

Implantação da Rádio FM UFMS – diretrizes e reflexões¹

Daniela Cristiane Ota²

Luciano Victor Barros Maluly³

Resumo: Este artigo é fruto do convênio firmado entre os Programas de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul e a Universidade Federal do Rio Grande do Norte por meio do Programa Nacional de Cooperação Acadêmica (PROCAD). A primeira missão foi o oferecimento da disciplina *O tema do Radiojornalismo no contexto brasileiro* pelo professor Luciano Victor Barros Maluly (USP) na UFMS, de 18 a 22 de maio de 2015. O trabalho final resultou na colaboração coletiva dos alunos para o projeto de implantação da Rádio FM UFMS, trabalho coordenado e pesquisado pela professora Daniela Cristiane Ota, que atualmente faz Pós-Doutorado na USP também via PROCAD. A relação entre os projetos dos alunos e o contexto da disciplina permeou às reflexões em torno do conteúdo de uma emissora educativa e universitária. Um dos objetivos é que este trabalho sirva de base para as discussões do Conselho da Rádio FM UFMS, com vistas, principalmente, às diretrizes no planejamento da programação da emissora.

Palavras-chave: Emissoras Educativas e Universitárias. FM UFMS. PROCAD Radiojornalismo no Brasil.

Introdução

Este artigo é uma colaboração dos discentes⁴ do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul para a implantação da emissora educativa da instituição. O principal objetivo foi inserir algumas sugestões para a pauta da primeira reunião do Conselho da FM UFMS, principalmente diante do

¹ Trabalho apresentado no V Colóquio Brasil-Argentina de Ciências da Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora e Pós-Doutoranda em Ciências da Comunicação, ambas pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e professora de radiojornalismo na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. E-mail: daniela.ota@ufms.br

³ Doutor em Ciências da Comunicação e professor de radiojornalismo, ambos na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. E-mail: lumaluly@usp.br

⁴ Mestrandos do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. E-mails: Adamo Antonione Insfran (jor.adamo@hotmail.com); Amanda Brito Sampaio (amandabritoufms@gmail.com); Ariane Cominetti (arianecominetti@gmail.com); Eduardo Perotto Biage (adobiagi@gmail.com), Lairtes Chaves Rodrigues Filho (lairtesc@gmail.com); Marcelo da Silva Pereira (exclamacao@hotmail.com); Moema Guedes Urquiza (moema.urquiza@gmail.com)

planejamento da programação da emissora. Observou-se a aplicabilidade das pesquisas dos discentes, com base nos resultados e interesses, e as possíveis contribuições no debate em torno do conteúdo a ser veiculado nessa rádio educativa (e universitária).

O trabalho desenvolveu-se durante a primeira missão do convênio firmado entre os Programas de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul e a Universidade Federal do Rio Grande do Norte, por meio do Programa Nacional de Cooperação Acadêmica (PROCAD). A primeira etapa foi o oferecimento da disciplina *O tema do Radiojornalismo no contexto brasileiro* pelo professor Luciano Victor Barros Maluly (USP) na UFMS, de 18 a 22 de maio de 2015, com uma carga horária de 30 horas.

O trabalho coletivo contou com a participação de sete alunos, com edição do docente responsável e da professora Daniela Cristiane Ota, que atualmente faz Pós-Doutorado na USP também via PROCAD, com pesquisa relacionada com a implantação dessa emissora educativa. A iniciativa resultou nas comunicações dos alunos em oito frentes (implantação de uma nova emissora educativa e universitária, programação, cultura e radiojornalismo, música, apoio cultural, acessibilidade, participação dos políticos e religião), tendo como base as relações dos temas pesquisados por ambos e a implantação da FM UFMS.

Ariane Comineti, que defendeu a dissertação “Repórter 104: a apresentação da informação noticiosa na emissora educativa de Mato Grosso do Sul”, em 2015, fala um pouco neste trabalho sobre a missão da radiodifusão educativa e universitária, contextualiza brevemente as FM educativas já atuantes em Campo Grande e apresenta sugestões para a implantação da FM UFMS.

