologia e cultura moderna*, p. 173.

coisas, Geertz não estaria preocupado com as circunstâncias sócio-históricas em que a cultura é produzida. Thompson busca conciliar a ênfase no caráter simbólico dos fenômenos com a inserção desses fenômenos em contextos sociais estruturados. Para ele, portanto, a análise cultural é:

> *"O estudo das formas simbólicas – isto é, ações, objetos e expressões significativas de vários tipos – em relação a contextos e processos historicamente específicos e socialmente estruturados, dentro dos quais, e por meio dos quais, essas formas simbólicas são produzidas, transmitidas e recebidas."*[4]

Mesmo com a concepção de Thompson, continuamos lidando com uma categoria bastante complexa, ainda mais quando se subdivide, dentro de uma mesma sociedade, em popular, erudita e de massa*. Como, no presente trabalho, enveredamos por um viés de massa – inevitável, uma vez que estudamos um meio de comunicação de massa – interessa-nos, feito esse breve apanhado sob o ponto de vista da antropologia, entender quais formas a cultura assume num meio de comunicação de massa.

Como uma das questões às quais tentamos fazer frente neste trabalho é a suposta elitização do rádio universitário, ou seja, a predominância de uma cultura de elite nesse veículo em especial, deveremos começar por abordar os níveis de cultura, ou seja, a alta, a média e a baixa cultura. A primeira

---

[3] Ibid., p. 176.
[4] Ibid., p. 181
* Lembremos ainda que, para Edgar Morin, uma cultura constitui um corpo complexo de normas, símbolos, mitos e imagens que penetram o indivíduo, estruturam os instintos e orientam as emoções. A cultura de massa, portanto, constitui também um corpo de símbolos, mitos e imagens concernentes à vida prática e á vida imaginária, um sistema de projeções e de identificações específicas. Ela se acrescenta à cultura nacional, à cultura humanista, à cultura religiosa, e entra em concorrência com essas culturas. As sociedades modernas são, portanto, policulturais. (MORIN, E. *Cultura de massas no século XX.* Volume I – Neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.)

unesp

classificação teoricamente consolidada em três níveis de cultura foi a de Dwight MacDonald, que as distinguia em cultura de elite, *masscult*, que não é considerada cultura propriamente dita pelo autor, por isso ele não usa o termo *mass culture*, e *midcult*, que seria a cultura média pequeno-burguesa[5]. Essa classificação, no entanto, como aponta Umberto Eco, revela uma concepção aristocrática de gosto. Ou seja, se a *midcult* é considerada menor porque banaliza os "achados" da cultura de elite, isso implica em que o valor da cultura manteria uma relação inversamente proporcional à sua democratização. À medida que a cultura penetrasse em círculos mais amplos, perderia sua força. Se permanecesse esse o critério, os veículos de comunicação de massa que tentassem tornar a alta cultura acessível às massas estariam, na verdade, contribuindo para empobrecê-la. Como diz Umberto Eco:

> *O problema seria diferente se os críticos da cultura de massa (...) considerassem como problema fundamental da nossa civilização o de levar cada membro da comunidade à fruição de experiências de ordem superior, dando a cada um a possibilidade de chegar a elas.*[6]

No primeiro capítulo de "Apocalípticos e Integrados", Umberto Eco enumera as críticas à cultura de massa e os argumentos a seu favor. Podemos, assim, contrapor um a um e extrair desse debate uma concepção mais rica de cultura de massa. De acordo com Eco, portanto, à crítica de que a cultura de massa estaria a serviço do capitalismo, como instrumento de controle das massas para sua perpetuação, seus defensores argumentam que ela não existia apenas nos países capitalistas, mas também nos países comunistas. Ela

---

[5] Eco, U. *Apocalípticos e integrados*, p. 37

se desenvolveria em sociedades industriais em que a massa de cidadãos participa da vida pública. Assim sendo, toda vez que um organismo político ou grupo de poder necessita se comunicar com a totalidade da sociedade, recorre a mecanismos de cultura de massa e, inevitavelmente, procura se adequar "à média" do público.

Os chamados "apocalípticos" também argumentam que, mesmo quando os meios de comunicação de massa difundem os produtos da cultura dita superior, o fazem de maneira condensada, de modo a evitar qualquer esforço do receptor na apreensão da mensagem. Esses produtos chegam mesmo a ser nivelados com produtos de entretenimento. Isso porque os meios de comunicação de massa estão sujeitos à "lei da oferta e da procura". O esforço desses meios se dá no sentido de oferecer ao público o que ele quer. Seus produtos são feitos para o entretenimento e para o lazer, podem ser fruídos sem grande esforço de atenção. Empenhando um nível superficial de atenção, eles viciam nossas atitudes. Por isso, uma sinfonia de Beethoven, em vez de ser fruída em profundidade, é assimilada apenas como melodia assobiável.

Para os "integrados", a cultura de massa não toma o lugar da cultura superior, apenas se estende a uma camada da população que, antes de seu advento, não tinha a possibilidade de usufruir bens culturais. O homem que assobia Beethoven após tê-lo ouvido no rádio, pelo menos teve um contato com sua obra, ainda que no nível da melodia, contato que provavelmente não teria

---

[6] Ibid., p. 39.

sem os meios de comunicação de massa. E se, por um lado, a difusão de informação por esses meios se faz de maneira maciça e indiscriminada, não diferenciando o dado válido do puro entretenimento, por outro lado não se pode pensar que o receptor não seja capaz de filtrar a informação, convertendo a acumulação meramente quantitativa em acúmulo qualitativo.

A difusão de conceitos em forma de "digest" teria ainda a vantagem de servir de estímulo para o consumo de bens culturais. Ressalte-se também que o consumo de produtos de entretenimento destituídos de valor positivo não foi introduzido pela cultura de massa. Prova disso é o *panis et circenses*. Se os meios de comunicação de massa difundiram a luta-livre no século XX, o povo já consumia as lutas de gladiadores na Antigüidade.

Enquanto os críticos da cultura de massa afirmam que ela é homogeneizadora, e, por conseguinte, destrói as características próprias de cada grupo étnico, seus defensores afirmam que a homogeneização é positiva na medida em que unifica as sensibilidades nacionais, eliminando diferenças de castas. Outro argumento bastante utilizado é o de que os meios de comunicação de massa trabalham com opiniões comuns, reafirmando apenas o que já pensamos, levando a atitudes conservadoras. Mesmo quando aparentam ser desprovidos de preconceitos, portanto, são conformistas no campo dos costumes. A resposta a essa crítica seria o fato de que os meios de comunicação de massa introduzem linguagens novas, novas maneiras de falar, novos esquemas perceptivos (como as novas mecânicas de percepção da

imagem introduzidas pelas gramáticas do cinema e dos quadrinhos, por exemplo), não podendo ser considerados conservadores.

Se fizermos um balanço dos argumentos contra e pró cultura de massa, poderemos ainda tirar conclusões não exploradas por Umberto Eco. A primeira delas diz respeito à questão de serem os meios de comunicação de massa produtos típicos do capitalismo ou não. Ora, seja um fenômeno capitalista, comunista, ou independente de sistema econômico ou político, o fato é que os meios de comunicação de massa se prestam a ser instrumentos de controle social. Dizer que a China ou a União Soviética também possuíam veículos de massa não esvazia a crítica.

Se o consumo de bens puramente de entretenimento é um fenômeno recente ou não, atrelado ao surgimento dos meios de comunicação de massa ou não, também é irrelevante. O fato é que, ainda que o pendor para o *circense* exista desde a Antigüidade, o que importa é que o *circense* foi apropriado por esses meios em larga escala, por se adequar à necessidade de atender a um mercado que prioriza bens de consumo rápido. Isso só corrobora o argumento de que os meios de comunicação de massa não requerem esforço de atenção e reforçam posições conservadoras. Logo, não promovem um desenvolvimento cultural, pelo menos enquanto mantenham sua opção por produtos "pré-digeridos".

Todavia, há uma argüição de Umberto Eco que devemos considerar: faz sentido questionar se os meios de comunicação de massa são bons ou maus? Para ele, o erro dos defensores da cultura de massa é afirmar

unesp

que a multiplicação dos produtos industriais em si é boa, enquanto o erro dos críticos é pensar que a cultura de massa seja má por ser um fato industrial e que se possa ministrar uma cultura fora do condicionamento industrial. Por outro lado, Eco insinua que a crítica aos meios de comunicação de massa subentende uma:

> *"desconfiança reacionária na ascensão das massas, e pretende por em dúvida a validade do progresso tecnológico, do sufrágio universal, da educação estendida às classes subalternas, etc".*[7]

Anteriormente, ele já havia dito que, na tomada de posição de Nietzsche sobre o problema, já havia um embrião da:

> *"desconfiança ante o igualitarismo, a ascensão democrática das multidões, o discurso feito pelos fracos para os fracos, o universo construído não segundo as medidas do super-homem, mas do homem comum".*[8]

Tal afirmação só não parece levar em conta – o que, evidentemente, não se espera de Umberto Eco – que a cultura de massa não é produzida pela massa. Não se trata de discurso feito pelos "fracos" para os "fracos", mas, caso queiramos opor a essa idéia um argumento "apocalíptico", de um discurso feito pelos fortes para os fracos, com o intuito de mantê-los fracos. Torna-se muito apropriada a distinção que os frankfurtianos (apocalípticos) faziam entre indústria cultural e cultura de massa, preferindo o primeiro termo. A expressão cultura de massa pode levar ao equívoco de se

---

[7] Eco, op. cit., p. 50.
[8] Ibid., p. 36.

unesp

considerar seu conteúdo como fruto da própria massa, um produto cultural por ela produzido e consumido.

É bom lembrar que um dado produto cultural não se cristaliza pura e simplesmente como cultura de massa. A indústria cultural, como qualquer setor industrial capitalista, segue determinadas regras, entre as quais, a redução de custos e maximização dos lucros. Aquilo que era cultura de massa nos anos 50 já não o é mais hoje em dia, se tomarmos como exemplo a indústria fonográfica. A partir do momento em que se descobriu que uma banda de rock, com três ou quatro integrantes, podia lançar um disco de grande apelo junto a um mercado consumidor que despontava na época (os jovens), os cantores e grupos que requeriam arranjos orquestrados (representando um custo maior para as gravadoras) entraram em declínio. A própria produção radiofônica seguiu a mesma tendência, com as rádios dispensando os numerosos artistas que mantinham como contratados fixos.

Segundo Edgar Morin, os conteúdos da cultura de massa não foram fabricados artificialmente. Ela é herdeira e continuadora do movimento cultural das sociedades ocidentais. Na cultura de massa confluem duas correntes: a corrente popular e a corrente burguesa, a primeira dominando, de início, a segunda se desenvolvendo em seguida. A cultura de massa integra esses conteúdos, mas para logo desintegrá-los e operar uma nova metamorfose. Há como que um círculo vicioso produzido pela indústria cultural, marcado pela sucessiva criação e satisfação do gosto.

unesp

Não é nossa intenção esgotar a debate sobre cultura de massa, mas apenas assinalar um aspecto inegável, presente, explícita ou implicitamente, nas críticas que vimos até agora: sua incapacidade de gerar outra cultura. Os conteúdos veiculados pelos meios de comunicação de massa caracterizam-se pelo apelo imediato, para ser consumido e esquecido pouco depois. Alfredo Bosi até afirma que uma política de educação voltada para uma parcela elevada da população deve passar por esses meios, mas:

> *"Não se deve esperar da cultura de massas e, menos ainda, da sua versão capitalista de indústria cultural, o que ela não quer dar: lições de liberdade social e estímulos para a construção de um mundo que não esteja atrelado ao dinheiro e ao* status."[9]

Em uma de suas conclusões mais radicais, ou apocalípticas, Adorno dizia que "a servidão do homem é o fim último da indústria cultural". Mas, hoje, parece bem claro que há brechas a serem exploradas na indústria cultural na construção de uma sociedade democrática. Já se tem mais presente a idéia de que a massa não é tão passiva quanto se pensava e que, se não há propriamente um questionamento em relação à mensagem que os meios de comunicação de massa transmitem, há, no mínimo, uma desconfiança.

O perigo com o qual nos deparamos é o de que, se os meios não têm a "servidão do homem" como objetivo consciente, podem atuar neste sentido inadvertidamente. É aqui que inserimos nosso objeto de estudo nesta problemática. A Unesp FM é uma emissora, partimos deste pressuposto, que não se enquadra na indústria cultural, do ponto de vista econômico. Pode-se até

---

[9] BOSI, op. cit., p. 322.

discutir sua função como aparelho ideológico do Estado, mas o que observamos, quando analisamos mais de perto a estrutura organizacional da rádio, é que sua atuação não é orientada por um projeto específico com qualquer objetivo concreto – o que discutiremos mais adiante. Ao contrário, falta-lhe um projeto, e é em virtude desta carência que ela corre o risco de formar nas fileiras da indústria cultural, simplesmente por não saber como se opor e por se sentir pressionada pela necessidade de disputar a audiência com emissoras comerciais.

3.2. Cultura do povo e cultura de elite

Na abordagem que fizemos dos níveis de cultura ficou de fora uma relação que muito nos interessa neste trabalho, que é a relação entre cultura do povo e cultura de elite. É claro que essa relação não é simples e, ao abordá-la, faz-se sempre necessário questionar o seguinte: em que medida, por exemplo, o povo não incorpora as idéias da burguesia? E em que medida a burguesia se identifica com uma cultura de elite? Evidentemente, quando falamos em povo ou em burguesia, não estamos nos referindo a massas homogêneas. Do ponto de vista da produção cultural, em um universo restrito como é o do público (não só efetivo, mas também potencial) da Unesp FM, esse cuidado, em não homogeneizar grupos que possam ser heterogêneos, é fundamental.

Antes de mais nada, esclareçamos: por que cultura do povo e não cultura popular? Optamos por seguir o conselho de Marilena Chauí, que

unesp

entende que a expressão sugere que a cultura não apenas pertence ao povo, mas por ele é produzida, distinção que tem importância vital para este trabalho. "Popular", por outro lado, gera uma certa ambigüidade, tanto é que a consagrada sigla MPB não expressa exatamente uma música feita pelo povo.

Mas, afinal de contas, o que vem a ser povo? Não é nosso propósito discutir o termo em profundidade, até porque, excederia os objetivos deste trabalho. Mas, no contexto em que nos apropriamos da palavra, está relacionada à questão da luta de classes, pela oposição povo/elite. Diante da complexidade conceitual, Chauí prefere falar em "culturas do povo", preservando a idéia de pluralidade, principalmente porque o povo não se apresenta só como o campesinato, o operariado e os assalariados do setor de serviços, mas também como camadas da pequena burguesia. A idéia de pluralidade também é valiosa por rejeitar a homogeneidade que a classe dominante sempre busca, a pretexto de construir a "integração nacional", para facilitar a dominação.

Se o próprio conceito de povo já é bastante complicado, o que não dizer do conceito de cultura do povo? Ecléa Bosi alerta para a dificuldade de se defini-la, o que, para ela, sempre requer uma tomada de posição. Recorre a Gramsci e à sua formulação do problema em termos de estruturas ideológicas da sociedade:

> *"ao lado da chamada cultura erudita, transmitida na escola e sancionada pelas instituições, existe a cultura criada pelo povo, que articula uma concepção do mundo e da vida em contraposição aos esquemas oficiais."*[10]

---

[10] BOSI, E. **Cultura de massa e cultura popular:** leituras operárias. Petrópolis: Vozes, 1973, p. 53.

Ainda que essa cultura do povo possa se manifestar de forma conservadora e retrógrada, ela também possui formas progressistas, que "contradizem a moral dos estratos dirigentes".

Para Ecléa Bosi, uma das características da cultura do povo é a coesão interna. Cada hábito, crença ou técnica tem seu significado no contexto social. Outra característica seria a vivência não-consciente, mas emotiva. Segundo a autora, quem vive o folclore não refletiu sobre a diferença entre os seus hábitos e uma outra cultura, não-folclórica. Citando Oswaldo Elias Xidieh, Ecléa afirma que a cultura do povo também passa por reelaboração constante. Novo e arcaico se entrelaçam, mas alguns elementos tradicionais, notadamente aqueles mais abstratos do folclore, podem persistir por muito tempo, até mesmo fora da situação em que foram criados, como nas metrópoles, onde ainda continuam organizando sistemas de referência, de percepção do mundo urbano, ainda que sua origem seja rural.

Cooptada pela indústria cultural, a cultura do povo adquire um viés populista. E ela não é a única vítima desse processo. A cultura erudita também é cooptada, originando produtos de caráter "midcult" ou kitsch. De acordo com Ecléa Bosi, a grande diferença entre cultura de massa e cultura do povo é que a primeira não tem raízes na vivência cotidiana do homem da rua. A cultura de massa produz modismos, mas não é capaz de produzir algo como o

jazz, fruto da cultura negra norte-americana, que adquire força suficiente para se fazer respeitado e admirado pela cultura erudita, que despreza os modismos.*

A cultura do povo pode se subdividir em cultura operária, cultura camponesa, indígena e outras. Mas, quanto a isso, há objeções, como a de Alain Touraine, para quem, na sociedade industrial avançada, tais subconjuntos desaparecem, restando, fora dos campos profissionais, apenas organizações culturais de massa. Quanto menor for a liberdade de que dispõe o operário no seu ambiente de trabalho, maior será sua passividade frente à cultura de massa. Admitindo-se tal constatação, seríamos forçados a buscar uma nova formulação para o problema, já que, segundo Ecléa Bosi:

> *"não se trata de determinar faixas de lazer específicas, correlatas com as classes sociais, mas, sim, de avaliar os diferentes graus de participação dos indivíduos no todo sócio-cultural."*[11]

Apesar disso, Ecléa Bosi busca comprovar que existe uma cultura operária, que equivale a uma cultura do povo. Para corroborar esta relação entre as duas, ela evoca Acácio Ferreira, cuja pesquisa sobre o lazer operário em Salvador, realizada nos anos 50, demonstrou o convívio entre cultura de massa e cultura do povo, esta última constituída por traços de lazer tradicional, vinculado ao parentesco, à vizinhança, à solidariedade grupal. A cultura do povo, portanto, nem sempre está relacionada àquilo que se convencionou chamar de folclore, geralmente seu aspecto mais pitoresco, encarado com uma simpatia condescendente pela classe dominante. Mas,

---

* Obviamente, o reconhecimento pela cultura erudita não deve ser adotado como critério para a distinção entre cultura de massa e popular.

unesp

sejam quais forem os aspectos que a cultura do povo assume em uma dada localidade, não se deve encará-la como a "salvação" frente ao autoritarismo das elites. A crença de que do povo vem a salvação tem, inclusive, gerado muito extensionismo, ou seja, muita imposição sobre as classes oprimidas, ainda que inadvertidamente, transformando-a em objeto, e não em sujeito. Marilena Chauí cita um exemplo de que a cultura do povo pode adquirir, inclusive, um viés nada libertador:

> *"Quem já penetrou em uma capela da Assembléia de Deus ou de qualquer linha pentecostalista tem a oportunidade de deparar com uma manifestação da 'cultura do povo' que é a mais radical negação de qualquer veleidade libertária ou libertadora. Não só a comunidade religiosa é organizada de maneira rigidamente burocrática e hierárquica, mas o conteúdo dos discursos ali proferidos prepara o trabalhador desejado pelo sistema capitalista tal como somente os pregadores protestantes são capazes de preparar."*[12]

A crença no potencial salvador do povo leva, entre outras coisas, à divulgação cultural, bastante criticada por Ecléa Bosi, que afirma que há duas correntes distintas de divulgação: a primeira é manipuladora e tem como objetivo fazer com que a massa ultrapasse seu passado, absorvendo os padrões oferecidos. Só assim, a massa pode se incorporar à civilização. Essa orientação, portanto, é impositiva e vê o indivíduo como tábula rasa. Uma outra corrente é aquela que acredita que, se "do povo vem a salvação", deve-se dar-lhe meios para que ele "salve" a sociedade. Sobre isso, Bosi comenta que:

> *"O conflito entre indivíduo e sociedade sempre buscou portas de saída: uma delas julga que existem grupos à margem do sistema e*

---

[11] Ibid., p. 80.
[12] CHAUÍ, M. Cultura do povo e autoritarismo das elites. In: VALLE, E. & QUEIRÓS, J. J. **A cultura do povo**, p. 124

> *cujo ser ainda não foi corrompido. É o povo, sua devoção ingênua, sua capacidade lúdica, sua fome de verdade, apenas iludida pelo consumismo, despertando podem libertar o corpo social. Bastaria que lideranças táticas fizessem a ponte de passagem, mostrassem o caminho."*[13]

Também rejeitamos uma perspectiva evolucionista, que vê a cultura do povo como parte de um processo cujo estágio mais avançado seria a cultura erudita, sendo, portanto, rudimentar, atrasada, subdesenvolvida. De qualquer forma, definir a cultura do povo, impondo-lhe limites conceituais, é bastante difícil. Alfredo Bosi faz uma descrição resumida desse universo:

> *"...um sem número de fenômenos simbólicos pelos quais se exprime a vida brasileira tem a sua gênese no coração dessa vida, que é o imaginário do povo formalizado de tantos modos diversos, que vão do rito indígena ao candomblé, do samba-de-roda à festa do Divino, das Assembléias pentecostais à tenda de umbanda, sem esquecer as manifestações de piedade do catolicismo que compreende estilos rústicos e estilos cultos de expressão."*[14]

De qualquer forma, a questão da cultura do povo não está fechada, e depende ainda do processo dinâmico de inter-relacionamento que estabelecerá com outras culturas.