A pesquisa de dissertação de Lairtes Chaves aborda a construção da programação radiofônica na fronteira binacional Brasil-Paraguai, principalmente no que se refere à diversidade linguística (português, espanhol, guarani, inglês) nos formatos e a representação das identidades culturais na formação de um espaço sonoro multicultural, sendo esta a base de sua interferência neste texto.

A pesquisa de Moema Guedes Urquiza analisa as relações entre cultura e jornalismo, com ênfase na narrativa sobre a identidade/diferença. A contribuição dela evidencia que, o jornalismo produzido pela FM Educativa, enquanto espaço pedagógico e de produção de saber, pode contribuir para ampliar a compreensão da realidade nesta troca/interação entre sujeitos, com um diálogo onde o Outro é respeitado em sua diferença.

Como fruto do estágio de docência na UFMS, o pesquisador Marcelo da Silva Pereira reflete sobre a programação musical na FM UFMS, e, por abordar em sua dissertação a influência dos políticos-apresentadores, discute aqui a participação de políticos na programação da FM UFMS.

Eduardo Perotto Biagi pesquisa a relação entre a pauta jornalística e a publicidade em revistas de saúde. Sua contribuição é analisar a modalidade de apoio cultural nas rádios educativas.

A pesquisa de Amanda Brito Sampaio analisa os recursos de acessibilidade nos meios de comunicação. Esta contribuição advém da perspectiva de inclusão e participação de grupos especiais na produção e recepção midiática, como os deficientes visuais.

Adamo Antonioni da Silva Insfran procura analisar as Rádios Educativas como estratégia para a promoção do diálogo inter-religioso, numa época em que o fundamentalismo e a intolerância religiosa também se multiplicam.

Este artigo servirá ainda de auxílio para o projeto de implantação da Rádio FM UFMS (e, por conseguinte, do Conselho da emissora), trabalho coordenado e pesquisado pela professora da UFMS, Daniela Cristiane Ota.

Implantação de uma nova emissora educativa e universitária⁵

De acordo com a Portaria interministerial de 15 de abril de 1999, que estabelece a radiodifusão educativa no Brasil, a modalidade tem como objetivo apresentar uma programação exclusivamente educativa e cultural e que atue em conjunto com os sistemas de ensino de qualquer nível ou modalidade. Podem ser tomados por educativo-culturais programas que, além de atuarem conjuntamente com os sistemas, visam à educação básica, superior, permanente e de formação para o trabalho, que abranjam atividades de divulgação cultural, pedagógica, educacional e de orientação profissional. São considerados ainda educativos-culturais programas de caráter recreativo, informativo ou de divulgação desportiva se contiverem elementos instrutivos ou enfoques educativos-culturais.

São diversos os pesquisadores de rádio que defendem uma rádio educativa e/ou pública com informações mais “lapidadas”, aprofundadas e mesmo apresentadas de maneira diferenciada das outras modalidades. Para o radialista e educador, que promoveu a interrelação entre a comunicação e a educação, Sérgio Mattos (2003), pesquisador e ex-diretor geral do Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia – um dos pioneiros do País na

⁵ **Autora:** Ariane Cominetti

educação radiofônica voltada à formação de professores – acredita que é papel das educativas o fornecimento de informações que contribuam para a cidadania, o conhecimento das leis, dos direitos e deveres e dos locais onde obter assistências previdenciária, judiciária e hospitalar e Marlene Blois (2003, p.45), livre docente em Comunicação Social - Televisão e Rádio, radialista e ex-coordenadora de programas educacionais na Rádio MEC e TVE-Rio, acredita que a independência editorial deve nortear o caráter das rádios educativas, que mesmo com a vinculação das emissoras a órgãos nacionais, locais ou privados, a emissora deve manter uma posição ética e isenta, “compromissada com a informação e a formação do público ouvinte, com a construção cotidiana da cidadania de quem a escolhe como meio de comunicação e de informação, de elo com a comunidade próxima ou distante”.

No Brasil, o Ministério das Comunicações contabiliza grande disparidade em relação às rádios comerciais, comunitárias e educativas. Enquanto estão registradas 4.587 comerciais e 4.641 comunitárias, o número de emissoras educativas junto ao Ministério é de apenas 543. A distribuição pelos estados também traz diferenças, tendo Mato Grosso do Sul apenas 12 educativas e consignadas pela União. Na capital Campo Grande, em Frequência Modulada (FM), atualmente, estão em funcionamento a FM UCDB, a Uniderp FM e a 104 FM Rádio MS e em implantação está a rádio da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS).

Caracterizando brevemente as emissoras podemos observar que a 104 FM Rádio MS é gerida por uma fundação ligada diretamente à secretaria de estado de governo, a Fundação Estadual Jornalista Luiz Chagas de Rádio e Televisão Educativa de Mato Grosso do Sul (Fertel) e que as outras três emissoras: UCDB, Uniderp e UFMS estão ligadas a fundações de instituições de ensino superior o que permite sua classificação também como universitárias.

Mais voltadas ao valor pedagógico e experimental da programação, as universitárias são diferenciadas tanto em seu conteúdo quanto em sua forma de utilização. Para Sandra de Deus (2003, p. 2), professora e pesquisadora com projetos sobre a radiodifusão universitária no País, “uma das primeiras características das emissoras universitárias públicas é o reconhecimento da pluralidade cultural através de espaços destinados para diferentes públicos”. Segundo a pesquisadora, as rádios são veículos do saber científico, político, filosófico, cultural e musical produzido dentro da Universidade; são espaços laboratoriais onde os acadêmicos podem desenvolver práticas pautadas pela qualidade e

responsabilidade; são meios de discussão e difusão de conhecimento. Thales Diniz e Suely Maciel (2014), respectivamente discente e docente que analisaram a proposta de programação da rádio da Universidade Estadual Paulista (Unesp), destacam exatamente a extensão universitária e a participação do corpo discente na produção e programação como diferencial entre emissoras educativas e universitárias.

A extensão é um aspecto fundamental das atividades de uma emissora desse tipo porque é através também das atividades extensionistas que a universidade devolve à sociedade tudo aquilo que nela é investido. Já a participação do alunato é um dos requisitos para a constituição verdadeira de uma rádio universitária porque esta deve contribuir para a formação do estudante e, ao mesmo tempo, servir como espaço de inovação, criatividade e produção de novas propostas, as quais, em geral, surgem e se materializam em projetos experimentais dos alunos. É por isso que praticamente todos os regimentos das educativas universitárias, como o da Unesp FM, determinam que as emissoras contribuam com a pesquisa, o ensino e a extensão. (DINIZ e MACIEL, 2014, p. 3)

Deus (2003), Diniz e Maciel (2014) concordam que a falta de um amparo legal especificando a participação dos discentes e a utilização da emissora como espaço laboratorial pode ter resultado na situação atual: emissoras isoladas, formatando as programações que entendem serem as melhores sem uma efetiva definição conjunta.

As rádios universitárias estão reproduzindo o que fazem as rádios comerciais e não estão produzindo conhecimentos novos. Com isso em nada contribuem para a formação de novos profissionais do jornalismo e para a transformação da universidade e da sociedade. (DEUS, 2003, p.4).

Em Campo Grande as duas emissoras universitárias em funcionamento (FM UCDB e Uniderp FM) iniciaram suas atividades seguindo os preceitos acima citados, com programação voltada à participação acadêmica, formatos alternativos e programas educacionais. Mas, ainda que mantenham a participação discente e alguns programas educacionais, já há alguns anos se voltaram mais para a configuração comercial do rádio, com muitos intervalos e formatos já consagrados.