Passemos, agora, à cultura de elite. Lúcia Santaella afirma que taxar o produto artístico em si de elitista é uma atitude simplista. A própria leitura que se faz desses produtos é que é elitista, porque depende de um sistema de ensino (artístico-literário) dividido hierarquicamente e que comporta *"mecanismos de seleção antidemocrática que implica o acesso à cultura"*[15].

---

[13] BOSI, E., op. cit., p. 26-27.
[14] BOSI, A., op. cit., p. 323.
[15] SANTAELLA, L., op. cit., p. 20.

De fato, tomemos uma obra de arte qualquer, o Abaporu, de Tarsila do Amaral, por exemplo. Por qual critério se pode defini-la como cultura de elite? Por que foi produzida por um membro da burguesia? E se o quadro fosse anônimo? A burguesia tem melhores condições de fruir uma obra como Abaporu do que as classes subalternas?

Em grande medida, a obra de arte se define pelo próprio espaço que ocupa: museus, galerias etc. São espaços em que tudo o que lá estiver incluído ganha imediatamente o status de arte. O que foi a obra de Duchamp, ao apresentar-se como anti-arte, senão uma ironia, uma crítica ácida aos valores artísticos cristalizados na sociedade. Hoje, no entanto, sua obra figura em museus, de modo que já não é mais anti-arte, é arte pura e simples.

De acordo com Jorge Coli[16], a obra não seria artística em si, seria uma projeção daquilo que achamos que seja arte. A obra de Duchamp se propunha a mostrar justamente que um objeto só é artístico porque o reconhecemos como tal. Coli, atualmente um dos maiores críticos e historiadores de arte do Brasil, motivo pelo qual entendemos como muito proveitosa a leitura de seu "O que é arte", apesar dos fins didáticos e não de debate, afirma que a definição do que é arte passa também pela própria crítica da arte, ou seja, pelo "discurso competente", conceito utilizado por Marilena Chauí que veremos mais à frente. São muitos os elementos que podem ser levados em conta pelo crítico, não havendo um critério padronizado. Mesmo obras consagradas mundialmente podem ter sua validade questionada por

[16] COLI, J. **O que é arte**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

determinado crítico ou grupo, ou mesmo passar por reavaliações de acordo com a época em que é analisada. Os pintores impressionistas, por exemplo, não obtiveram reconhecimento em sua própria época, só adquirindo status de artistas revolucionários alguns anos depois.

Vejamos o caso da ópera. No século passado, era uma atividade bastante popular, capaz de se manter apenas com o faturamento em bilheterias. No começo do século XX, perde lugar para o cinema. Hoje, só se mantém com subvenções governamentais e patrocínios. Tornando-se mais restrita, adquiriu status. Ir à ópera não é mais um momento de fruição de uma obra artística. É um evento social, para o qual se reservam as melhores roupas e as melhores jóias, pois lá estarão, invariavelmente, fotógrafos ávidos por uma imagem para as colunas sociais. Santaella faz uma outra afirmação muito instigante:

> *"Em sociedades dependentes, o que chamamos elites intelectuais e artísticas são, quando não se põem a serviço do capital, camadas sociais também intensamente oprimidas. Em primeira instância, oprimidas porque exiladas diante das grandes maiorias nacionais, numa estrutura econômica material que veda o acesso das massas populares à criação autêntica ao mesmo tempo em que condena o artista a um monólogo solitário."*[17]

A verdade, podemos concluir, é que mesmo a elite não produz uma cultura autêntica e enraizada, na medida em que se encontra isolada, quase impossibilitada de se comunicar com amplas camadas da sociedade. E esse é um dos fatores que facilitaram a expansão irrefreável do rádio e da TV no País, preenchendo as lacunas deixadas pela carência de uma produção cultural

integrada à vida cotidiana da população. Além, é claro, do grande contingente de analfabetos que esses veículos encontraram quando aqui chegaram, limitado a uma cultura oral que pouca resistência ofereceu à cultura de massa. Como afirma Santaella:

> *"Mesmo as elites mais privilegiadas sempre beberam em fontes culturais estrangeiras (e mal filtradas, aliás), onde ao processo educativo, para essas mesmas elites através da escola, sempre faltaram continuidades consistentes".*[18]

Tal constatação, sem dúvida, nos ajuda a relativizar a crítica ao elitismo, freqüente nos estudos sobre o rádio educativo. Todavia, concordemos ou não com essa visão de uma elite oprimida culturalmente, proposta por Santaella, o fato é que a cultura de elite, sejam seus produtores tão marginalizados quanto o povo ou não, torna-se instrumento de estruturas de dominação. De que forma? É Marilena Chauí, novamente, quem oferece algumas respostas: "*A elite está no poder, acredita-se, não só porque detém a propriedade dos meios de produção e o aparelho do Estado, mas porque detém o saber."*[19]

Para Chauí, a própria maneira como as relações de trabalho se constróem, com base em um suposto princípio racional de organização, mascara as estruturas de dominação. Ou seja, a classe dominante detém o saber científico que origina a organização, uma estrutura que parece funcionar

---

[17] Ibid., p. 52.
[18] Ibid., p. 79.
[19] CHAUÍ, M. op. cit., p. 130.

por si só, de maneira puramente racional, sendo, por isso, inquestionável. Em outras palavras, o saber legitima a dominação. Chauí ainda afirma:

> *"Com efeito, a finalidade do discurso dominante, enquanto discurso sábio e culto, é o de uniformizar e homogeneizar o social e o político, apagando a existência efetiva das contradições, dos antagonismos e das diferenças que se exprimem como luta de classes."*[20]

É um argumento forte, portanto, o que a elite utiliza na tentativa de fazer com que a cultura do povo seja substituída pela sua: o de que ela é a detentora do saber. Sendo assim, o processo educativo só seria possível mediante o depósito de seu conhecimento no povo "inculto". O povo, enquanto não se reconheça como tal, enquanto não reconheça sua cultura como aquilo que ela é, dele, do povo, e, enquanto veja na elite aquilo pelo qual ela tenta se fazer passar, detentora do saber racional, é presa fácil da "prática extensionista", para utilizar a expressão de Paulo Freire[21].

3.3. Relações entre as culturas na lógica capitalista

Tentemos uma síntese do que foi dito até agora sobre cultura antes de passar à próxima questão à qual é dedicado este capítulo. É evidente que as culturas aqui descritas se inter-relacionam. A cultura erudita, por

---

[20] Ibid., p. 133.

[21] Segundo Paulo Freire, entendendo-se extensão como a ação de "estender" algo a alguém, a palavra estaria em relação significativa com transmissão, entrega, doação, messianismo, mecanicismo, invasão cultural, manipulação, etc. A extensão nega o homem como ser de transformação do mundo. Nega a formação e constituição de conhecimento autêntico. O extensionista substitui conhecimentos associados a uma ação sobre a realidade por outros. Não existe a reflexão que deveria fazer parte do processo. Para aprender, realmente, é necessário que se aproprie do aprendido, reinventando-o e potencializando sua aplicação em "situações existenciais concretas". O que se faz em um processo de extensão, segundo o autor, é, no máximo, mostrar, sem revelar ou desvelar, uma presença nova. (FREIRE, P. *Extensão ou comunicação?*)

exemplo, utiliza-se dos meios de comunicação de massa, interessada principalmente nos seus avanços tecnológicos. É assim, por exemplo, que compositores de vanguarda aproveitam as conquistas da eletrônica. A cultura de massa, por sua vez, se apropria de elementos da cultura erudita para transformar seus produtos culturais em moda. É o fenômeno do kitsch, a arte da felicidade. É o que Dwight MacDonald chama de midcult. Há também pontos de intersecção entre a cultura do povo e a cultura de massa. Neste caso, a relação é mais perversa, pois:

> *"O poder econômico expansivo dos meios de comunicação parece ter abolido, em vários momentos e lugares, as manifestações da cultura popular, reduzindo-as à função de folclore para turismo."*[22]

Além disso, a cultura de massa adentra as casas de trabalhadores, caboclos e demais representantes de camadas populares e toma-lhes as horas de lazer em que poderiam se dedicar a alguma atividade criativa, ou seja, à produção de sua cultura. A cultura do povo, no entanto, continua se desenvolvendo, às vezes também se apropriando de elementos oferecidos pelos meios de comunicação de massa. Como nosso objeto de estudo é o rádio, vale lembrar que, sendo ele um meio de comunicação de massa, o conteúdo por ele veiculado, seja qual for, adquire um viés de comunicação de massa.

A cultura erudita e do povo também se relacionam. É bem verdade que, muitas vezes, a cultura erudita ignora a do povo. Mas, em outras, ela encara as manifestações simbólicas do povo com simpatia, e até mesmo encantamento, fascinada pelo que lhe parece autêntico e espontâneo.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

> *"Desse contato podem nascer frutos muito diferentes entre si, e que vão do mais cego e demagógico populismo, que é a má consciência estertórea do elitismo básico de toda sociedade classista, à mais bela obra de arte elaborada em torno de motivos populares, como a música de Villa-Lobos, o romance de Guimarães Rosa, a pintura de Portinari e a poesia negra de Jorge de Lima."*[23]

Mas até que ponto são permitidas relações minimamente harmoniosas entre as diferentes culturas no torvelinho da indústria cultural? Em que espaço elas podem interagir, na atualidade, sem passar por um crivo mercadológico? Na discussão sobre pós-modernidade, Jameson, para quem o pós-modernismo é a lógica cultural do capitalismo avançado, afirma que esta nova era (seja ela de ruptura ou apenas radicalização do modernismo) começa quando a produção cultural:

> *"tornou-se integrada à produção de mercadorias em geral: a frenética urgência de produzir novas ondas de bens com aparência cada vez mais nova (de roupas a aviões), em taxas de transferência cada vez maiores, agora atribui uma função estrutural cada vez mais essencial à inovação e à experimentação estéticas"*[24]

É assim que a "arena de produção cultural" se torna uma arena de conflito social. E o capitalismo se apropria de estéticas que se opõem às formas tradicionais de alta cultura, na sua lógica intrínseca de criar desejos para depois atendê-los. Uma das características presentes nesta nova ordem é o ecletismo. Segundo Lyotard:

> *"o ecletismo é o grau zero da cultura geral contemporânea. Ouvimos reggae, assistimos faroeste, almoçamos no McDonald's e jantamos*

---

[22] BOSI, A. op. cit., p. 328.
[23] Idem. p. 330.
[24] HARVEY, D. *A* **Condição pós-moderna**. São Paulo: Ed. Loyola, 1992., p. 65.

> *comida local, usamos perfume de Paris em Tóquio e roupas 'retrô' em Hong Kong".*[25]

Diante de um contexto em que predomina a citação eclética, fica difícil vislumbrar um projeto cultural particular. Aliás, até que ponto o ecletismo não é senão reciclagem?

Não podemos esquecer que, inseridos que somos nesta lógica capitalista, nos deparamos com a cisão entre aquele que produz e aquele que consome. No momento em que a produção cultural atinge a importância que atingiu para a perpetuação do sistema econômico, a burguesia busca forjar uma estética que a legitime e a diferencie das demais classes. Uma estética do "bom gosto" (assim mesmo: entre aspas). Para David Harvey, a arte e a cultura teriam se transformado em uma reserva da elite dominante. E é por isso que a experimentação é tão difícil ou tão mal aceita.

Na busca constante de estéticas que a legitimem, a elite, quando incapaz de gerar sua própria estética, se apropria daquelas que eclodem em seu tempo. Mas a estética da elite está fora do âmbito da indústria cultural? Afinal, que estética é esta e onde se encaixa? Voltemos a Frankfurt: a indústria cultural, quando evidencia distinções de público, nada mais está fazendo do que criando nichos de mercado. Interessa a um determinado tipo de anunciante um público formador de opinião, com renda "x", escolaridade "y" e que se regala com determinado tipo de programa veiculado no horário nobre. Então, tal público se verá, com toda a certeza, atendido pelos meios de comunicação de massa. A elite resolve, assim, dois problemas: legitima-se por meio de certa produção

---

[25] HARVEY, loc. cit.

cultural e distingue-se enquanto mercado para um certo rol de produtos que igualmente lhe auferem prestígio. Adorno já dizia que:

> *"distinções enfáticas, como entre filmes classe A e B, ou entre estórias em revistas a preços diversificados, não são tão fundadas na realidade, quanto, antes, servem para classificar e organizar os consumidores a fim de padronizá-los. Para todos, alguma coisa é prevista a fim de que nenhum possa escapar; as diferenças vêm cunhadas e difundidas artificialmente".*[26]

Aceitando-se esta constatação, fica difícil até mesmo falar em preferências do público. Até que ponto tais preferências são espontâneas? Até que ponto não são forjadas e impostas pela própria indústria cultural? Se, para Harvey, a experimentação é difícil porque arte e cultura se transformaram em reserva da elite, Adorno apontava um motivo bem mais prático para explicar a exploração exaustiva de fórmulas que dão mínima margem à invenção: arte e cultura são a matéria prima de uma poderosa indústria capitalista, que não está disposta a correr riscos desnecessários. Daí que tudo aquilo que não tenha sido devidamente testado, que não tenha eficácia comprovada, é descartado. Aquilo que muda, como dizia Lampedusa[27], o faz para que tudo permaneça como está. A mudança se apresenta pelo ritmo e dinamismo da produção industrial, pois, segundo Adorno: *"só o triunfo universal do ritmo de produção e de reprodução mecânica garante que nada mude, que nada surja que não possa ser enquadrado"*[28]

---

[26] LIMA, L. C. **Teoria da cultura de massa**, p. 160.
[27] LAMPEDUSA, T. **O leopardo**.
[28] COHN, op. cit., p. 170.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

3.4. Educação: sentido lato e sentido estrito

José Manuel de Macedo Costa[29] apresenta a distinção entre uma programação educativa num sentido lato e uma programação educativa num sentido estrito, que poderiam ser adotadas conforme o público que se quer atingir. No sentido lato, a programação educativa objetiva uma mudança de atitude por parte da audiência. O objetivo didático não impede que se adote um caráter de entretenimento. Tal programação deve ser dirigida a grandes audiências, preferencialmente ao público mais carente. No sentido estrito, a programação educativa assume um caráter de ensino formal, sendo a recepção organizada, como em sala de aula, e imprescindível um mecanismo de avaliação.

O autor desaconselha a utilização da expressão "cultural" ou "informativo-cultural" para o primeiro caso, por considerá-las pouco adequadas, embora não explique exatamente o porquê. Tampouco recomenda as expressões "escolar", "didática", ou "instrutiva" para o segundo caso, argumentando que elas já estão incorporadas ao termo "educativa".

Marlene Blois[30] recorre ao conceito de Educação Permanente – o homem tem necessidade de aprender ao longo de toda a vida – e afirma que a informação está na base do conhecimento, gerando reflexão e crítica. Muitos programas radiofônicos, portanto, do jornalismo, factual ou comentado, à

---

[29] Revista Brasileira de Teleducação, número 4, pág. 52.
[30] Revista Comunicação e Educação n. 6, p. 16.

seleção musical, possuem traços educativos. Destaque para os programas de prestação de serviço, que, segundo a autora, não só realçam valores e atitudes "desejáveis", mas reforçam os laços de solidariedade, pois, no rádio, o ouvinte se reconhece enquanto comunidade, sente que não está sozinho em meio à violência, ao estresse, à incerteza e ao individualismo do dia-a-dia.

> *Mas o que passa despercebido à maioria e que tem sido a grande força do rádio é, ao explorar o filão da oralidade, "ensinar" informalmente, sem regras ou dicionário, um certo padrão da língua portuguesa aos seus falantes brasileiros e, assim, contribuir para que tenhamos uma certa unidade de fala, sem negar ou desprezar a diversidade e as expressões locais e regionais, de Norte a Sul do país*[31].

Moraes Dias[32] afirma que tem ganhado força em anos recentes uma concepção de educação informal no rádio. Com isso, são considerados educativos desde os programas informativos, de reflexão e de promoção da cidadania, até os programas culturais, como os que falam sobre teatro, cinema, literatura e debates, além dos programas de divulgação científica, no caso das universidades. O educativo, aqui, confunde-se com o cultural. Neste modelo de programação educativa num sentido amplo, podemos inserir as rádios universitárias, nas quais todas as características citadas estão presentes.

No que diz respeito aos laços com a comunidade, é importante ressaltar que, como diz Marlene Blois[33], as rádios podem ser o elo de aproximação entre a universidade e a comunidade. Não apenas para que a universidade se apresente, porque a aproximação deve se dar por uma via de

---

[31] Ibid., p. 17
[32] Seminário Rádio Universitária, 2000, Unesp, Bauru.
[33] Ibid., p. 18.

mão-dupla. Assim como é importante para a comunidade conhecer a universidade e saber o que é feito do dinheiro público e em que o trabalho acadêmico pode ser revertido em seu benefício, para a universidade é igualmente importante conhecer a comunidade na qual está inserida, descer de sua torre de marfim para que ambas interajam em assuntos de interesse comum.

Feitas estas considerações, lançamos a questão central deste trabalho, que será esmiuçada no próximo capítulo: a concepção de rádio universitário, no caso específico da Unesp FM, propicia uma educação no sentido amplo? É claro que, sendo esse "amplo" efetivamente amplo, a resposta seria, de pronto, afirmativa. Mas nos interessa saber até onde a Unesp FM explora seu potencial para promover uma educação num sentido lato.

Sendo cultural, seria lícito, ainda, perguntar que tipo de cultura ela veicula. Se a principal crítica que se faz às rádios universitárias diz respeito ao elitismo, poderíamos supor que a alternativa seria optar pela cultura popular. Moraes Dias, no entanto, questiona essa posição:

> *"Para levantar bandeira de que radio universitária tem que ser popular, tem que conceituar o que é popular e se é esse publico que escuta a rádio universitária. É preciso fazer uma pesquisa sobre isso. É preciso fazer uma pesquisa sobre os anseios do público, o que o público está querendo escutar, se é essa a rádio que a universidade quer. É exatamente o que as universidades não fazem: pesquisa para definir o público que elas vão atingir".*[34]

Moraes Dias toca num ponto crucial: as emissoras não conhecem seu público. Como fazer uma opção por um estilo de programação

sem conhecer minimamente o seu público? No próximo capítulo, analisaremos justamente pesquisas de audiência feitas pela Unesp FM, bem como as concepções de profissionais responsáveis pela programação da rádio. Vimos, neste capítulo, que nem a cultura popular tem sempre o caráter libertador que às vezes se lhe atribui, nem a cultura de elite é permanentemente a opressora que muitos supõem. Há nuances entre os níveis de cultura, e o melhor que uma emissora cultural e educativa poderia fazer seria reconhecer essas nuances.

[34] Seminário Rádio Universitária, 2000, Unesp, Bauru.

unesp

4 Concepções construídas pela Unesp FM

Veremos, agora, como podemos situar a Unesp FM no contexto em que abordamos a questão das rádios culturais e educativas. Partimos do pressuposto de que não existe uma concepção única de rádio universitário, sendo que cada emissora tem um perfil e, a partir de sua prática, constrói uma concepção própria. Basta uma rápida análise da programação de diversas emissoras para verificar o quão variadas são as propostas.

A Unesp FM, assim como outras emissoras, não possui um projeto consolidado que determine aos seus programadores e produtores o que é uma rádio universitária ou como deve ser uma programação educativo-cultural. Possui, sim, parâmetros delimitados pelo seu regimento interno, que coloca como objetivos:

1. Cooperar com as pesquisas na área do rádio;

2. Cooperar com as atividades de ensino, pesquisa e extensão universitária;

3. Divulgar as atividades da Unesp;

4. Transmitir programas que visem ao aprimoramento dos conhecimentos científicos, artísticos e culturais da comunidade.

Nosso objetivo é verificar, na prática, como são perseguidos tais objetivos, analisando-se a programação e as concepções de programadores, produtores e do diretor da emissora, e como as propostas da Unesp FM são recebidas pela audiência, por meio de duas pesquisas realizadas entre 2000 e 2001.