Em implantação, a rádio FM UFMS teve seu canal concedido oficialmente em 2010, mas a assinatura do termo de cessão junto à EBC, exigência que passou a vigorar a partir de 2011⁶ para a radiodifusão exclusivamente educativa, ocorreu em 2013. O documento foi assinado pela Reitora da Universidade, Célia Maria Silva Correa Oliveira, e pelo presidente da EBC, Nelson Breve, e a partir da assinatura a Universidade pôde abrir o processo de licitação dos equipamentos para a rádio.

⁶ A Portaria do Ministério das Comunicações de Nº 420, de 14 de setembro de 2011, exigia dentre os documentos de solicitantes jurídicos de direito público, uma declaração de que as emissoras integrariam a rede EBC. Ela foi revogada pela Portaria de Nº355, de 12 de julho de 2012 que manteve a exigência quando não houver, na mesma localidade, outra emissora que já integre a rede.

Seguindo os preceitos tanto da radiodifusão educativa quanto da particularidade universitária, a emissora da UFMS deve ser pensada como um veículo de definida missão cidadã junto à comunidade, que deve primar pela liberdade editorial, com abertura para a participação não só dos discentes, docentes e servidores, mas também da sociedade em que está inserida. Tal participação deve ser viabilizada por uma estrutura organizacional que contempla os diversos setores interessados, um conselho com representatividades sociais definidas, que seja deliberativo para que as opiniões sejam efetivas.

Quanto à programação, é essencial garantir a característica extensionista da emissora, para que seja mais um canal de repasse à sociedade de todo o conhecimento produzido na Instituição que é fruto do investimento da própria população. É imprescindível também que a FM tenha abertura para projetos experimentais que explorem a ampla diversidade dos formatos e conteúdos radiofônicos, que permitam uma real diferenciação da programação da FM da UFMS das demais emissoras em funcionamento, e que permitam ainda uma formação comunicacional mais completa não só para estudantes dos cursos da área, mas para todos os profissionais em formação e já atuantes que se interessem pelo veículo.

Programação⁷

A Universidade, e logo, a rádio universitária, deve estabelecer estratégias para garantir que seus programas representem o pluralismo e a multiplicidade de vozes, cores, culturas e territórios que compõem não apenas sua comunidade, mas sua missão. As políticas de reconhecimento são essenciais, nesse sentido, para que a grade de programação não fique amarrada à visão homogeneizante do “quem é o sul-mato-grossense”, “quem é o campo-grandense” ou “quem é a UFMS”, mas na visão plural de valorização das diferenças e da riqueza de pessoas que dá vida à pesquisa, à extensão e ao ensino – o “quem somos”.

Não se pode, portanto, restringir a língua, o sotaque, ou mesmo quem pode ou não falar pelas ondas da educativa. O desafio da FM UFMS é permitir que a universidade produza e difunda conhecimento, informação e pluralidade de ideias, identidades e sons; literalmente, as ondas representam a academia saindo de seus muros e chegando às casas de milhares de sul-mato-grossenses, reiterando, ainda mais, seu papel no desenvolvimento do Estado e da vida de seu povo. Todos aparelhos de som transformam as casas em sala de aula, assim como os dispositivos móveis, e os carros equipados com rádio, podem se tornar

⁷ **Autor:** Lairtes Chaves Rodrigues Filho

extensões do ensino. O canal da educativa dá voz à universidade: “meu campi é a cidade”, “toda a cidade são acadêmicos”, “todas as vozes são professores”.

Tais considerações remetem à necessidade de uma universidade e de uma emissora universitária que sejam igualmente multiculturais e multiculturalistas, entendendo este como uma política que rejeite a ideia de uma cultura dominadora homogênea, mas que olhe para cada fragmento formador e heterogêneo das identidades. Adam Kuper (2002, p. 297) evidencia: “O protagonista na luta multicultural não é o trabalhador ou o cidadão, mas sim o ator cultural. As políticas são ditadas pela identidade cultural e tratam do controle da cultura”. Na universidade e da FM UFMS, o ouvinte-produtor, o aluno e a comunidade devem ser entendidos como atores culturais, transformadores e representantes de suas próprias identidades.