4.1. Programação da Unesp FM

A grade de programação da Unesp FM se caracteriza pelo ecletismo, atestado pelos seguintes exemplos:

- Batuque na Cozinha: veiculado aos domingos, no horário do almoço, oferece ao ouvinte duas horas de samba e pagode.
- Conjuntos e Orquestras: músicas do repertório popular brasileiro e internacional, e mesmo do universo pop, com arranjos instrumentais.
- Contemporânea: músicas eruditas, mas com um viés alternativo, de experimentação.
- Esse tal de Rock and Roll: espaço destinado ao rock nacional e internacional.
- Programa Pirata: também rock, mas mais voltado para o cenário alternativo.
- Jazz in Concert: apresenta músicas e informações sobre artistas do gênero.
- Estação Blues: músicas e informações sobre os artistas do blues.
- Grandes Mestres: música erudita com informação sobre compositores.
- Música Interior: música new age.

unesp

- O Som das Ruas: programa destinado ao hip hop.
- Mundo Rural: música sertaneja.

A programação musical varia, portanto, do erudito ao popular, mas com uma opção mais clara pela MPB, o que inclui não só o programa destinado ao gênero, com uma hora de duração e que vai ao ar três vezes ao dia (às 7, 11 e 17 horas), mas também seu predomínio em toda a programação diurna, com blocos que vão das 8 às 11 horas e das 13 às 17 horas, de segunda a sexta. Essa faixa da programação é denominada Música e Informação e nela são diluídos pequenos boletins noticiosos. O horário noturno é reservado a programas produzidos, ou seja, que vão além da listagem musical, envolvendo pesquisa e oferecendo informações para um público mais segmentado.

Partindo do pressuposto de que a MPB predomina na grade da Unesp FM, torna-se imperativo classificar esse gênero musical. Vamos, inicialmente, por exclusões: Não se trata, obviamente, de música erudita. A MPB é fruto da produção de compositores e intérpretes sem formação musical clássica, na maioria dos casos, e geralmente trata de temas cotidianos. Não se pode, todavia, dizer que seja música popular, em que pese o fato de elementos populares freqüentemente serem apropriados por esses compositores. Não se trata de forma de expressão espontânea de um grupo social, ligada às tradições culturais desse grupo e ao meio em que vive. A MPB é individualizada e desenraizada, tendo ligações apenas com um ambiente mais amplo, da cultura nacional. E, por outro lado, embora integre a indústria cultural, não se enquadra no segmento mais comercializado da produção fonográfica, permanecendo, em muitos casos, marginalizada em relação aos meios de comunicação de massa.

unesp

A princípio, a distinção entre cultura erudita, de massa e do povo, que fizemos no Capítulo 2, parece não dar conta de classificar o gênero musical predominante na programação da Unesp FM e que, em boa medida, ajuda a construir a representação, para o público ouvinte, do que é uma rádio universitária. Mas assim como já o fizemos no Capítulo 2, recorremos, então, ao que Alfredo Bosi chama de "cultura criadora extra-universitária", que, embora criada por uma elite intelectual, não se formaliza como a cultura erudita e mescla-se com a vida social e psicológica do povo. Além do que,

> *"Os símbolos e os bens culturais não são objetos de análise detida ou de interpretação sistemática. Eles são vividos e pensados, esporadicamente, mas não tematizados em abstrato."*[1]

Poderíamos também enquadrá-la como midcult? Em parte, talvez, mas aqui começamos a adentrar um território um pouco nebuloso. Já vimos que a midcult se apodera de elementos eruditos, ou da cultura de elite, o que ocorre na MPB. Umberto Eco também afirma que, na midcult, quem emite a mensagem não tem a intenção de que ela seja interpretada como obra de arte. Os elementos da cultura erudita adquirem outra função, que é a de emprestar ao produto um status que o leve a ser consumido como indicativo de bom gosto. Está, portanto, sujeita aos desejos do público. Acreditamos que a MPB pode ter a intenção de ser interpretada como obra de arte em alguns casos e, em outros, não. Isso já tornaria a classificação difícil, motivo pelo qual optamos por ficar apenas com o conceito de cultura criadora extra-universitária. Poderemos caracterizar mais apropriadamente como midcult as orquestrações de músicas

populares, como as veiculadas pelo programa Conjuntos e Orquestras, que dá a elementos populares e de massa um verniz de música de elite. É o caso de canções como "Total eclipse of a heart", extraída do universo pop pela orquestra de Paul Muriat, que lhe dá uma roupagem nova.

Chegamos à conclusão, portanto, de que a maior fatia da programação da Unesp FM (em que pese sua segmentação, característica que abordaremos no próximo item deste capítulo) não se resume exclusivamente à cultura erudita, nem à popular e nem à de massa. Trata-se de um composto entre as culturas erudita e do povo que tenta escapar das engrenagens da indústria cultural.

Aqui esbarramos em uma concepção extraída da obra de Umberto Eco: a da "canção diferente". Difícil de classificar, o melhor que se pode dizer da canção diferente é que ela é música em que "a pessoa se concentra para escutar". Opõe-se à música de consumo, que é aquela que não possui nenhuma intenção artística, mas atende apenas às demandas geradas pelo mercado, ao mesmo tempo em que moldam um determinado gosto que será continuamente satisfeito pela indústria cultural. A música de consumo geralmente fornece apenas um fundo musical, enquanto "a canção diferente requer respeito e interesse".[2]

São canções diferentes aquelas com uma mínima preocupação experimental, ou letras marcadas por uma consciência histórica, enfim, capazes de figurar como elo numa transição da cultura de massa para a cultura erudita,

---

[1] BOSI, A. op. cit., p. 320.
[2] ECO, op. cit., p. 302.

por fazer o público se aperceber de uma forma diferente de fruição, que não é mais apenas a do entretenimento, do repouso ou do escapismo.

Vejamos, agora, qual a representatividade da cultura do povo na programação da rádio. Há o programa Batuque na Cozinha, destinado a samba e pagode, do qual podemos dizer também que uma parcela da produção ali representada pode ser encaixada como cultura extra-universitária. Um dos mais antigos da Unesp FM, o Batuque na Cozinha sempre teve boa aceitação por parte de alguns segmentos da audiência. Segundo Antônio Carlos de Jesus, ex-diretor da emissora, com três meses de existência, o programa já era ampliado, de uma hora de duração, no horário do almoço, para duas e depois três. E acabou influenciando outras rádios de Bauru:

> *"O que acontece? A gente amplia o programa, e a outra emissora [uma das três FMs com maior índice de audiência da época, segundo pesquisa do Ibope, que apontou a Unesp em primeiro], que não tinha nada brasileiro no horário, faz um programa que chama Música Popular Brasileira, no mesmo horário".*[3]

O Mundo Rural destina-se à música sertaneja, a qual é preciso subdividir em raiz ou caipira e músicas de influência *country*[*]. A primeira mantém laços estreitos com a cultura do povo, marcada por uma linguagem extraída da oralidade popular e temas que remetem ao dia-a-dia do homem do campo (especialmente do interior paulista, Minas Gerais, Mato Grosso e Goiás). Os artistas que cultuam esse gênero geralmente são oriundos de classes populares

---

[3] DIAS, C. M. **Rádio educativa** - concepções de rádio universitária. São Paulo, 1993. 122f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, USP, p. 89.

[*] Não pretendemos oferecer uma conceituação rigorosa que dê conta dessas duas vertentes da música sertaneja e a terminologia utilizada é aquela freqüentemente empregada pelos próprios

e autodidatas em música. Utilizam basicamente instrumentos como violão, acordeon e viola. O sertanejo de influência *country* é geralmente desenraizado, ou seja, apóia-se muito pouco em elementos da cultura brasileira, optando por importar fórmulas da *country music* americana. Tanto na linguagem quanto na temática, busca maior universalidade, recorrendo quase sempre a temas amorosos. Vale-se de instrumentos mais modernos, como guitarra elétrica, baixo, bateria e teclado. É a vertente mais explorada pela indústria cultural. Ambas, a música caipira e o sertanejo de influência *country*, estão presentes no programa Mundo Rural.

A música erudita conta com espaço privilegiado na Unesp FM. São, pelo menos, cinco programas: Clássicos Unesp, Contemporânea, Grandes Mestres, Movimento e Música no Tempo, que, juntos, somam 14 horas semanais. A cultura de massa está representada na Unesp FM por programas como Esse tal de Rock and Roll, e parte da produção veiculada no Música e Informação. Mas a seleção dessas músicas prioriza aquelas que poderiam ser classificadas também como "canção diferente". O rock, por exemplo, é geralmente representado por bandas e cantores com menos espaço na mídia (os que são comumente chamados de "alternativos") e maiores preocupações experimentais. O maior espaço é reservado ao rock nacional.

A audiência mais segmentada é buscada sempre nos programas noturnos. É à noite que são veiculados programas de jazz, blues e música contemporânea, por exemplo. A idéia é atender aos ouvintes

---

artistas e programadores de rádio. Buscamos apenas compreender que gênero de música é veiculado pelo programa.

interessados por esses gêneros, que são aqueles que sintonizam a emissora especificamente em função dos programas de sua predileção, em horários em que estão disponíveis, após o expediente de trabalho.

Fora a programação musical, existem os programas dedicados à informação. Alguns atendem especificamente à proposta de divulgação científica e marketing da universidade, como o Ciência Sem Limites, que aborda, em entrevistas com professores e pesquisadores da Unesp, projetos que estão sendo desenvolvidos dentro da instituição ou temas em pauta no meio acadêmico. Outros aliam o papel de extensão universitária à prestação de serviço, tornando acessível ao público o conhecimento produzido na universidade que possa ter alguma influência na vida cotidiana. É o caso do Viva Melhor, que oferece dicas e informações sobre saúde. Sobre esse programa, especificamente, falaremos mais adiante.

4.2. O lado do ouvinte: preferências da audiência

Nesta parte vamos examinar o impacto da programação da Unesp FM sobre as audiências. Veremos a aceitação da programação atual, sua receptividade junto aos estudantes da própria Unesp e junto aos segmentos da coletividade de Bauru. Essas sondagens foram realizadas com o intuito de aferir exatamente essas circunstâncias, a fim de orientar a direção da emissora, mas contêm elementos para uma análise do papel da emissora enquanto rádio universitária junto às audiências.

Foram realizadas duas pesquisas de audiência em 2000, promovidas pela Unesp FM e aplicadas por estagiários do curso de Relações Públicas, sob orientação da profa. Célia Retz Godoy dos Santos, do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp, e do Prof. Dr. Murilo César Soares, diretor do Centro de Rádio e Televisão Cultural e Educativa da FAAC.

A primeira foi aplicada entre alunos da própria Unesp, campus de Bauru, durante o primeiro semestre de 2000. Fizemos o acompanhamento dos trabalhos, sem, no entanto, interferir diretamente na elaboração dos questionários. Ao final, orientamos a tabulação dos dados, apontando os cruzamentos interessantes não só para o conhecimento da emissora como também para o nosso estudo. A segunda pesquisa, realizada durante o segundo semestre de 2000, em quatro bairros de Bauru, contou com nossa coordenação. Participamos inclusive da elaboração do questionário, incluindo questões de interesse não só para a direção da emissora, como também para nosso projeto de pesquisa. Fizemos o acompanhamento da aplicação dos questionários e da tabulação dos dados, apontando também os cruzamentos necessários e interessantes para o nosso estudo.

Vejamos o resultado da primeira pesquisa. Como o universo pesquisado corresponde ao público universitário, este levantamento possui importância fundamental para o nosso estudo. Entre outras coisas, interessava-nos saber as motivações do ouvinte da Unesp FM. Tínhamos a expectativa, a priori, de que a emissora fosse a mais ouvida entre o público universitário. Mas mais importante do que comprovar ou não essa expectativa seria traçar um perfil

desse público, conhecer quais programas despertavam seu interesse e saber se, para ele, a Unesp FM representava uma emissora diferenciada no universo de emissoras de Bauru.

No caso dos programas informativos, como os jornalísticos, perguntamos qual o formato preferido: com o conteúdo concentrado em um único horário fixo, ou diluído ao longo da programação na forma de boletins. Também nos preocupamos com um programa em especial: o "Viva Melhor", dedicado ao tema Saúde. O "Viva Melhor" é uma das experiências que, no nosso entendimento, apontam para uma alternativa de atuação enquanto emissora universitária, aliando vários aspectos relevantes com os quais trabalhamos em nossa dissertação, entre eles o da extensão universitária.

De fato, confirmamos que a Unesp FM é a emissora mais ouvida entre os estudantes da Unesp: 45% preferem a rádio universitária. A segunda mais ouvida, a 96 FM tem 17% das preferências, e a 94 FM tem 11% de audiência (figura 1). Este resultado é extremamente significativo se comparado ao da segunda pesquisa, realizada em quatro bairros da cidade, onde a Unesp FM figura em quarto lugar, como veremos mais adiante. Ou seja, o público universitário é o que mais se identifica com a proposta da emissora. E como veremos também na segunda pesquisa, a audiência da Unesp FM concentra-se em uma parcela da população que possui um nível de escolaridade mais alto, do 2º grau completo ao superior completo. Ou seja, são pessoas que ou estão habilitadas a cursar o ensino superior, por já ter concluído o ensino médio, ou estão cursando alguma faculdade ou já cursaram, sendo, portanto, ex-universitários. Esse é um aspecto importante do perfil da audiência

da rádio, que retomaremos ainda neste capítulo: o de que a rádio universitária se define também pela audiência.

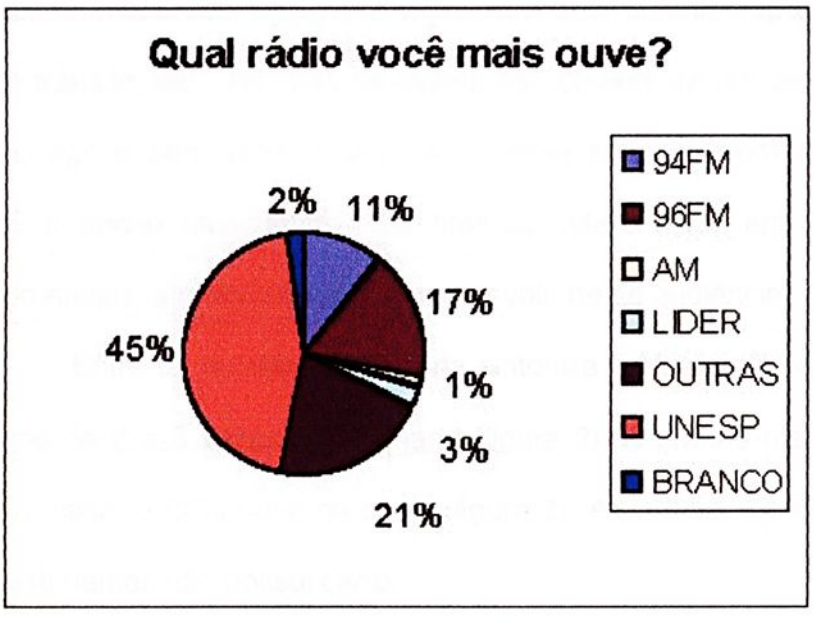

Figura 1 – audiência das emissoras de rádio entre universitários do campus de Bauru

Descobriu-se, por meio da pergunta aberta "Por quê?", que complementa a questão sobre qual a emissora preferida, que 34% dos ouvintes escolhem as emissoras de sua preferência devido aos estilos musicais que as caracterizam, 24% devido à programação em geral, e 12% apenas considera a emissora de sua preferência sem saber explicar muito bem, definindo-a como sendo a "melhorzinha", ou ainda a "menos pior". Assim, constatamos que a programação musical é o grande definidor da audiência.

Quando o ouvinte sintoniza uma emissora em busca de alguma coisa que não seja música, está interessado em informações úteis ao seu dia-a-dia, informações que o rádio, por seu imediatismo, oferece melhor do que qualquer outro veículo, além, é claro, das transmissões de partidas de futebol,

ainda responsáveis por bons índices de audiência. É em função disso que a maior faixa de audiência no rádio concentra-se no horário das 5 às 10 horas, quando as pessoas acordam e querem saber a hora certa, a previsão do tempo, condições do trânsito, etc[4]. No caso da Unesp FM, carente de um departamento de jornalismo ágil e bem estruturado, não é esse tipo de informação o seu diferencial. É a opção musical que ela oferece, diferenciada em relação às emissoras comerciais, a responsável pelo maior volume de audiência.

Entre os ouvintes, a maioria sintoniza a Unesp FM diariamente ou pelo menos de 2 a 3 vezes por semana (figura 2). A grande maioria, 66%, ouve rádio em casa, e 28% ouve no carro (figura 3). Aqui é bom lembrar que a maioria dos estudantes não possui carro.

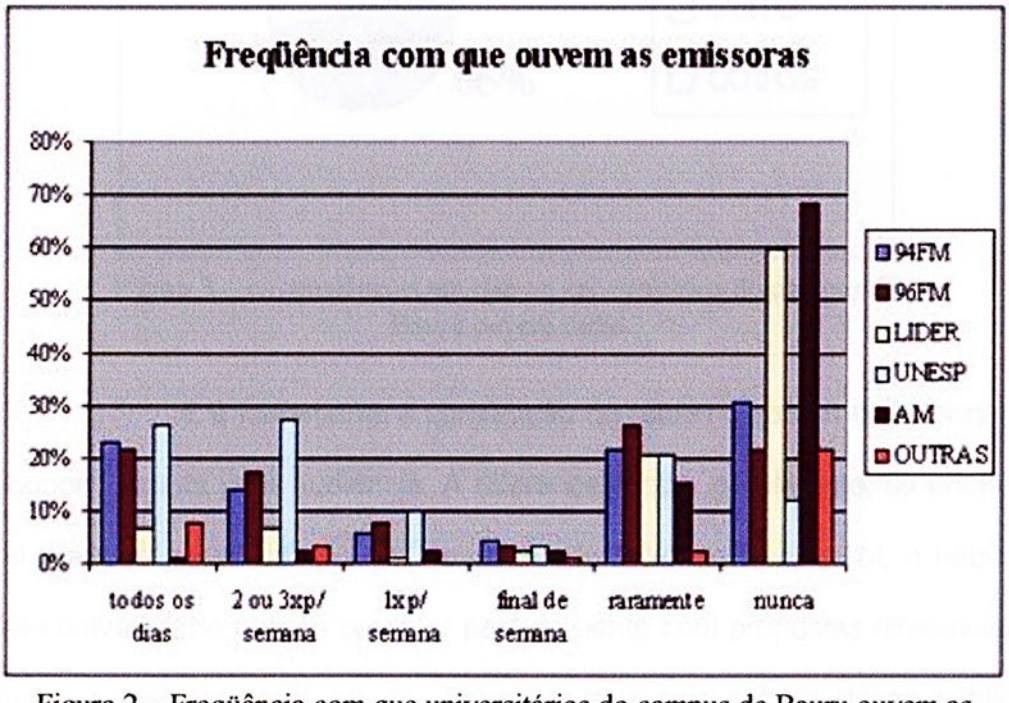

Figura 2 – Freqüência com que universitários do campus de Bauru ouvem as emissoras de rádio

[4] PARADA, M. **Rádio: 24 horas de jornalismo**. São Paulo: Editora Panda, 2000. p. 97.

As figuras 2 e 3 revelam outra diferença fundamental da audiência verificada junto ao público universitário em relação à população de maneira geral. O fato de os estudantes sintonizarem a Unesp FM diariamente ou pelo menos duas a três vezes por semana evidencia um hábito. Como veremos na segunda pesquisa, realizada fora da universidade, em bairros de Bauru, ouvir a Unesp FM não chega a constituir um hábito entre a maioria dos entrevistados.

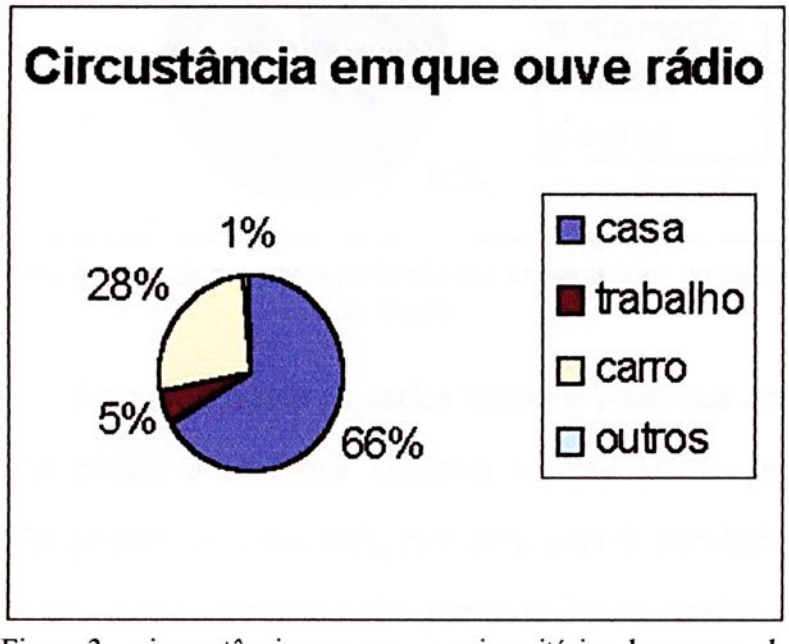

Figura 3 – circunstâncias em que os universitários do campus de Bauru ouvem rádio

E é justamente a construção do hábito o que as emissoras mais perseguem na luta pela audiência. A diferença é que, geralmente, tal prioridade exclui grandes possibilidades de inovação. No caso da Unesp FM, o hábito do ouvinte universitário parece conviver perfeitamente com propostas diferenciadas, às quais a emissora está aberta. Talvez porque seja próprio desse público o gosto pela inovação, que, na rádio universitária, muitas vezes é resultante da própria atuação dos estudantes.

Os programas musicais são os preferidos de 85% dos universitários. Apenas 5% declarou preferir programas de informação e 11% disse que se interessa por ambos igualmente (figura 4).

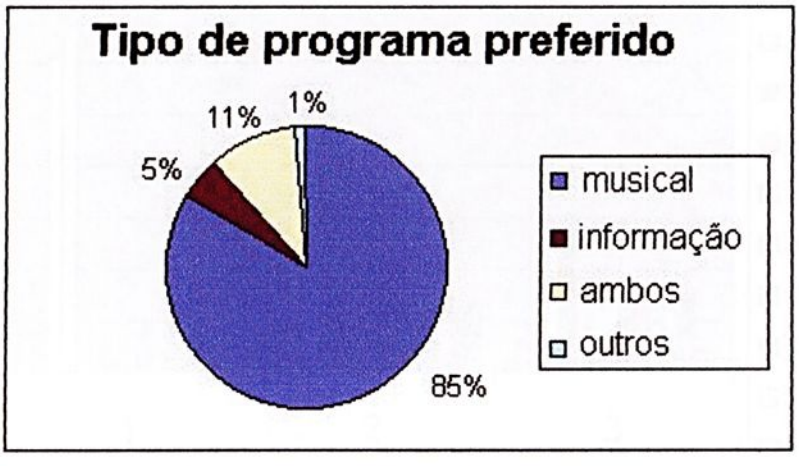

Figura 4 – tipo de programa preferido dos universitários do campus de Bauru

A figura 5 revela os estilos musicais preferidos dos estudantes da Unesp. Foi pedido a eles que citassem os três estilos, em ordem de preferência. Em primeiro vieram o rock, com 34%, a MPB, com 30%, e a música clássica, com 8%. Como segundo estilo preferido, foram citados novamente o rock, com 24%, a MPB, com 17%, e o reggae, com 8%. O quadro se modifica um pouco apenas na terceira opção, em que o blues desponta como o gênero mais citado, 15%, seguido da MPB, 13%, e do rock, com 12%.

Se a escolha da emissora se baseia na programação musical, isso significa que os musicais são os programas preferidos pelos ouvintes e, também, que as emissoras se definem pelos gêneros e estilos das músicas que tocam. Isso em parte pode ser devido à própria atuação das rádios que, ao longo de sua evolução, se converteram em "caixinhas de música" ou "vitrolões".

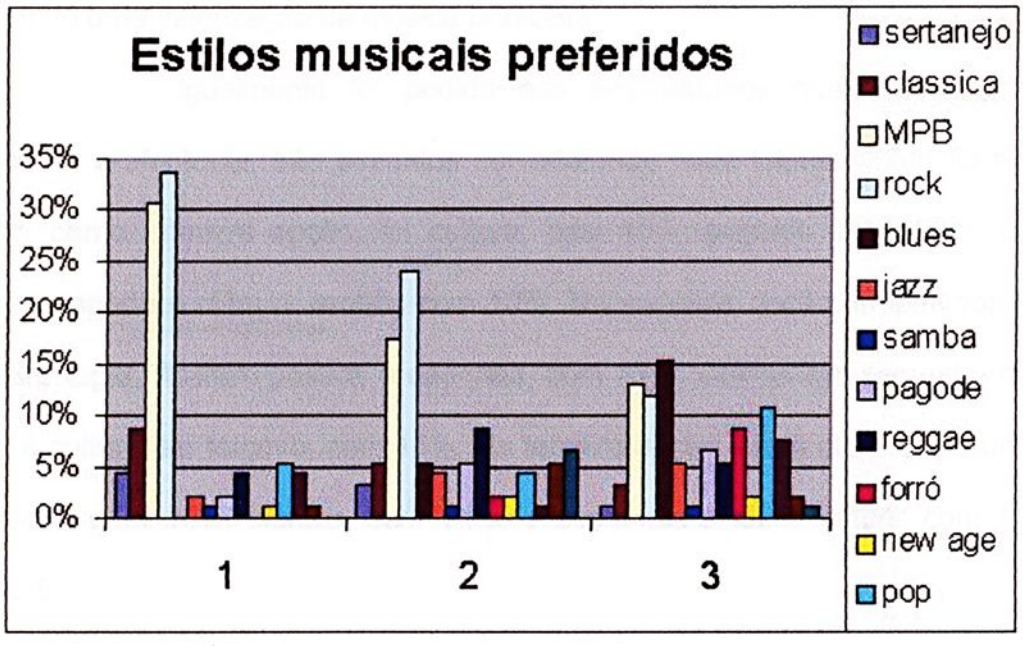

Figura 5 – estilos musicais preferidos dos universitários do campus de Bauru

Mas, analisando-se os estilos musicais preferidos, podemos fazer uma constatação interessante: embora o estilo musical preferido pelo universitário seja o rock, a Unesp FM é a emissora preferida pela maioria dos entrevistados mesmo sem priorizar o rock em sua programação. Como já dissemos, o que predomina na seleção musical da rádio é a MPB. Ou seja, a Unesp FM é líder de audiência entre os universitários sem fazer uma concessão ao gosto médio desse público, como manda a lógica da cultura de massa. Poderíamos supor que os universitários se identificam com a rádio enquanto ela é percebida como um referencial de qualidade. Além de não veicular prioritariamente o rock, faz a opção por um rock "menos comercial", alternativo, de bandas tidas como "marginais", ou mesmo músicas menos conhecidas das

grandes bandas. E esse público também cita a MPB como uma segunda opção, revelando uma valorização da música brasileira.

Igualmente foi pedido aos entrevistados que citassem, em ordem de preferência, três assuntos considerados mais interessantes. O mais citado, como primeira opção, foi cultura, com 47%, seguido de política, com 15%, e esporte e ciência, ambos com 10%. Na segunda opção, empatados em primeiro lugar, ficaram política e esportes, com 21%, ciência em segundo, com 17%, e cultura em terceiro, com 15%. Na terceira opção foram citados "assuntos diversos", com 20%, ciência, com 14%, e economia e local, ambos com 13% (figura 6).

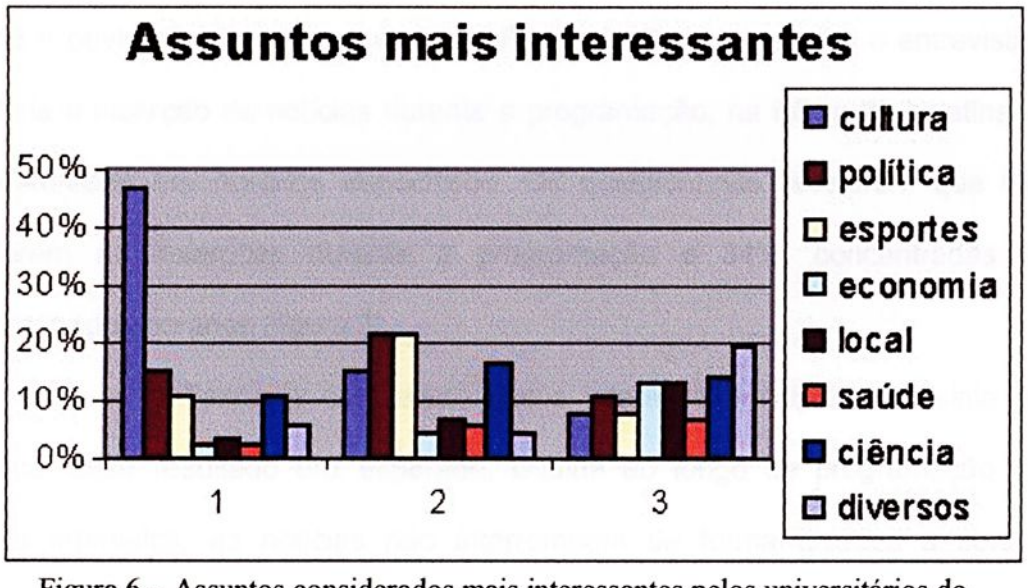

Figura 6 – Assuntos considerados mais interessantes pelos universitários do campus de Bauru

Aqui também o resultado é coerente com o perfil de público que vínhamos traçando. Constatamos que o interesse do ouvinte cativo de uma emissora cultural é a cultura. E a cultura, na maioria das vezes, está associada à

própria música. Não só pelo enriquecimento do gosto musical, mas pela divulgação de informações relacionada a autores, cantores, instrumentistas, estilos, períodos e novidades. Mas o interesse por cultura também significa o interesse por cinema, literatura e outras manifestações artísticas. Neste caso, a Unesp FM se constitui como emissora diferenciada, oferecendo programas que falam da história da música, outros que têm a literatura como tema, outros que oferecem espaço a jovens talentos, ainda desconhecidos do grande público. Por outro lado, o interesse por política ou esportes, manifestado como segunda opção, não encontra respostas na emissora, que ainda conta com pouco espaço para esses dois temas.

No caso dos programas jornalísticos, interessava-nos saber como o ouvinte preferia ouvir notícias. Foi perguntado, então, se o entrevistado preferia a inserção de notícias durante a programação, na forma de boletins, ou concentradas em horários específicos. Os questionários revelaram que 65% preferem as inserções durante a programação e 34%, concentradas em determinados horários (figura 7).

Tendo já constatado que o interesse principal do ouvinte é a música, esse resultado era esperado. Diluída ao longo da programação, em curtos intervalos, as notícias não interrompem de forma drástica a seleção musical. E ainda cumprem o papel de manter informado quem talvez só esteja em busca de entretenimento. É claro que não sabemos até que ponto as informações veiculadas dessa forma são efetivamente assimiladas pelo ouvinte, ou em que proporção elas são assimiladas.

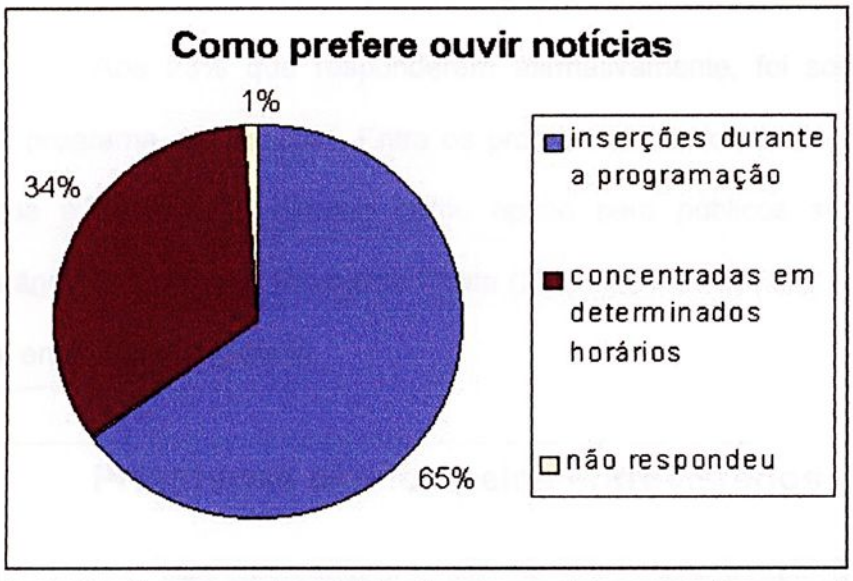

Figura 7 – Como os universitários do campus de Bauru preferem ouvir notícias em rádio

Em seguida, foi questionado se os entrevistados sintonizam a Unesp FM para ouvir um programa específico, e 61% respondeu que não (figura 8). Outros 23% disseram que sintonizam a emissora em função de um programa específico e 16% não responderam.

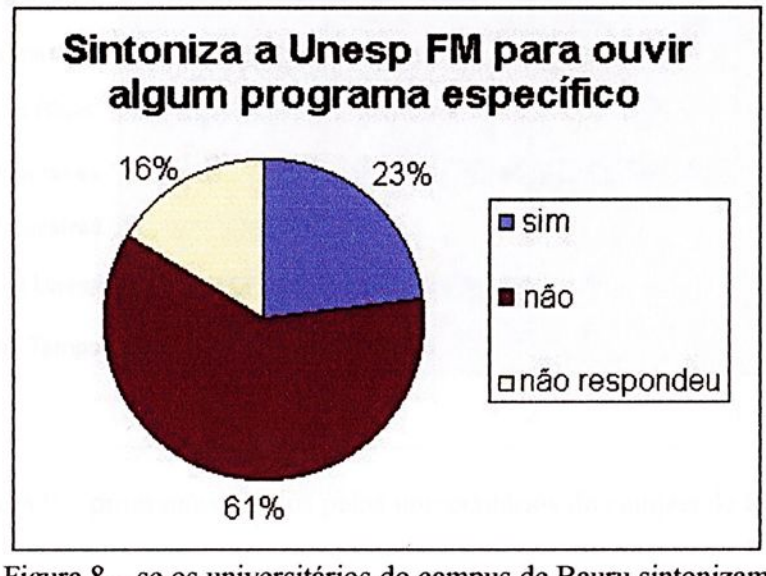

Figura 8 – se os universitários do campus de Bauru sintonizam a Unesp FM para ouvir algum programa específico

Aos 23% que responderam afirmativamente, foi solicitado que citassem o programa em questão. Entre os programas citados estão exatamente aqueles que a Unesp FM oferece como opção para públicos segmentados: Contemporânea (3 citações), Programa Pirata (2), Estação Blues (1), A Música no Tempo (1), entre outros (figura 9).

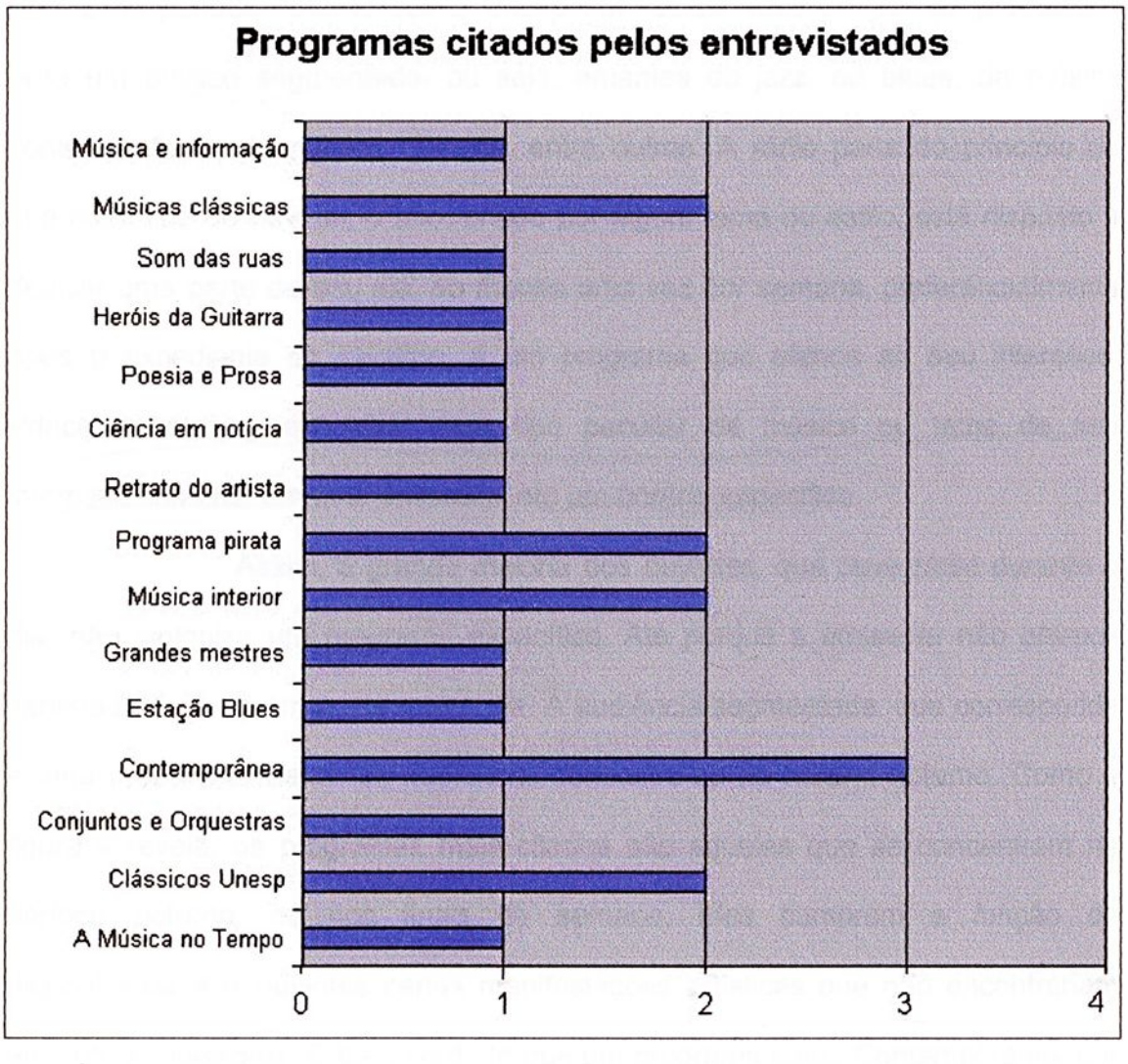

Figura 9 – programas citados pelos universitários do campus de Bauru

Para compreender esse resultado, é importante retomar uma característica da programação da Unesp FM. Como dissemos anteriormente, a emissora dedica sua programação diurna, durante a semana, à seleção musical, com a predominância da MPB. Sabe-se que a maior parte da audiência do rádio concentra-se no período diurno. À noite, a televisão é praticamente imbatível, reunindo, diante de si, toda a família, na esmagadora maioria das residências. Pois é no período noturno que a Unesp FM veicula seus programas produzidos para um público segmentado, ou seja, amantes do jazz, do blues, da música contemporânea, da música clássica, entre outros. A rádio parte do princípio de que esse tipo de ouvinte, o aficcionado por algum tema ou estilo, está disposto a dedicar uma parte do seu dia, ao menos uma vez por semana, preferencialmente após o expediente de trabalho, a um programa que atenda ao seu interesse. Principalmente se encontrar esse tipo peculiar de música ou tema de seu interesse somente em uma emissora, em um horário específico.

Assim, a grande maioria dos ouvintes, que ouve rádio durante o dia, não sintoniza um programa específico. Até porque a emissora não oferece variedade de programas durante o dia. A audiência segmentada, que corresponde a uma proporção menor da audiência, concentra-se no horário noturno. Como a figura 9 revela, os programas mais citados são aqueles que se concentram no período noturno, ou nos finais de semana. Eles cumprem a função de disponibilizar aos ouvintes certas manifestações artísticas que não encontrariam em outras emissoras. É bem verdade que um programa como Contemporânea por si só dificilmente conquistaria novos apreciadores desse gênero musical. Mas ele cumpre a função de tornar a música contemporânea acessível aos seus

apreciadores. E, de qualquer forma, ela está lá para quem quiser conhecer, como diriam os "integrados" de Umberto Eco.

Finalmente, enfocamos um assunto em especial: a saúde, verificando a audiência ou pelo menos a aceitação de um programa como o Viva Melhor. Inicialmente, 91% dos entrevistados consideraram a saúde no rádio um assunto importante, 86% classificaram como adequado e 72% declararam ser interessante. De fato, a saúde é um tema mais próximo do dia-a-dia de cada um.

Perguntou-se, então, se os entrevistados conheciam o Viva Melhor, e 79% respondeu negativamente. Do total de respostas, 14% declararam que gostam do programa (figura 10). Em termos apenas dos que conhecem o programa (21%), a maioria (66%) afirma gostar.