Sabe-se, que desde sua criação em 1979, a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul tem como missão “promover a formação integral e permanente dos cidadãos, preparando-os para que possam intervir e atuar com dinamismo no processo de desenvolvimento local, regional, nacional e internacional”⁸. Destaque-se que é promover a formação do cidadão, e não do aluno ou do acadêmico. Seus 11 câmpus estão nos quatro cantos do Estado, e logo, estão em contato com as comunidades e colônias tradicionais, originárias de migrações gaúcha, japonesa, libanesa, italiana, paulista, nordestina, paraguaia, boliviana, etc.

De fato, a universidade está em contato direto com as fronteiras binacionais Brasil-Paraguai (no câmpus de Ponta Porã) e Brasil-Bolívia (no câmpus de Corumbá). As políticas internacionais que tentam há anos pensar uma integração sul e latino-americana são muito posteriores aos arranjos que a comunidade fronteiriça faz desde os primórdios das trocas no povoamento e eventual conturbação de suas cidades. Esses contatos com as regiões fronteiriças, com a população do campo, indígena e de migrantes forma, sobremaneira, a universitária, que é multicultural e ao mesmo tempo comunitária, e ensina ao gestor público e ao produtor de cultural que não se pode falar em integração entre nações apenas no âmbito de acordos. Segundo Canclini:

A expressão multicultural de cada sociedade, e da América Latina, requer uma ecologia mais ampla que o mercado. [...] Trata-se de acentuar a construção cultural da cidadania e aquilo que a cultura tem de elaboração simbólica. Precisamos de políticas culturais – no plural – que potencializem nosso rendimento internacional e também atendam a artistas e escritores, criadores populares, que renovam as linguagens e os modos de perceber, a exploração de comunicações inéditas nas indústrias culturais e nas tecnologias avançadas, e, simultaneamente, a formação de novos públicos. (CANCLINI, 2008a, p. 106)

⁸ CONSELHO UNIVERSITÁRIO DA UFMS. Plano de Desenvolvimento Institucional (2011-2014).

As músicas precisam ser igualmente representativas, e não considerar preconceitos ou limitações na emissão, evitando o tradicional elitismo na produção cultural que certos setores da indústria cultural insistem em impor, subestimando a cultura popular. Do erudito ao folclórico, do *mainstream* à produção autoral e experimental local – tudo deve ser ouvido, toda cultura representativa das identidades culturais e dos sujeitos precisam ser considerados. A limitação de tal proposta seria não apenas omissão, mas um silenciamento sistemático do “ser” e do “outro” como bem-vindos no espaço da emissora.

É fato que as emissoras de rádio universitárias tradicionalmente pensam em si mesmas como o lugar onde são feitas e tocadas novas músicas. Durante as décadas de 1980 e 1990, algumas das maiores bandas de rock, como o U2, REM, The Police, Talking Heads e INXS, surgiram no cenário musical das faculdades. (HAUSMAN, C. et alli., 2010, p. 422)

Historicamente as emissoras de universidades constituem vanguarda e ‘medidor’ de boa música, pela diversidade de sons. Carl Hausman (2010) aponta que nos Estados Unidos, os programadores musicais das FM universitárias compartilhavam as novidades, principalmente das bandas de garagens e alternativas, e faziam circular entre alunos de leste a oeste do país. No caso da UFMS, a valorização da música autoral local permeia o desenvolvimento tanto da instituição quanto do Estado. Todos os anos a instituição organiza o Festival Universitário da Canção (FUC) que premia e dá espaço para a criação sonora dos alunos. Tal evento pode ser transmitido pela rádio, como também ser transformado como uma política permanente na construção musical da emissora, de modo a compor o tradicional, com o novo; o protagonismo da criação artística da e na universidade.