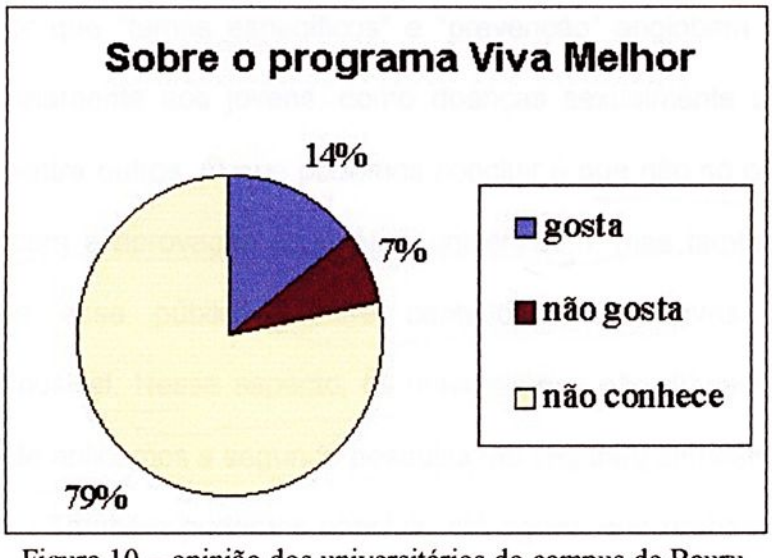

Figura 10 – opinião dos universitários do campus de Bauru sobre o programa Viva Melhor

Atribuímos o pouco conhecimento em relação ao programa a dois fatores: em primeiro lugar, o Viva Melhor era um programa ainda novo. Em

segundo lugar, possuía um formato, o de programete, que poderia fazer com que o ouvinte não se apercebesse dele enquanto programa específico dentro da grade da emissora. Os programetes são programas de curta duração, no máximo cinco minutos, inseridos em horários determinados na programação normal da rádio. Entram no ar nos intervalos, passando uma informação numa forma que poderíamos chamar de pílulas. Por ser veiculado nos intervalos, portanto, o ouvinte pode não notar que se trata de um programa.

Para a maioria dos entrevistados, 30%, um programa de saúde deveria tratar de temas específicos. Para 21%, o principal tema a ser abordado em um programa do gênero deveria ser a prevenção (figura 11). Percebemos, assim, que o tema saúde interessa ao público da Unesp FM, ou pelo menos é encarado como importante. No caso desta última questão, ilustrada pela figura 11, podemos supor que "temas específicos" e "prevenção" englobam assuntos que interessam diretamente aos jovens, como doenças sexualmente transmissíveis, drogas, fumo, entre outros. O que podemos concluir é que não só o tema do Viva Melhor conta com a aprovação do público universitário, mas também o formato, uma vez que esse público prefere conteúdos informativos inseridos na programação musical. Nesse aspecto, os universitários não diferem dos ouvintes dos bairros onde aplicamos a segunda pesquisa, no segundo semestre de 2000.

Também pudemos concluir, até agora, que embora a Unesp FM chame a atenção da audiência pela sua programação musical, havendo pouco interesse de maioria dos ouvintes por notícias, ela não é vista como veículo de puro entretenimento. O público universitário está aberto a obter informação por meio do rádio, em outros formatos que não os programas noticiosos.

Principalmente quando o tema é cultura, como já vimos, o que viria a corroborar a proposta de uma rádio mais cultural do que educativa.

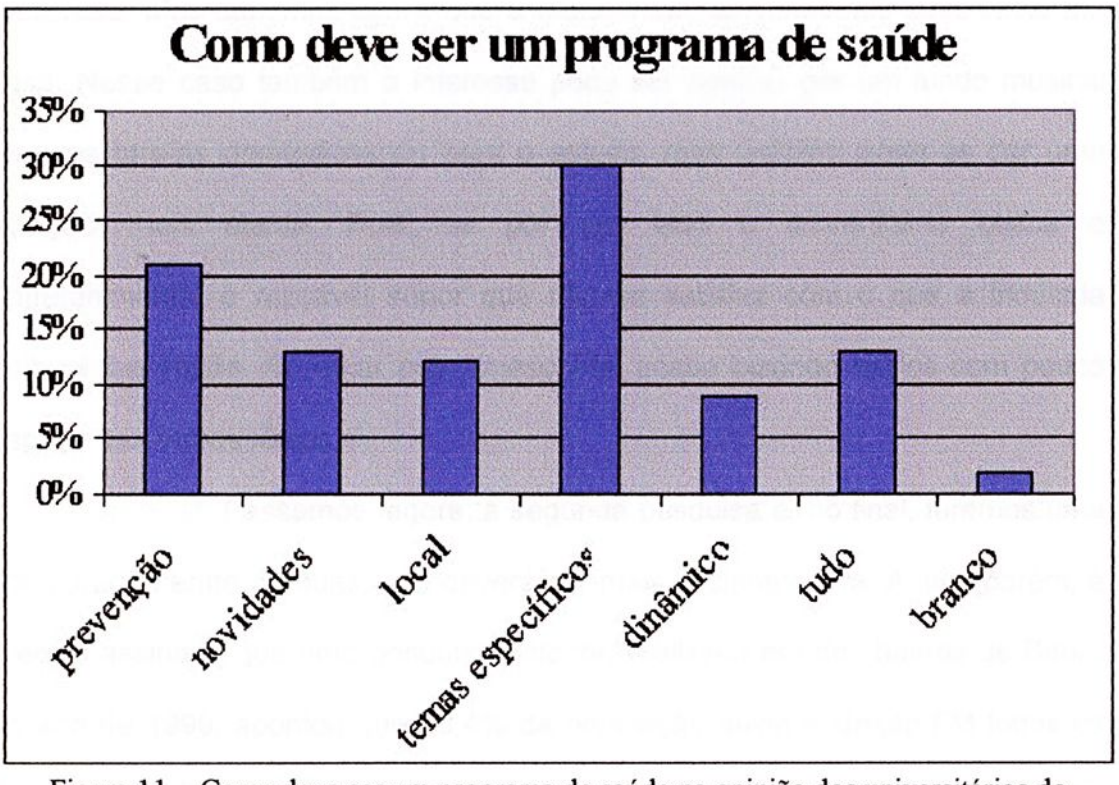

Figura 11 – Como deve ser um programa de saúde na opinião dos universitários do campus de Bauru

A pesquisa nos permite supor, inclusive, que um programa exclusivo de notícias, com um tempo maior de duração, poderia afastar os universitários da Unesp FM, fazendo-os migrar para outras emissoras que priorizem a seleção musical. Até porque, esse público universitário não sintoniza a Unesp FM em busca de um programa específico, salvo aquele perfil muito peculiar de ouvinte que busca um tipo específico de música ou de informação, atendido pela programação mais segmentada da emissora.

Os que ouvem rádio no carro, muitas vezes estão interessados apenas em um fundo musical, em uma distração para o trajeto da casa à faculdade. Mas sabemos agora que a maioria dos universitários ouve rádio em casa. Nesse caso também o interesse pode ser apenas por um fundo musical para as tarefas domésticas ou para o estudo, mas também pode se dar uma audição mais atenta. Pois, se por um lado o universitário busca o entretenimento, é razoável supor que não se satisfaz com o que a indústria cultural lhe impõe. Ao optar pela Unesp FM, acaba ouvindo estilos com pouco espaço nas outras rádios.

Passemos, agora, à segunda pesquisa e, no final, faremos uma comparação entre as duas, que deverá ser mais esclarecedora. Antes, porém, é preciso assinalar que uma pesquisa anterior, realizada em dez bairros de Bauru no ano de 1999, apontou que 23,4% da população ouvia a Unesp FM todos os dias. Ela perdia para as outras duas emissoras FM, a 96 FM e a 94 FM, mas, especificamente nos bairros de classe média, chegava à liderança, com 40%.

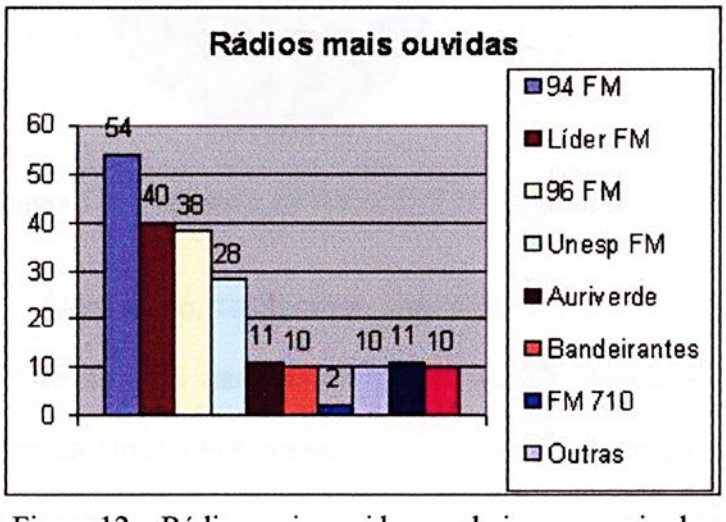

Figura 12 – Rádios mais ouvidas nos bairros pesquisados

Na pesquisa que coordenamos entre o segundo semestre de 2000 e o primeiro semestre de 2001, foram aplicados 198 questionários contendo 20 questões em quatro bairros de Bauru: Mary Dota, Beija Flor, Jardim Brasil e Panorama. As questões de 1 a 14 são genéricas e as questões de 15 a 20 específicas sobre a Unesp FM. A pesquisa revelou que, no geral, a Unesp FM é a quarta mais ouvida, tendo sido citada 28 vezes, contra 54 da 94 FM, 40 da Líder FM e 38 da 96 FM (figura 12). Aqui, portanto, já fica nítida a diferença entre os ouvintes desses quatro bairros e os estudantes da universidade, entre os quais a Unesp FM é a mais ouvida.

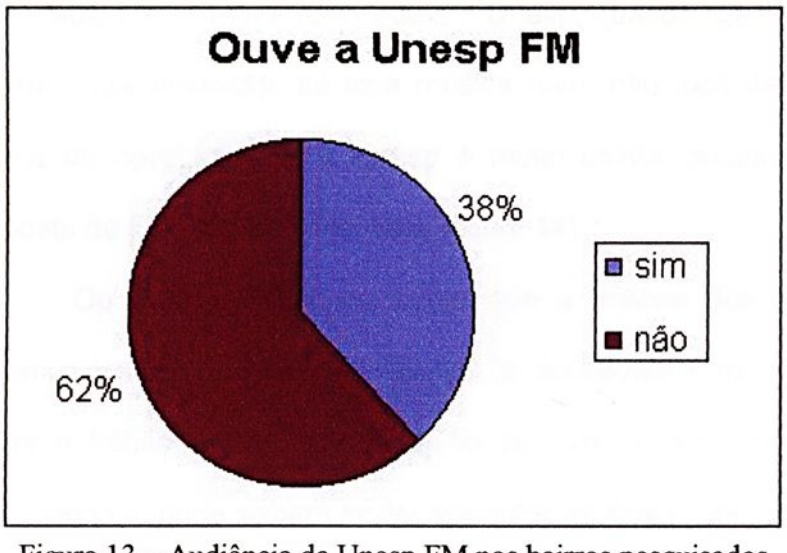

Figura 13 – Audiência da Unesp FM nos bairros pesquisados

Além disso, verificamos que 62% dos entrevistados não ouvem a Unesp FM. Apenas 38% declararam que ouviam a emissora (figura 13). Ou seja, o problema da Unesp FM nesses bairros não se restringe a estar atrás de três emissoras comerciais na preferência do ouvinte, mas simplesmente não ser

ouvida por mais de metade dos entrevistados. Por outro lado, um dado que salta aos olhos é o fato de as quatro emissoras mais ouvidas da cidade serem FM. Vale lembrar que as emissoras FM foram de elite no passado.

Descartada essa questão da FM como obstáculo para atingir os ouvintes mais pobres, é preciso investigar quais os motivos que levam ao baixo índice de audiência. Os entrevistados que não ouvem a Unesp FM citaram como motivo, em primeiro lugar, não conhecer a rádio (30 citações); não gostar da rádio (9), não conseguir sintonizar (9), não gostar da programação (6), não ouvir rádio (6), não ter por hábito ouvir a Unesp (6), não gostar das músicas (5) e não saber que existia a Unesp FM (3). Outros motivos citados são: falta de tempo, prefere outras rádios, a Unesp é ruim, odeia a Unesp, quando liga o rádio já está sintonizado em outra emissora, só toca música ruim, não toca dance, falta de afinidade, falta de oportunidade, a Unesp é muito calma, acostumou-se com outras, não gosta de FM, não tem interesse (figura 14).

Ou seja, poderíamos supor que a maioria dos ouvintes não conhece a emissora em função dos hábitos já cristalizados na audiência. Já dissemos que o hábito é um fator fundamental para o rádio. Habituados às emissoras comerciais, onde sabem poder encontra as expressões musicais que mais lhe agradam, os ouvintes não devem percorrer o dial em busca de outras opções. Mesmo entre muitos dos que ouvem a emissora, a Unesp FM não chega a se constituir um hábito. Dos entrevistados que declararam ouvir a rádio, 32% disseram que ouvem raramente; 20% ouvem só nos finais de semana; 18% ouvem uma ou duas vezes por semana; 18% ouvem três vezes ou mais; e 12% ouvem todos os dias (figura 15).

unesp

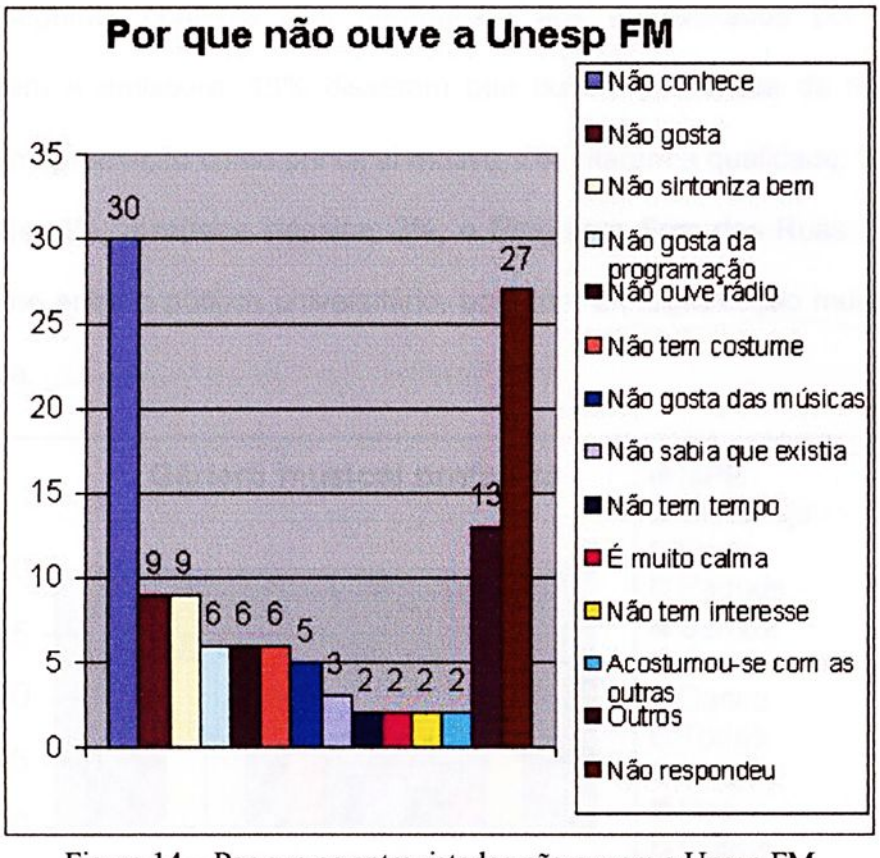

Figura 14 – Por que os entrevistados não ouvem a Unesp FM

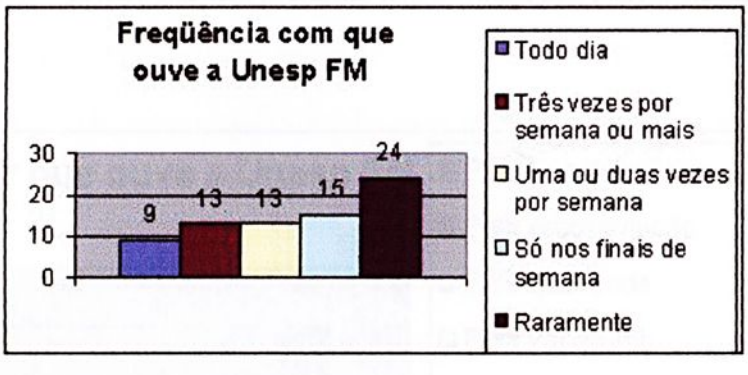

Figura15 – Freqüência com que os entrevistados ouvem a Unesp FM nos bairros pesquisados

Entre os ouvintes da Unesp FM, os gêneros musicais preferidos são a MPB, 19%; sertanejo, 15%; rock, 14%; pagode, 7%; samba e romântico, 6% (figura 16). Mais uma vez é a opção pela MPB que atrai os ouvintes, o que a

questão seguinte confirma. Foi perguntado aos entrevistados por quê eles sintonizavam a emissora. 16% disseram que ouvem por causa da música; 9% citaram a programação como principal motivo; 7% citaram a qualidade; 3% citaram a variedade; 3%, a música clássica; 3%, o Programa Som das Ruas (figura 17). Assim como entre o público universitário, portanto, a programação musical define a audiência.

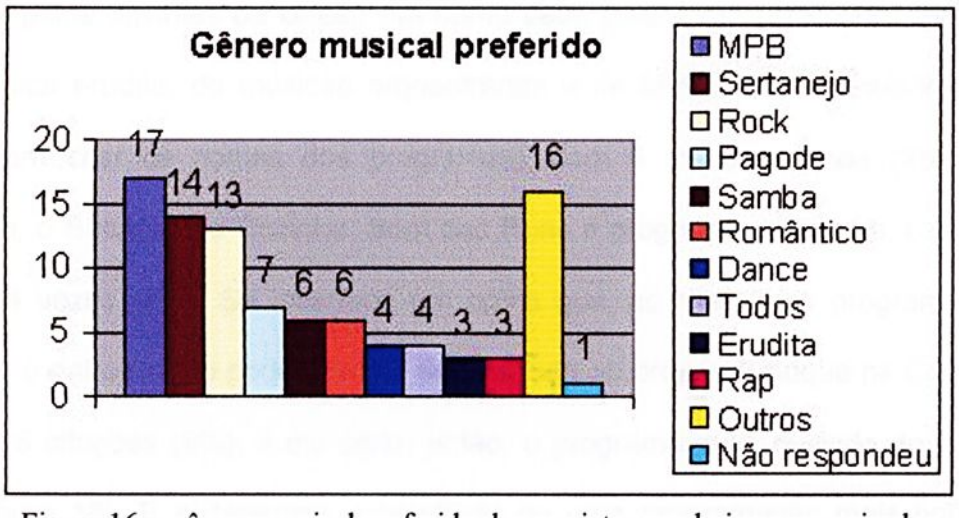

Figura 16 – gênero musical preferido dos ouvintes nos bairros pesquisados

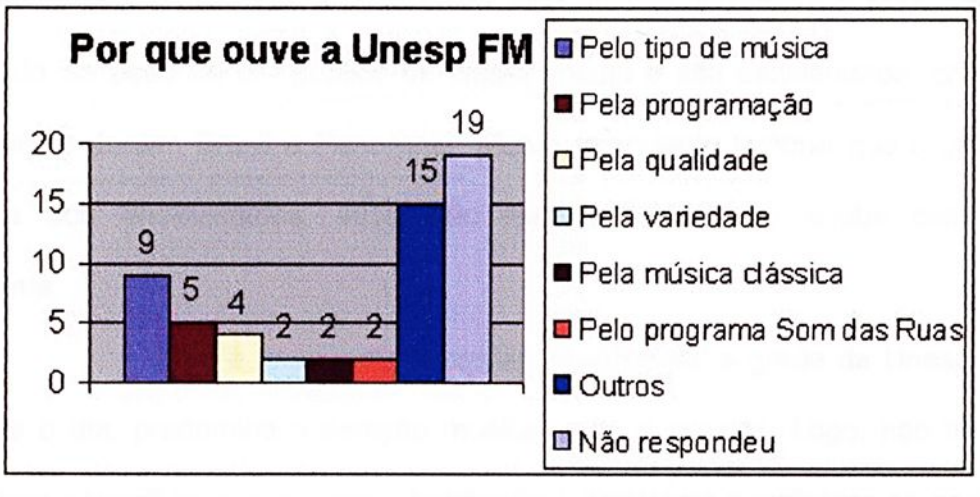

Figura 17 – Por que os entrevistados ouvem a Unesp FM

Curiosamente, entre os gêneros musicais preferidos aparece em segundo lugar o sertanejo, embora o espaço para esse gênero seja restrito na emissora. Mas vale lembrar que estamos falando de ouvintes em grande maioria esporádicos. O que registramos aqui, portanto, talvez seja mais uma vez o resultado da segmentação.

Mas o gosto pelo sertanejo não se expressa nos programas citados pelos ouvintes da Unesp FM como seus preferidos. Entre eles estão os de música erudita, de músicas orquestradas e de MPB (os entrevistados não souberam citar os nomes dos programas), com 5 menções cada (6%). Em seguida, o Batuque na Cozinha, Som das Ruas e programa de samba, cada um citado 4 vezes (5%). Se levarmos em conta que, ao mencionar programas de samba, o entrevistado poderia estar se referindo ao próprio Batuque na Cozinha, seriam 8 citações (9%), e ele seria, então, o programa mais ouvindo da Unesp FM (figura 18). E aí teríamos o resultado de uma programação mais popular, atraindo uma audiência que poderia estar concentrada nas emissoras comerciais. Por outro lado, a preferência pela música clássica e a MPB seriam resultado do peso de um público de classe média e alta escolaridade, como o dos bairros Jardim Brasil e Panorama. Mas é importante lembrar que a grande maioria dos entrevistados, 40%, não respondeu ou não soube citar um programa.

Aqui é importante recordar, novamente, a grade da Unesp FM: durante o dia, predomina a seleção musical pura e simples. Logo, não há um programa específico que o ouvinte habituado a sintonizar a emissora no período diurno, durante a semana, pudesse citar. Daí o grande número de pessoas que

unesp

não souberam citar um programa. Provavelmente, esse número corresponde aos ouvintes que sintonizam a Unesp FM durante o dia, interessados apenas na programação musical. Já as pessoas capazes de citar um programa específico, seriam aquelas que sintonizam a emissora em função desse programa. Correspondem à parcela mais segmentada do público. Não é de se estranhar, portanto, que um programa de música erudita apareça como o mais citado.

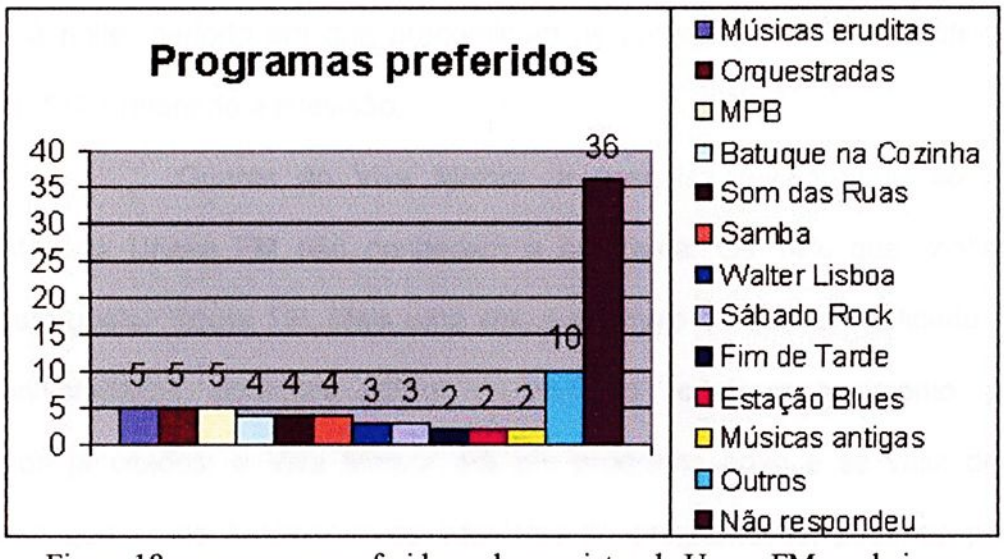

Figura 18 – programas preferidos pelos ouvintes da Unesp FM nos bairros pesquisados

A mesma situação explica o resultado da questão seguinte, em que foi perguntado quais os programas o entrevistado menos gosta. Nenhum programa foi citado mais que uma vez, sendo que os citados foram Batuque na Cozinha, sertanejo, músicas antigas, MPB antiga, músicas folclóricas, orquestradas, instrumental e de bossa nova. E apenas o Batuque na Cozinha foi citado pelo nome. O restante, foi identificado pelo gênero musical veiculado, o que não nos permite saber se de fato o entrevistado estava mencionando um

programa específico, do qual tinha conhecimento. Ora, como já dissemos, os programas da Unesp FM, que ocupam, na grade da emissora, ou o horário noturno ou os finais de semana, são conhecidos por aqueles que estão acostumados a ouvi-los e se interessam por suas propostas. Quem não gosta de um determinado programa, simplesmente mudará de emissora e não sintonizará mais a Unesp FM naquele horário. Não se pode esperar, portanto, que a pessoa saiba o nome desse programa. Além do quê, a maioria das pessoas não ouve rádio à noite, período em que predominam os programas mais específicos da Unesp FM, preferindo a televisão.

Quanto ao Viva Melhor, a pesquisa revelou que 86% dos ouvintes da Unesp FM não conhecem o programa. Os 14% que conhecem afirmam gostar (figura 19). Mais uma vez, a exemplo do que foi verificado entre os universitários, podemos atribuir o resultado ao desconhecimento, pelos motivos já citados: o Viva Melhor era um programa novo e se valia de um formato que se confunde com os intervalos da programação, podendo passar despercebido para os ouvintes.

Vimos que quem conhece aprova o programa. E existe o interesse por vários temas ligados à saúde. Perguntamos quais temas o entrevistado gostaria de ouvir num programa como o Viva Melhor. O tema mais lembrado, com 16% das citações, foi DST/Aids. Em seguida, alimentação, com 11% (figura 20).

unesp

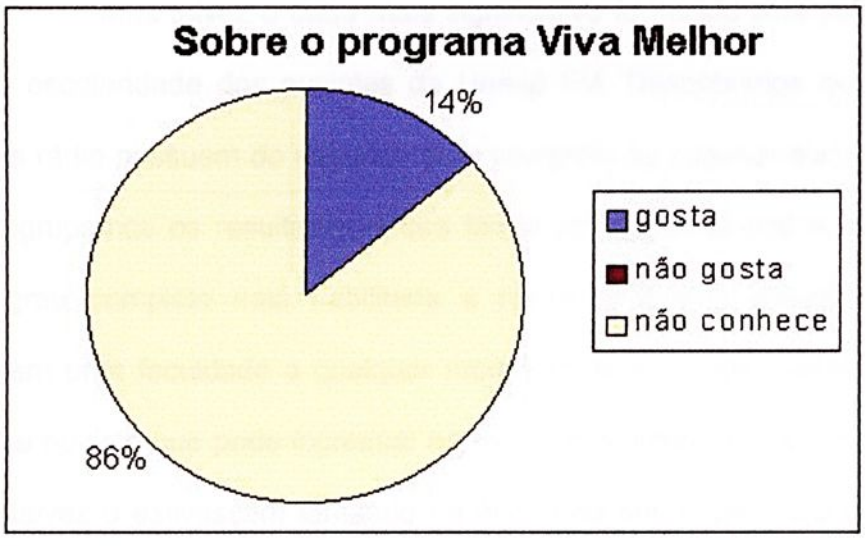

Figura 19 – Opinião dos entrevistados nos bairros pesquisados sobre o programa Viva Melhor

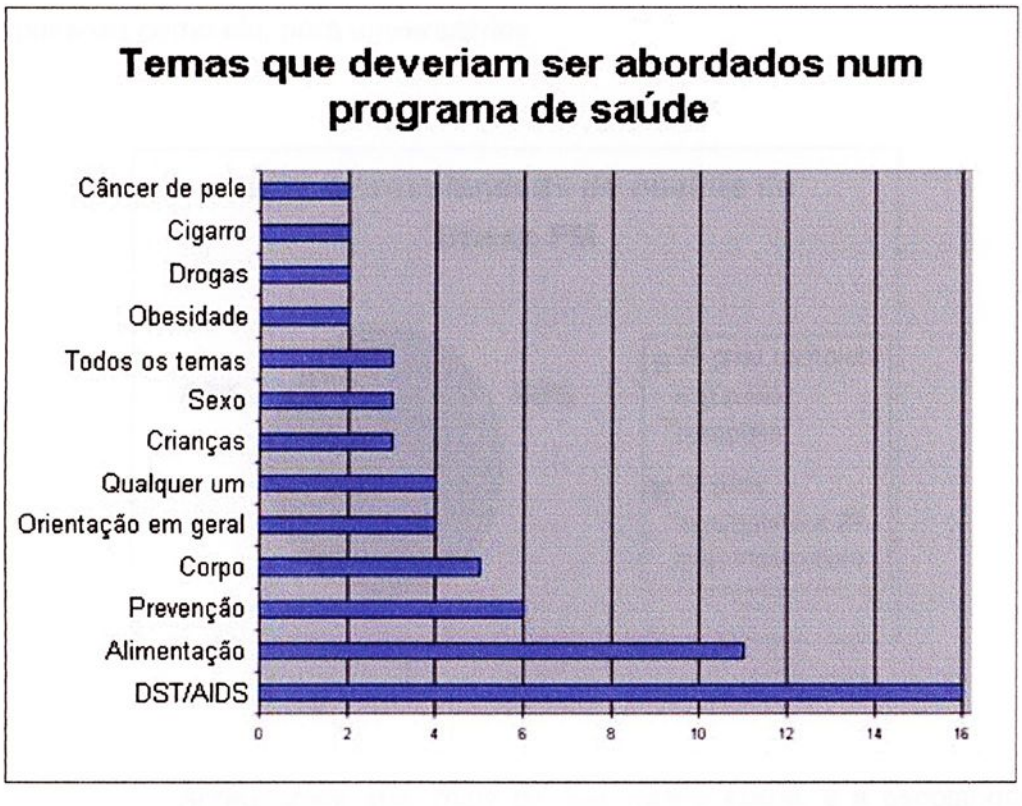

Figura 20 – Temas que deveriam ser abordados num programa de saúde, segundo os entrevistados nos bairros pesquisados

Mas talvez o dado mais significativo fornecido pela pesquisa seja o nível de escolaridade dos ouvintes da Unesp FM. Descobrimos que 60% dos ouvintes da rádio possuem do segundo grau completo ao superior completo (figura 21). Nós agrupamos os resultados dessa forma por entender que a pessoa com segundo grau completo está habilitada a cursar o ensino superior, podendo ingressar em uma faculdade a qualquer momento de sua vida. Temos, portanto, um perfil de ouvinte que pode ingressar no meio universitário a qualquer momento (e muitos talvez o estivessem tentando na época da entrevista), que pertence ao meio universitário ou que já pertenceu. Em suma, um ouvinte que se identifica com uma rádio universitária, talvez por ver nela um veículo de comunicação feito para pessoas como ele, para universitários.

T. 1265

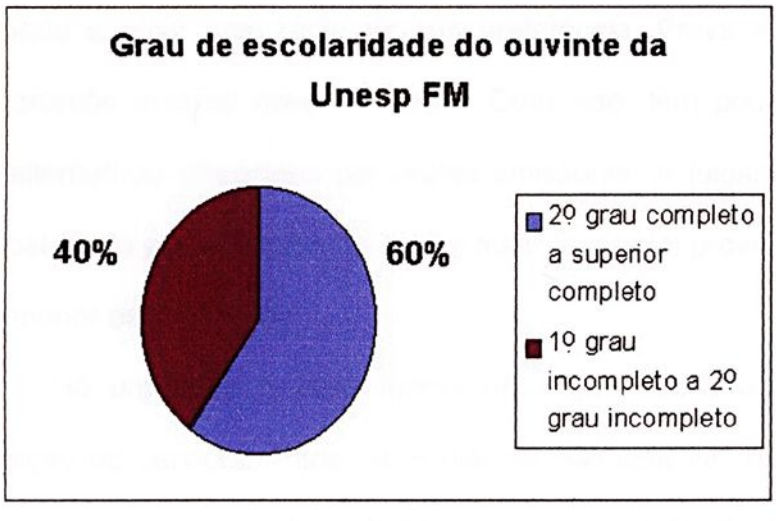

Figura 21 – grau de escolaridade do ouvinte da Unesp FM

Acreditamos que, mais do que classe social, é a escolaridade o grande definidor da audiência da Unesp FM. É claro que a alta escolaridade é mais freqüente nos estratos sociais de renda mais alta. De qualquer forma, a

pesquisa revela um público com maior escolarização. Um público que já passou, está passando ou pode passar pelos bancos acadêmicos. Aqui é importante antecipar uma questão a qual responderemos mais adiante: temos uma emissora que pode ser tachada de elitista por atender predominantemente a um público universitário. Mas o elitismo não estaria na própria estrutura educacional do país, que não garante o acesso da maioria ao ensino superior?

Voltando à análise da pesquisa, verificamos que, embora a Unesp FM seja apenas a quarta emissora mais ouvida nos quatro bairros pesquisados, há uma porcentagem significativa de ouvintes que sintonizam a emissora, pelo menos ocasionalmente: 38%. E os 62% que não ouvem a Unesp apontam como principal motivo o desconhecimento. Voltamos a lembrar a questão do hábito, fundamental para a consolidação da audiência. Boa parte da população já está habituada a ouvir uma rádio de sua preferência. Provavelmente a que prioriza uma seleção musical mais comercial. Com isso, tem pouca chance de conhecer as alternativas oferecidas por outras emissoras. A julgar também pela pesquisa, o gosto pela programação de cunho mais comercial provavelmente está relacionado à menor escolarização.

Há um outro detalhe fundamental que define a audiência do rádio: a prestação de serviços. Parte da audiência não está interessada apenas em ouvir música, mas em saber a hora certa, a previsão do tempo ou as condições do trânsito. Conquista a audiência quem é capaz de oferecer material jornalístico ágil, dinâmico e estreitamente ligado ao cotidiano dos ouvintes. Essa é justamente uma das carências da Unesp FM, que não possui um departamento de jornalismo suficientemente estruturado para atender demandas desse tipo.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Por outro lado, pudemos constatar que tanto o público universitário quanto uma parcela razoável da população pesquisada, em boa medida, são receptivos ao modelo de rádio configurado pela Unesp FM. Ou seja, a rádio é atraente para quem busca uma opção musical diferenciada. Além disso, os ouvintes aprovam a fórmula criada pela emissora de programete, como o Viva Melhor e o Poesia e Prosa. Ou seja, aprovam a conciliação de informação e entretenimento, alternativa que gerou a expressão infotenimento e que tem caracterizado algumas propostas de rádio educativo e cultural.

4.3. Concepções sob a ótica dos produtores e programadores

Como o que determina a programação da Unesp FM, em grande parte, é a visão de seus produtores e programadores, até porque não há uma concepção clara e cristalizada do que é rádio universitário – como já dissemos –, entrevistamos dois produtores e um programador da emissora para verificar o que eles entendem por rádio universitário e como suas próprias concepções orientam seu trabalho. Os entrevistados foram Fátima Belizário, produtora responsável pelos programas Canta Brasil, Óperas Inesquecíveis, Grandes Orquestras, Clássicos Unesp e Movimento; Fábio Fleury, produtor responsável pelos programas Retrato do Artista, Jazz In Concert, Estação Blues e Esse Tal de Rock And Roll; e, finalmente, o programador Sergio Magson, que cuida da programação musical, basicamente uma listagem de músicas, como ele mesmo define, além de produzir o programa Primeira Mão.

unesp

As perguntas, no total de três, foram elaboradas de modo a não induzir o entrevistado a uma resposta determinada. Assim, perguntamos inicialmente qual seria o objetivo ou função do rádio universitário, esperando que o próprio entrevistado delimitasse seu campo de atuação, se cultural, educativo ou qualquer outro que porventura viesse a ser citado. Os dois produtores mencionaram, em suas respostas, o cultural e educativo como funções da emissora, o que nos deu o gancho para a pergunta seguinte: "O que é ser cultural e educativo?" Para o programador, que não mencionou essas duas características, perguntamos se a Unesp FM é uma rádio cultural e educativa. Pela terceira pergunta, sobre qual seria o público da rádio universitária, podemos inferir dados adicionais para a caracterização da representação de cultura passada pela emissora, do ponto de vista da emissão.

Quanto à concepção da direção da rádio, nos baseamos em palestra do então diretor, prof. Dr. Murilo César Soares, proferida no Seminário Rádio Universitária, promovido pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Poéticas Visuais da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp, no dia 9 de outubro de 2000. Na ocasião, ele expôs de maneira bastante clara e completa sua concepção de rádio universitário.

Vejamos, agora, as entrevistas:

Pergunta: Qual objetivo ou função da rádio universitária?

Fátima Aparecida Belizário - produtora: Sendo uma rádio cultural e educativa, é cumprir o seu papel, que, muito mais do que entreter, é

manter o ouvinte informado, oferecendo sempre o melhor (no meu caso, que é programação musical) da música, que também passa conhecimento. Nossa função é tão importante quanto a do professor, a gente acaba ensinando e apreendendo, e passando esse aprendizado. Eu trabalho com o Canta Brasil, por exemplo, e é importante conhecer a história da música, porque ela retrata um período da história. A pessoa pode estar aprendendo a história do País e de forma simples. Nós temos que apresentar de forma didática.

Fábio Fleury - produtor: O gênero é rádio cultural e educativa. Dentro desse gênero, uma espécie é a rádio universitária. Trabalha com informação, situações que acolham a produção universitária. Outra característica é trabalhar a universidade no contexto da comunicação, inserindo-a na comunidade. Ela realiza um trabalho interno, fazendo a universidade trabalhar mais, produzindo situações para a universidade poder expor seu trabalho. Isso é parcela da responsabilidade da rádio.

Sergio Magson - programador: Posso falar pelo que eu estou vivendo, que é a Unesp FM. Ela tem, como primeiro objetivo, integrar a comunidade universitária. Difundir as idéias da universidade, as pesquisas. E tentar integrar a universidade na comunidade, fazer a ponte entre a universidade e a sociedade.

Pergunta: O que é ser cultural e educativo?

Fátima Belizário - produtora: Tudo o que a gente tem feito é cultural, mas nem tudo é educativo. Quando o programa faz só uma lista musical, é cultural, música é cultura. Música é enriquecimento da sensibilidade, crescimento espiritual. Quando está acompanhada de informações, é educativa. Com a história da música, o advento do rádio, a gente aprende muita coisa. Fazer isso é trabalhoso, mas é muito interessante. O professor Waldir Figueiredo, por exemplo, vem contando a história da música, relacionando com grandes acontecimentos. A música popular brasileira está relacionada com a história do País. Falando da carreira, da vida de Tom Jobim, que teve participação importante na música, como ele é de destaque, tanto no Brasil quanto no exterior, a gente acaba passando informações que são importantes dentro do contexto. Ele teve participação na vida do País. Em outros países, a criança, na pré-escola, tem aula de música e aprende a valorizar o compositor. Falta isso pra gente. E através da música você vai aprendendo as diferenças regionais.

Fábio Fleury - produtor: Cultural e educativo são coisas diferentes. Culturais são os programas musicais e de informações musicais. Música é cultura, e com informação também é. Os programas educativos não utilizam um método comum, utilizam um método didático seqüencial e você elabora um formato específico, com uma proposta e linguagem diferentes. Cultura é não só música, mas também jornalismo. Qualquer informação é cultura. O programa educativo tem um objetivo específico e tem que ter forma para ensinar. Eu considero educativo programas como o Viva Melhor, que tem

uma pauta boa de situações do cotidiano ligadas à saúde. O Opinião e Ciência Sem Limites são programas informativos, não têm seqüência para chegar a um objetivo. O Poesia e Prosa atinge tanto o educativo quanto o cultural, você pode estar propiciando a curiosidade em relação à Literatura, que é uma matéria escolar. Algumas campanhas têm proposta educativa. O Música no Tempo também, insere na história da música. Não é só cultural, é educativo, levando ao conhecimento formal.

Pergunta: A Unesp FM é uma rádio cultural e educativa? (pergunta feita exclusivamente ao programador)

Sergio Magson - programador: A Unesp tem sido muito mais cultural do que educativa, embora tenhamos tido experiências com alguns programas educativos, principalmente projetos de conclusão dos cursos de graduação. Tivemos um programa de ensino de inglês pelo rádio, de português. Mas a rádio é muito mais cultural. Tem a proposta de divulgar e incentivar a música brasileira, e também da região, com compositores locais. Difundir e valorizar a cultura brasileira. Tem o papel de ser independente das grandes gravadoras, não trabalha em cima do que está na moda. Para mim, particularmente, a música ou é boa ou é ruim, não tem tempo, é atemporal. Tanto que a nossa programação de música internacional é só flash back. E, na música brasileira, divulgar músicas novas. Artistas que estão procurando espaço têm espaço aqui na Unesp FM.

Pergunta: qual o público da rádio universitária?

Fátima Belizário - produtora: Vou falar dos programas que eu produzo: Óperas Inesquecíveis, Clássicos Unesp e Movimento, que são de música clássica. Quem gosta são pessoas de classes privilegiadas. Muitas pessoas não tiveram oportunidade de conhecer. A música clássica é universal, todas as pessoas teriam que ter acesso. Mas o público é elitizado, é classe A e B. Estou falando especificamente do meu caso. Mas eu acredito que o nosso forte mesmo é classe A e B, que são formadores de opinião. Tem a rádio AM, que tem a chamada participação ao vivo, e as pessoas mais simples adoram ficar ligando, ganham brindes. A gente sabe que quando tem isso as pessoas ligam. Eu também faço o Canta Brasil, que abrange tudo, é bem versátil. Traz sempre grandes sucessos do artista e conta a história da música. A gente já contou a história da bossa nova. Fiz baseado em dois livros lançados recentemente chamados Canção no Tempo. Precisa mais programa educativo. Não tem programa tipo escola. Já teve de inglês, que era muito bom. Mas se nosso público é A e B, pra que fazer isso? O Fala Aurélio foi "dez", tirava dúvidas da língua portuguesa. Nossa rádio é mais cultural, mas somos também educativa. Trazemos informação, coisas que enriquecem quem está ouvindo. O Villa-Lobos é conhecido no mundo inteiro, e só agora é que estamos tendo mais acesso, mas tudo que chega é importado. A gente pode estar divulgando.

Fábio Fleury - produtor: O público, no gênero, é heterogêneo, e, por programas, é homogêneo. A rádio tem jazz, blues, rock, samba, new age,

erudita. Jazz é para pessoas que gostam de jazz. A Proposta é homogênea pela segmentação. Mas isso não impede que novas pessoas tenham contato com gêneros à margem, que não são da mídia comercial. Meu maior prazer é quando uma pessoa fala que começou a ouvir jazz por causa do Jazz in Concert. O objetivo é satisfazer gostos específicos e angariar novas pessoas que, pela curiosidade, passem a gostar do gênero. Na base cultural, portanto, a rádio cria a possibilidade de conhecer outro gênero e participar dele, e não fique restrita à programação mercadológica e quase compulsiva das outras rádios.

Sergio Magson - programador: O público, pelas pesquisas que temos, pelas poucas pesquisas que temos, é um público adulto, classe A e B, e público universitário. Não posso precisar qual em todos os horários, porque a programação da rádio é plural e tem gêneros diversos.

Os responsáveis pela programação da Unesp FM expuseram, assim, seu ponto de vista sobre questões pertinentes ao nosso trabalho. O que chama a atenção, de imediato, é que, para os três entrevistados, a emissora é mais cultural do que educativa. Essa percepção decorre da definição de "educativo" que cada um citou. Eles entendem que um programa educativo deve ter formato e linguagem próprios. Deve ser didático e seqüencial, "tipo escola", na definição de Fátima Belizário. Por outro lado, associam a música ao caráter cultural, entendendo que música, ou pelo menos um determinado tipo de música, é enriquecimento da sensibilidade, valorização das características regionais e conhecimento.

Também é recorrente a idéia de que a rádio universitária deve estabelecer a "ponte" entre a universidade e a sociedade. Para eles, o rádio "expõe" o trabalho da universidade, ou seja, faz com que a produção acadêmica seja conhecida pela sociedade. Mas também têm consciência de que o público é elitizado. Essa contradição, e o desconforto dela decorrente, transparece nas palavras de Fátima Belizário, para quem a emissora deveria ter mais programas educativos, "mas se o nosso público é A e B, pra que fazer isso?".

Garantir o acesso a determinados gêneros, banidos das emissoras comerciais, também é citado pelos entrevistados. "A música clássica é universal, todas as pessoas deveriam ter acesso", afirma Fátima Belizário. Fábio Fleury acredita que a rádio universitária oferece ao ouvinte a possibilidade de conhecer outro gênero. Ou seja, não tem o compromisso comercial de assegurar altos índices de audiência, mas de tornar disponíveis para os ouvintes alternativas ao que predomina nas outras emissoras. Sérgio Magson explica que a Unesp FM tem a proposta de divulgar a música brasileira, a música regional e artistas que não têm espaço nas rádios comerciais.

A presença de universitários na emissora não foi citada por nenhum dos entrevistados, todos profissionais concursados, como uma característica de uma rádio universitária, embora tenha sido lembrada a veiculação de projetos de estudantes. Não se tem, igualmente, uma percepção clara da função de extensão universitária, ainda que acreditem que um dos papéis da emissora é servir de ponte entre a universidade e a sociedade. Para eles, em resumo, a Unesp FM é uma emissora que tem a função de divulgar a produção acadêmica e valorizar a cultura brasileira, fazendo aquilo que as

emissoras comerciais não fazem. Ela seria, portanto, um contraponto ao sistema comercial de radiodifusão.

Vejamos, agora, qual o ponto de vista da direção da emissora. O prof. Dr. Murilo César Soares, então diretor da Unesp FM, expôs suas concepções em palestra proferida no seminário Rádio Universitária, promovido pelo o Centro de Rádio e Televisão Cultural e Educativa e o Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Poéticas Visuais da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp, no dia 9 de outubro de 2000. Soares faz questão de ressaltar que uma rádio universitária é um trabalho coletivo, que representa um pouco do pensamento e da ação de cada uma das pessoas que nela atuam, e que não há uma fórmula fixa para se definir o que é rádio universitário.

Segundo ele, em decorrência do próprio estatuto da emissora, a Unesp FM está articulada com as três grandes áreas de atuação da universidade: extensão, ensino e pesquisa.

> *"O regimento especifica alguns objetivos que já dão diretrizes gerais para a atuação: cooperar com as pesquisas na área do rádio; cooperar com as atividades de ensino, pesquisa e extensão universitária e divulgar essas atividades; transmitir programas que visem ao aprimoramento dos conhecimentos científicos, artísticos e culturais da comunidade."*[1]

Mas a finalidade básica do rádio seria a extensão. Para Soares, a extensão é uma forma de prestar um serviço à sociedade que financia a universidade. Além disso, pela extensão difunde-se o pensamento e os valores universitários junto à comunidade. A atuação da Unesp FM no ensino se dá

pelos estágios, bolsas e atividades que os estudantes de graduação desenvolvem na rádio. Essas atividades colaboram com a formação dos estudantes, oferecendo uma experiência profissional supervisionada. Já na pesquisa, a emissora atua em parceria com o Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Poéticas Visuais, com o apoio de estagiários. Os estudantes de pós-graduação levam à rádio projetos de investigação ou experimentos. Em 2000, a Unesp FM contava com 22 estagiários, entre alunos de graduação e pós-graduação.

É forte, portanto, a presença de universitários na emissora. Eles realizam desde pesquisas de audiência e clipping até programas específicos, como os programas Ciência em Notícias, Som das Ruas, Ciência sem Limites, entre outros. E, assim, a rádio se abre a projetos de estudantes, alguns deles inovadores. Trata-se de uma emissora disposta a se arriscar, a propor alternativas. Livres dos vícios e práticas cristalizadas, inevitáveis a quem tem longos anos de profissão, e sem compromissos financeiros, esses estagiários são responsáveis pela renovação permanente da Unesp FM. É claro que não queremos desmerecer o papel dos profissionais, sem os quais o funcionamento da emissora seria inviável. Mas acreditamos que uma rádio universitária não pode prescindir da presença de universitários. Por outro lado, entendemos perfeitamente que a atuação dos estudantes deve ser muito bem planejada e criteriosa. Um programa de rádio não pode, por exemplo, ser interrompido por três meses durante as férias de final de ano, retornando em março. O estudante que quer atuar na rádio deve ter, entre outros, um compromisso com a

[1] Seminário Rádio Universitária, 2000, Unesp, Bauru.

periodicidade da programação. Para Moraes Dias[2], a emissora universitária não pode ser mero espaço laboratorial. Projetos de alunos devem ser discutidos pelos setores da própria rádio, em conformidade com o interesse do público que ela atinge.

No caso da Unesp FM, segundo Murilo César Soares, a programação é pensada para uma audiência mais ampla. Ela seria indiferenciada durante o dia, e segmentada à noite. Já vimos que a programação diurna da emissora é constituída basicamente por uma seleção musical, permeada por curtos boletins informativos. Na programação noturna, predomina o que Soares chama de "programas produzidos", que são aqueles que envolvem pesquisa bibliográfica ou fonográfica, entrevistas e que têm uma redação específica. São concebidos para atender a segmentos específicos da audiência: quem gosta de blues, história da música, música contemporânea. Além desses, há ainda os chamados programas de conhecimento, que são os de jornalismo científico, de psicologia, entrevistas, entre outros.

> *"Com essa estrutura de programação, nós conseguimos competir com as emissoras comerciais privadas durante o dia, especialmente em regiões da cidade predominantemente de classe média".*[3]

Ou seja, com a seleção musical diurna, é possível competir com as emissoras comerciais, disputando, principalmente, aquele público interessado num determinado tipo de música percebida como "de qualidade". Para Soares, a música em si mesma já é informação, por isso ele entende a programação

---

[2] Idem.
[3] Idem.

musical como a criação de um ambiente sonoro, que é portador de uma proposta cultural. A oferta de certos gêneros e de certas obras aos ouvintes contribuiria para a formação do gosto. A música popular é destacada como forma de arte que contribui para a construção de uma identidade nacional. Por isso, o primeiro critério da programação musical da Unesp FM seria a prioridade para a música brasileira, popular ou erudita.

Programas específicos, que diferenciam a programação da Unesp FM enquanto emissora universitária, são veiculados em horários menos nobres para o rádio, mas em que podem atingir um público igualmente específico, que se disponha a sintonizar a emissora apenas em função do programa de seu interesse.

Mas por que, afinal de contas, essa preocupação em disputar a audiência com as emissoras comerciais durante o dia? Por que a Unesp FM não aposta na segmentação também em sua programação diurna? Soares sabe que a opção por um público segmentado tem dado bons frutos em emissoras localizadas em grandes cidades, mas aponta a inviabilidade de tal estratégia no interior, sem deixar de reconhecer as conseqüências negativas dessa inviabilidade.

> *"No interior, a aposta nas tendências da moda, ditadas pela indústria, é muito forte, como caminho mais seguro para garantir a audiência. O resultado é um círculo vicioso: o ouvinte se acostuma a certos gêneros de música que tocam no rádio e esse gosto incita a emissora a não se renovar".*[4]

[4] Idem.

Sem se voltar para um público segmentado, o que de fato não existe no restrito universo de uma cidade de 300 mil habitantes, a Unesp FM buscaria a mesma audiência das emissoras comerciais, mas oferecendo um mínimo de renovação e experimentalismo que as comerciais não podem oferecer, sob o risco de perder ouvintes preciosos. Se a segmentação existe de uma maneira mais marcante na emissora universitária, é dentro de sua própria programação, como temos visto até agora, de uma forma que poderíamos denominar "segmentação vertical", em oposição à "segmentação horizontal" que existe nas grandes cidades, onde cada emissora pode se dar o luxo de atender a um segmento específico do público. Temos, em São Paulo, por exemplo, emissoras especializadas em música erudita, outras especializadas em rock e algumas, em jornalismo. O que propomos definir como segmentação vertical se dá, no exemplo da Unesp FM, com essa mesma variedade de programas na grade de uma única emissora, buscando os públicos mais diversos, segmentados pelas faixas de horário.

Soares entende, também, que o programete tem sido um formato estratégico para a emissora. Para o então diretor da Unesp FM, o programete atinge o ouvinte sem exigir dele uma atitude prévia, ao contrário dos programas produzidos veiculados à noite.

> *"É assim que concebemos o 'Nossa Terra, nossa música', 'Viva Melhor', 'Poesia e Prosa'. Ou seja, ao invés de um programa longo sobre saúde, que poderia afastar ouvintes mais interessados em fundo musical, oferecemos um programete rápido com as informações essenciais. Esse programete pode ser reapresentado em rodízio, aumentando as chances de ser ouvido".*[5]

[5] Idem.

As entrevistas com produtores e a palestra do diretor da Unesp FM revelam uma concepção básica de rádio universitário que tem um papel eminentemente cultural a desempenhar. Ou seja, seria missão da Unesp FM difundir uma cultura que promova a identidade nacional. Existe a percepção de que esse "cultural" é educativo num certo sentido, mas é claro que a Unesp FM não seria uma emissora educativa naquela concepção de educação planejada, sistemática, seriada e com avaliação de aprendizagem.

Fundamental é a idéia de que o rádio universitário tem uma função a cumprir na extensão universitária. Para Soares, esse seria o papel primordial. Como veículo de extensão, o rádio tanto presta serviço à comunidade como difunde valores e conhecimentos produzidos no meio acadêmico. Mas ele também enfatizou que não há uma fórmula fixa para definir o que é rádio universitária. Em sua opinião, uma rádio universitária é um trabalho coletivo e o resultado, afinal, representa um pouco do pensamento e da ação de cada uma das pessoas que atuam e da interação com os ouvintes.

4.4. Cultura e extensão: os papéis do rádio universitário

Legislação específica não é, portanto, a única carência do rádio universitário. A própria conceituação do que é o rádio universitário vai pouco além de estabelecer que é aquele vinculado a instituições de ensino superior. O único trabalho realizado no sentido de inventariar e sistematizar as concepções

de rádio universitário no Brasil do qual temos conhecimento é a dissertação de mestrado do professor Carlos Eduardo Moraes Dias, apresentada à Escola de Comunicação e Artes da USP em 1993.

O autor não se amparou em uma bibliografia específica para chegar a conceituações teóricas. Ele procurou extrair concepções dos próprios envolvidos no processo de produção das rádios universitárias paulistas, seu objeto de estudo. Dias conclui que a rádio universitária deveria ser difusora de aspectos culturais; e, como instrumento permanente de interação social, deveria viabilizar intercâmbios de sistemas alternativos[6]. Vale ressaltar que, em nenhum momento, Moraes Dias submete a programação das duas rádios estudadas, USP e Unesp, à análise, uma vez que não era o escopo de sua pesquisa. Entendemos, portanto, que para ir além do ponto em que ele parou, é preciso verificar se tais concepções existem apenas na cabeça dos produtores ou se elas de fato orientam a programação dos veículos a que dizem respeito.

Entre as concepções coletadas pelo autor, destacamos a de Marlene Blois, coordenadora da Fundação Roquette Pinto/MEC:

> *Marlene Blois afirma que a rádio universitária deveria ser o espaço de discussão dos problemas da comunidade a que ela abrange, isto é, ser um instrumento permanente de interação.*[7]

Em artigo intitulado "Rádios e as TVs universitárias: uma proposta em discussão", Blois encaixava a questão no problema da extensão universitária. Como já vimos, a autora critica o caráter elitista dos cursos de

---

[6] DIAS, C. M., op. cit., p. 117.
[7] Ibid, 117.

extensão, por se voltarem a um público que já freqüenta o meio universitário. O caminho que a autora aponta é o da intercomunicação prática, "que gera a crítica que constrói e faz crescer". Tal intercomunicação deve ser exercitada não só com os setores externos com os quais a instituição se relaciona, mas entre as próprias unidades acadêmicas. E a existência de veículos como rádio e televisão pode viabilizar plenamente a extensão universitária.

O desafio de se fixar o papel do rádio universitário, no entanto, torna-se maior frente às novas tecnologias, cujo potencial ilimitado, e ainda incipientemente explorado, faz o rádio parecer uma relíquia arqueológica da história da comunicação. É claro que não se pode esquecer exemplos como o da rádio Sutatenza, da Colômbia, que alfabetizou mais de 100 mil pessoas, a maioria indígenas e camponeses[8]. Mas, com a possibilidade de se utilizar veículos de comunicação que permitem a interatividade, o maior diferencial das novas tecnologias, fica evidente que o rádio não será mais o meio de comunicação mais adequado para fins educativos no sentido estrito.

Cabe-lhe, nesse contexto novo, um papel mais cultural do que educativo, portanto. A Unesp FM faz essa opção apostando na listagem musical, mas como contraponto ao sistema comercial de radiodifusão, dando espaço para a MPB, a música clássica e a música contemporânea, entre outras. Voltamos, por um momento, ao argumento integrado de que o homem que sai assobiando uma melodia de Beethoven teve, pelo menos, um contato com a

[8] NISKIER, op. cit., p. 231.

obra, ainda que não tenha experimentado uma fruição plena*. Mas o que a emissora busca, conforme pudemos concluir a partir das entrevistas com os produtores e a partir da palestra do seu diretor, é menos conquistar novos adeptos de determinados gêneros do que disponibilizar esses gêneros àqueles que já são adeptos.

A favor também desse papel cultural, temos o interesse do público universitário, como vimos na primeira pesquisa de audiência. Se, de forma geral, a programação musical define a audiência da Unesp FM, o público universitário, em particular, aponta como tema de interesse a cultura, que podemos deduzir não só como cultura associada à música, mas também ligada a uma série de gêneros artísticos, passando pelo cinema, literatura e teatro. Temas esses que configuram uma programação cultural, segundo Moraes Dias[9].

Chegamos, portanto, ao que julgamos ser um dos papéis centrais assumidos pela Unesp FM: tornar disponíveis produtos culturais que não encontram outros canais de expressão. Aliada à identificação do público universitário com a proposta da emissora, essa característica será fundamental para a definição de uma concepção de rádio universitário praticada pela Unesp FM.

---

* Segundo Lazarsfeld e Merton, algumas pesquisas demonstraram que os programas radiofônicos de música clássica tendem mais a preservar do que criar um interesse por este tipo de música e que os novos centros de interesse são, via de regra, superficiais. "Aqueles poucos cujo interesse foi despertado pelos novos programas, são conquistados por composições melódicas e passam a pensar em música clássica apenas em termos de Tchaikowsky, Rimsky-Korsakov ou Dvorak".(LAZARSFELD & MERTON, Comunicação e indústria cultural, p. 246.)

[9] Seminário Rádio Universitária, outubro de 2000.

4.5. Viva Melhor: uma fórmula de extensão

É hora, inclusive, de tecermos algumas considerações com relação ao programa Viva Melhor. Tratamos com especial atenção essa proposta por entender que ela atende a três funções muito caras ao rádio universitário, a saber:

- A prestação de serviços, importante não só pela função social à qual a universidade pública deve se ater, mas também por se estabelecer vínculos com a comunidade, a partir do momento em que a emissora é vista como fonte de informações úteis;
- A extensão universitária, levando, de forma simples e didática, o conhecimento produzido na academia* à população, conhecimento este com importante aplicação prática no cotidiano, fazendo com que a população reconheça a importância da universidade pública;
- O apoio ao ensino e à pesquisa dentro da própria universidade, uma vez que projetos como o Viva Melhor podem ser produzidos por estudantes, tanto dos cursos de graduação como de pós-graduação, com finalidades experimentais e de pesquisa.

unesp

O Viva Melhor era produzido, na época em que foi feita a pesquisa de audiência, por uma colaboradora da Unesp FM, a jornalista Michelle Freires. O potencial que esse tipo de programa possui é evidentemente grande. Basta atentar para o fato de que todos os ouvintes entrevistados que o conhecem o aprovam. O dado negativo é o fato de o programa ser pouco conhecido. Apesar disso, a pesquisa também mostrou que é grande o interesse por iniciativas desse tipo e que a população está preocupada com uma série de temas e tem interesse em se informar.

A fórmula do programete, adotada para o Viva Melhor e outros programas, como o Poesia e Prosa, consiste em produzir pequenos textos, com duração de no máximo 5 minutos, para serem veiculados nos intervalos da programação. Com isso, o programa não afasta os ouvintes interessados em música. Além disso, distribuído ao longo de toda a programação diurna, tem maiores chances de atingir uma ampla faixa da audiência, principalmente porque esse é o período em que o rádio é mais ouvido. Por se tratar de um programa novo, é natural que Viva Melhor seja pouco conhecido da população. O desconhecimento é um problema que afeta a audiência da Unesp como um todo, conforme mostrou a pesquisa: 62% dos ouvintes entrevistados em quatro bairros de Bauru não conhecem a emissora. A princípio, esse seria um duro golpe em qualquer projeto de extensão universitária pelo rádio, já que seus ouvintes praticamente se resumem aos próprios universitários. O problema, aliás, não é exclusivo da Unesp, como relata Marlene Blois:

---

* Não necessariamente pela Unesp.

> *"É importante que se discuta a real dimensão da função Extensão. Em sua oferta, por exemplo, dos `cursos de extensão', o que se tem constatado, em geral, é o seu caráter elitista (ou muito próximo a), uma vez que se voltam para os que já freqüentam o circuito universitário; ou quando a escola de 3°. grau se digna a abrir as portas para receber outros segmentos da sociedade como se ela se constituísse em fonte única e última do saber. A intercomunicação – que gera a crítica que constrói e faz crescer – precisa ser prática, exercitada na relação interna das unidades acadêmicas, como dos setores externos onde se buscam parceiros."*[10]

Para piorar a situação, muito pouco se sabe sobre a percepção que o público tem das emissoras universitárias, ou mesmo qual o perfil desse público. Isso só seria possível por meio de pesquisas, mas, como diz Moraes Dias[11], isso é justamente o que as rádios universitárias não fazem: pesquisa de audiência. E não o fazem muitas vezes por falta de recursos. Marlene Blois afirma que, em 1991, não existia nenhum estudo detalhado da programação que estava sendo veiculada pelas rádios ou TVs universitárias. De seu conhecimento, apenas a UFRGS publicou, em 1981, uma pesquisa de audiência e opinião intitulada "Cultura e Educação – o papel da rádio da UFRGS". Daí, a autora conclui que:

> *"A julgar pelo caráter extremamente eletivo que a própria programação da rádio da universidade impõe à sua audiência, o processamento de uma integração ideal desta com o público pode ser encarado como `assistemático', deficiente, mas fatualmente não existe ou tem sua realização efetivada com um número pequeno de ouvintes".*[12]

Podemos dizer que boa parte da audiência da Unesp FM, de fato, é assistemática, como diz Blois. Ou seja, são ouvintes que apenas percorrem o dial em busca de música, mas não se prendem a programas

---

[10] BLOIS, M. Rádios e as TVs universitárias: uma proposta em discussão. In: FERNANDES, F. A. M. & BARROS, L. M. (orgs). **Comunicação e solidariedade,** p. 108.
[11] DIAS, C.M. - Seminário Rádio Universitária, 2000, Unesp, Bauru.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

específicos. Se a audiência é assistemática, não se pode esperar que o ouvinte vá sintonizar programas específicos. A melhor forma de levar-lhe informação, portanto, seria diluí-la na programação musical.

Em favor da Unesp FM se pode dizer que ela adota o caminho certo ao promover pesquisas de audiência, ainda que limitadas, uma vez que são aplicadas por pequenas equipes de estagiários em um universo reduzido. Pelas pesquisas, pode-se perceber que sua audiência não é tão pequena, mas, por outro lado, é claramente elitizada, do ponto de vista da escolaridade. Estamos inegavelmente diante da contradição do rádio universitário: a intenção de levar conhecimento, frente a um ouvinte que já o possui acima da média da população.

---

[12] BLOIS, M. op. cit, p. 111.

5 Conclusão

Como mencionamos desde o início desta dissertação, a discussão sobre o rádio universitário passa inevitavelmente pelo questionamento de seu caráter elitista. O fato de optar pela música erudita alimenta essa crítica. E se o público é de elite, ou seja, já possui um nível de escolaridade elevado, não haveria muito sentido no papel educativo ou de extensão do rádio universitário. Tal argumento já levou a questionamentos como "o rádio educativo educa?", mote de um projeto de conclusão do curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, defendido em 1994 na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp. Acreditamos ter trazido elementos novos para o debate, que permitam ir além da crítica ao elitismo.

Já mencionamos o risco de não se levar em conta que, ao falar em povo e elite, não estamos falando de grupos homogêneos do ponto de vista cultural. As classes oprimidas nem sempre se identificarão com uma cultura do povo e a elite nem sempre se identificará com uma cultura erudita. Evidentemente, o problema do rádio universitário brasileiro não se limita e fazer uma opção ou pela cultura do povo, ou pela cultura de elite, muito embora o fascínio exercido pela cultura erudita possa seduzir até mesmo os intelectuais mais imbuídos de boas intenções. Alfredo Bosi, que se coloca a favor de uma atenção maior à cultura do povo, assume uma posição aristocrática ao lamentar o "desaparecimento de um certo tipo de formação letrada clássica", ou seja, o desaparecimento do aprendizado do Grego, Latim, Filologia Clássica e Vernácula, Francês e Direito Romano. Bosi, na verdade, lamenta que a cultura

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

erudita tenha se tornado menos erudita, como se a formação humanista clássica fosse superior a quaisquer outras. E, nesta concepção, o povo seria apenas o objeto de estudo dessa cultura, cujo projeto educacional deveria promover um "dobrar-se atento à vida e à expressão do povo"[1].

É claro que a cultura do povo requer atenção por parte das emissoras universitárias, mas cabe, também, entre as responsabilidades desta dissertação, lançar um alerta: em que medida a veiculação da cultura do povo dentro de uma estrutura elitizada – pois inevitavelmente elitizado é o meio acadêmico em um país marcado por uma estrutura de ensino antidemocrática, como bem destaca Lúcia Santaella – não significa a subordinação dessa cultura, agora apadrinhada e tratada com benevolência e quase magnanimidade, à cultura de elite?

Rejeitando uma concepção redentora da cultura do povo, entendemos que não cabe à Unesp FM assumir um caráter popular. A cultura do povo deve estar presente como uma das alternativas em um veículo que assume o pluralismo como objetivo. E nesse sentido já assumiu um papel importante, ao fazer com que outras emissoras da cidade dessem mais atenção à música brasileira, como já vimos.

Fazer a crítica ao elitismo do rádio universitário é, em essência, criticar o elitismo da nossa estrutura de ensino e, indo mais longe, a própria desigualdade vigente na sociedade brasileira, se aprendemos a lição de Lúcia Santaella. Fruto dessa sociedade, o cidadão "médio" provavelmente optará por um produto mais facilmente assimilável do que a música de Beethoven.

[1] BOSI, A., op. cit., p. 341.

unesp

Ademais, cumpre dizer que os meios de comunicação de massa, em geral, não oferecem à população a possibilidade de contato com a música de Beethoven. Eles são homogeneizadores, como já diziam os "apocalípticos", e, como tais, impõem às pessoas certos padrões de gosto. Diversidade e pluralismo são conceitos ausentes, por exemplo, do cotidiano das rádios comerciais. Assim, é inegável que a Unesp FM, única emissora que não pertence ao sistema comercial de radiodifusão em Bauru*, representa um contraponto e tem uma responsabilidade.

O que talvez falte à Unesp FM é uma estrutura que lhe permita estabelecer um vínculo com a comunidade, um caminho que pode dar bons resultados em cidades não muito populosas**. Se ela ainda não pôde fazê-lo, pelo menos está no rumo certo ao promover pesquisas de audiência, ainda que setorizadas, para conhecer melhor o seu público e saber o que ele espera de uma emissora universitária.

E aqui acreditamos ter chegado a uma questão central para esta dissertação. A conclusão à qual as pesquisas de audiência nos permitiram chegar foi a de que o perfil do ouvinte da Unesp FM é o de alguém que já passou, está passando ou pode vir a passar pelos bancos acadêmicos, isto é, pessoas com curso superior completo, ou que estão cursando uma faculdade,

---

* Até o momento em que realizamos nosso estudo. Recentemente, entrou em operação a rádio universitária da Universidade do Sagrado Coração.

** Ainda que enfatizemos a questão do vínculo com a comunidade, é importante deixar claro que o rádio universitário não se confunde com o rádio comunitário. Este, como vimos, nasce no seio da própria comunidade no intuito de servi-la, de "dar oportunidade à difusão de idéias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade", além de "oferecer mecanismos à formação e integração da comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social", como já definimos no capítulo primeiro. O rádio universitário tem um compromisso, antes de mais nada, com a difusão do conhecimento produzido na universidade. E o vínculo com a comunidade se faz necessário para que esse conhecimento seja democratizado.

unesp

ou mesmo que completaram o segundo grau e, portanto, estão habilitadas a ingressar no ensino superior. Assim, o público da Unesp FM identifica-se com uma rádio supostamente feita para universitários. Isso nos leva mais uma vez à crítica de Marlene Blois: qual o sentido de promover uma extensão universitária, por meio do rádio, a quem já freqüenta o circuito universitário? Não pretendemos nos furtar à crítica, até porque a consideramos pertinente, mas, por ora, há outras considerações que precisam ser feitas.

Outra conclusão possibilitada pela pesquisa é que esse perfil de ouvinte da Unesp FM se identifica com uma proposta cultural. Não apenas no que diz respeito à programação musical, mas também ao conteúdo informativo. O tema "cultura" foi citado pela maioria dos entrevistados como o preferido, à frente de política, esportes, economia, saúde, ciências e outros. Podemos supor, como diz Moraes Dias[2], que cultura englobe informações sobre cinema, teatro, literatura e outras manifestações artísticas. Do ponto de vista das preferências da audiência, portanto, estaria legitimada uma proposta de rádio cultural.

Se Moraes Dias aponta como problema fundamental das emissoras universitárias o desconhecimento em relação ao seu público, demos um passo no sentido de superar esse problema. Sabemos, portanto, que o público da Unesp FM tem um perfil universitário. Presumivelmente, esse público vê na emissora uma proposta de rádio "de" universitários "para" universitários. Talvez o que melhor defina o rádio universitário seja, portanto, a presença do universitário na emissora. Não se trata, é claro, de transformar a Unesp FM num laboratório. Concordamos com Moraes Dias quando ele afirma que não é papel

[2] Seminário Rádio Universitária, outubro de 2000.

do rádio universitário servir de espaço laboratorial*. Mas é imprescindível que a emissora tenha uma interação profunda com a comunidade acadêmica, e ninguém melhor para promover essa interação do que os próprios estudantes, além, é claro, de docentes e pesquisadores.

É evidente que a rádio depende, para seu funcionamento, de um corpo técnico profissional. Contudo, acreditamos que não cabe exclusivamente a esses profissionais definir o perfil da emissora, uma vez que eles não possuem vínculo direto com a produção científica e com as atividades de ensino e pesquisa. Não havendo essa integração profunda com a comunidade acadêmica, a emissora corre o risco de se acomodar às próprias fórmulas, assim como o sistema comercial se acomoda às fórmulas ditadas pela indústria cultural. E o ecletismo da Unesp FM acabaria exercendo a função de mascarar a falta de um projeto consistente**. Assim, ainda que a proposta de uma rádio cultural tenha uma resposta positiva por parte do público, por si só ela é insuficiente para justificar o investimento do dinheiro público em uma emissora vinculada a uma universidade. Qualquer instituição e até mesmo a iniciativa privada podem implementar projetos de rádio cultural.

O que a Unesp FM tem feito de realmente diferenciado em relação às emissoras comerciais é disponibilizar para o conjunto da audiência estilos, gêneros e temas banidos do sistema comercial. E, ao fazê-lo, rompe com paradigmas da cultura de massa. A segmentação proposta pela emissora

---

* Até porque, vale lembrar, os cursos de Jornalismo e Rádio e TV da Unesp já dispõe de espaços laboratoriais.

** Lembrando que no capítulo 2 mencionamos que o ecletismo dificulta a distinção de um projeto cultural particular.

unesp

promove uma "desmassificação" da audiência. Ou seja, em vez de impor padrões, buscar a homogeneização, explorar o senso comum, ela reconhece a heterogeneidade da sociedade, e a fragmenta em grupos por interesses. As pesquisas também revelam essa faceta da audiência da Unesp FM. Esses grupos relativamente homogêneos de que falamos, são os dos amantes do jazz, o dos amantes da música contemporânea, do blues, da música erudita, do rap.

Uma vez que consiga atrair o ouvinte para esse ambiente musical, em que impera a diversidade, o rádio pode desempenhar seu papel de veículo de extensão, e aí sim, justificar sua existência. A Unesp FM tem consciência disso e buscou formatos que lhe permitam cumprir essa função. Por isso destacamos o programa Viva Melhor, alternativa encontrada para veicular conteúdos informativos sem abrir mão do entretenimento. Com iniciativas desse tipo, a Unesp FM consegue atender às funções que julgamos essenciais a uma emissora universitária, além da própria extensão: a prestação de serviços e o apoio à pesquisa e à produção científica.

Como veículo cultural, o rádio universitário pode ainda atender a segmentos do público que não são contemplados em seus interesses pelo sistema privado de radiodifusão. Dessa forma, a Unesp FM vem colocando em prática um conceito que, segundo Moraes Dias, vem se aplicando a muitas emissoras educativas nos últimos dez anos, que é o "infotenimento", um misto de informação e entretenimento[3]. E com isso, ela constrói a concepção de uma emissora que pode se inserir em um projeto maior de educação, mas sempre

[3] Seminário Rádio Universitário, outubro de 2000.

num sentido amplo, devolvendo à sociedade, na qual atua democraticamente, pela sua segmentação, parte do investimento que se faz no ensino público.

Contra o rádio universitário sempre se poderão brandir as pesquisas de audiência. Essa é a contradição inevitável dessa modalidade de radiodifusão. Ao mesmo tempo em que busca cumprir uma função social, depara-se com baixos índices de audiência, que só melhoram entre as camadas de mais elevada escolaridade. O que se pode dizer em favor das emissoras universitárias é que elas só são possíveis enquanto propostas diferenciadas de mídia por não estarem sujeitas à ditadura dos índices de audiência. Na medida em que se sintam tentadas a perseguir índices maiores, correm o risco de traçar o mesmo caminho que as emissoras comerciais, indo ao encontro do "gosto" da audiência e deixando de agir de forma compensatória em relação à indústria cultural, que é quem, em verdade, forja esse mesmo gosto.

Segundo Moraes Dias[4], há autores que defendem que a emissora universitária deve difundir o marketing da universidade, ser a porta-voz da instituição. Outros entendem que, como segmento do rádio educativo, deve estar atrelada à divulgação das produções culturais e científicas da universidade. Haveria, ainda, autores para os quais as emissoras devem ser maleáveis, respeitando a regionalização e a comunidade na qual estão inseridas, e outros que acreditam no rádio universitário como contraponto ao rádio educativo, ao sistema educativo formal, constituindo-se num espaço de discussão e reflexão social, e abrindo espaço para projetos significativos dentro da universidade. Como vimos, cada emissora constrói sua concepção de rádio

[4] Idem.

unesp

universitário. O que nos parece necessário é que essa construção seja embasada em um projeto consistente. E é a inexistência de um projeto o verdadeiro problema do rádio universitário, e não o elitismo em si. Há que se estabelecer com clareza a missão e os parâmetros de atuação de uma emissora universitária, para que não seja relegado aos produtores e programadores o papel de traçar o seu perfil apenas com base no próprio gosto musical.

Além disso, um projeto de rádio universitário, qualquer que seja, não será coerente se não estiver aberto à participação dos universitários. É bem verdade que há emissoras em que não se verifica uma presença significativa do universitário na definição de sua programação, na elaboração de programas ou em qualquer outra forma de participação. É o caso da Rádio USP, que, em outro aspecto, o de contraponto ao sistema comercial de radiodifusão, se assemelha bastante à Unesp FM. Como vimos, ambas não estão sujeitas às pressões de um departamento comercial. Isso as torna relativamente livres para inovações e experimentações. Ambas prestigiam a música erudita e a música popular brasileira.

Mas se um dos objetivos básicos do rádio universitário é estabelecer a ponte entre a universidade e a comunidade externa, qual o sentido em manter uma emissora da qual a comunidade acadêmica não participa e, conseqüentemente, pela qual não se expressa? A Rádio USP, na verdade, ilustra essa carência de um projeto definido. Ela nasce como um "vitrolão" no final dos anos 70 e só nos anos 80 busca definir sua identidade, segundo Lígia

Trigo, diretora da rádio[5]. Mas o faz basicamente cedendo espaço a projetos independentes. O verdadeiro diferencial na época se dá com a implantação de um departamento de jornalismo, ainda nos anos 80, o que era incomum para uma emissora FM.

A Unesp FM segue uma trajetória diferente na medida em que cede algum espaço ao universitário. Como já dissemos, na época em que desenvolvemos nossa dissertação, a Unesp FM contava com 22 estagiários, inclusive produzindo programas específicos, como o boletim Ciência em Notícias e o programa Som das Ruas. Essa participação dos estudantes pode garantir a renovação da programação e deve ser considerada uma das condições necessárias, juntamente com a participação de docentes e pesquisadores, para fazer com que a emissora corresponda à percepção de seu público, de uma rádio "de" universitários "para" universitários, e com isso tornar o rádio universitário mais do que um critério de concessão e a emissora da Unesp mais do que um exemplo de programação de qualidade.

[5] Seminário Rádio Universitária, outubro de 2000.

unesp

6 Bibliografia

BELTRÃO L. & QUIRINO, N. de O. *Subsídios para uma teoria da comunicação de massa.* São Paulo: Summus, 1986.

BOSI, A. *Cultura brasileira: temas e situações.* São Paulo: Ed. Ática, 1987.

_____. *Dialética da colonização.* São Paulo: Cia. das Letras, 1992.

BOSI, E. *Cultura de massa e cultura popular: leituras operárias.* Petrópolis: Vozes. 1973.

BURGOS, C. C. Os novos usos do rádio: o cultural e o educativo postos em questão. In: SOARES, I. de O., MOTTA, J. M. (org.) *A Comunicação na Construção da Paz.* São Paulo: Paulinas, s.d.

CAPARELLI, S. *Comunicação de massa sem massa.* São Paulo: Summus, 1980.

CASTRO, J. Consolidação do sistema universitário de rádio, televisão e produtoras. IN: Encontro Nacional de Rádios, TVs e Produtoras Universitárias, 3, 1995, Goiânia.

CHAUÍ, M. Cultura do povo e autoritarismo das elites. In: VALLE, E., QUEIRÓS, J. J. *A cultura do povo.* São Paulo: Cortez & Moraes/Educ, 1979.

_____. *Cultura e democracia:* o discurso competente e outras falas. São Paulo: Cortez, 1990.

COHN, G. *Comunicação e indústria cultural.* São Paulo: Nacional, 1971.

COLI, J. *O que é arte.* São Paulo: Brasiliense, 1983.

COSTELLA, A. *Comunicação: do grito ao satélite.* São Paulo: Mantiqueira, 1984.

DE FLEUR, M. L., BALL-ROKEACH, S. *Teorias da comunicação de massa.* Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

DIAS, C. E. M. *Rádio Educativa:* concepções de rádio universitária. São Paulo, 1993. 122p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.

ECO, U. *Apocalípticos e integrados.* São Paulo: Perspectiva, 1976.

FERNANDES, F. A. M., BARROS, L. M. (orgs). *Comunicação e solidariedade.* São Paulo: Edições Loyola, 1992.

FREIRE, Paulo. *Educação como prática de liberdade.* 14ª ed., Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

_____. *Extensão ou comunicação?* Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

_____. *Pedagogia do oprimido.* 17ª ed., Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

GOMES, P. G. & SOARES, I. O. *Da formação do senso crítico à educação para a comunicação.* São Paulo: Loyola, 1988.

HARVEY, D. *A condição pós-moderna.* São Paulo: Loyola, 1992.

KUNSCH, M. M. K. *Comunicação e educação: caminhos cruzados.* São Paulo: Loyola/AEC do Brasil, 1986.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

LAZARSFELD, P. F & MERTON, R. *Comunicação e indústria cultural.* São Paulo: ECA, 1971.

LEAL FILHO, L. *Atrás das câmeras:* relações entre cultura, Estado e televisão. São Paulo: Summus, 1998.

LIMA, L. C. *Teoria da cultura de massa.* Rio de Janeiro: Saga, 1969.

MARCONDES FILHO, C. *Televisão: a vida pelo vídeo.* São Paulo: Moderna, 1998.

MCLUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensões do homem.* São Paulo: Cultrix, 1998.

MOREIRA, S. V. *O rádio no Brasil.* Rio de Janeiro: Rio Fundo Ed., 1991.

_____. *Elementos para a criação de oficinas de rádio para comunidades:* a proposta da Rede Uerj de Comunicação Popular. In: Congresso Brasileiro da Comunicação, 24, 2001, Campo Grande.

MORIN, E. *Cultura de massas no século XX.* Volume I – Neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

NISKIER, A. *Educação a distância*: a tecnologia da esperança. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

ORTIZ, R. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

ORTRIWANO, G. S. *A informação no rádio:* os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus, 1985.

_____. (org.). *Radiojornalismo no Brasil:* dez estudos regionais. São Paulo: Com Arte, 1987.

PARADA, M. *Rádio:* 24 horas de jornalismo. São Paulo: Ed. Panda, 2000.

PRADO, E. *Estrutura da informação radiofônica.* São Paulo: Summus, 1989.

REVISTA BRASILEIRA DE TELEDUCAÇÃO, n. 4. Porto Alegre: Associação Brasileira de Teleducação, 1974.

REVISTA COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO, n. 6. São Paulo: USP/Ed. Moderna, mai/go ,1996.

SANTAELLA, L. *(Arte) & (Cultura):* equívocos do elitismo. São Paulo: Cortez, 1982.

SCHAFF, A. *A sociedade informática.* São Paulo: Unesp, 1990.

SOUSA, M. W. de. *Sujeito, o lado oculto do receptor.* São Paulo: Brasiliense, 1995.

SKORNIA, H. J. Passado e futuro do rádio educativo. In: SCHRAMM, W. *Educação pela TV.* Rio de Janeiro: Edições Bloch, 1970.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna.* Petrópolis: Vozes, 1995.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

0810001265