A gestão da programação multicultural deve considerar que alunos, docentes e membros externos da comunidade têm origens, línguas e conhecimentos (tradicionais e científicos) diferentes e igualmente importantes, que precisam ser falados e ouvidos. É necessário inserir vozes e programas que signifiquem os intercâmbios, cooperações internacionais, que divulguem a produção científica e permitam que as comunidades falem, onde comumente seriam tratadas apenas como ouvintes – mesmo que em suas línguas de origem. Alunos africanos poderiam fazer produtos em seus idiomas e falar sobre sua terra natal e as diferenças com a nova residência, de outros estados poderiam falar para reiterar seus sotaques, todos poderiam ensinar suas histórias, formações.

Daí a importância do Conselho Gestor ser igualmente diverso e multicultural, com participação democrática: mais que dar voz às múltiplas identidades, deve garantir que a universidade esteja, com sua missão e pluralidade, onde quer que as ondas radiofônicas

alcancem – não ser igual e limitada como os as emissoras comerciais, mas aberta e com vozes que comumente o ouvinte-aluno-cidadão não poderia conhecer em outros espaços.

Cultura e o radiojornalismo⁹

A interatividade, o diálogo, a integração e a própria vocação para a qual nasceu o rádio – “para permitir a interação entre os homens” (FREDERICO, 2007, p. 220) – são características primordiais do mesmo, a partir do olhar reflexivo de Bertolt Brecht no início do século passado. Na perspectiva de uma rádio educativa, tais características ou condições talvez sejam ainda mais essenciais. Entretanto, não há como pensar o diálogo na comunicação, a integração, a troca, o protagonismo de comunidades e sujeitos anônimos que povoam o cotidiano do fazer jornalístico sem considerar as relações sociais, os conflitos existentes entre as dinâmicas culturais, as múltiplas identidades desses sujeitos.

A partir da compreensão de que cultura é um conceito historicamente construído, o antropólogo Roque Laraia (2009, p. 101), professor e pesquisador da UnB, lembra que “cada sistema cultural está sempre em mudança”, ou seja, trata-se de uma realidade dinâmica, em constante processo de ressignificação. Não carregamos a cultura como um conjunto de “apetrechos” que se pode descarregar a qualquer momento. Somos seres encharcados de cultura, mas não de maneira estática. Da mesma forma, os processos identitários são igualmente dinâmicos e baseados em contextos sociais e relacionais. O professor Tomaz Tadeu da Silva (2000), da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, afirma que:

a identidade e a diferença têm que ser ativamente produzidas. Elas não são criaturas do mundo natural ou de um mundo transcendental, mas do mundo cultural e social. Somos nós que as fabricamos, no contexto de relações culturais e sociais. A identidade e a diferença são criações sociais e culturais. (SILVA, 2000, p. 76)

Neste contexto, como uma rádio educativa considera a identidade e a diferença? Como o Outro¹⁰ pode ser, de fato, partícipe deste diálogo / troca / interação? Há espaço para acolher / respeitar / considerar este Outro em sua diferença?

No exercício cotidiano do fazer jornalístico numa rádio educativa, apenas o cuidado por ouvir “o outro lado” na construção de uma notícia pode não ser suficiente para, por exemplo, a produção de um radiojornalismo autoral, que leve o sujeito/ouvinte a ampliar

⁹**Autora:** Moema Guedes Urquiza

¹⁰ O filósofo indiano Homi Bhabha (1998) utiliza a palavra “Outro”, com “O” maiúsculo, para nominar a alteridade, a diferença. Da mesma forma, assim a utilizo neste texto para me referir a todos os sujeitos (indivíduos ou grupos sociais) que desafiam a identidade.

seus conhecimentos sobre determinado assunto ou, quiçá, participar ativamente do debate sobre o que está no ar. O sociólogo Andrea Semprini (1999), da Université Lumière Lyon na França, destaca que, “a linguagem nunca é neutra por definição e não pode deixar de exprimir relações de força, os valores e crenças de uma sociedade” (p. 68-69). Em outro trecho, o mesmo autor nos lembra que os veículos de comunicação, “longe de ser simplesmente um espelho, (...) tornaram-se um lugar onde se elaboram, se negociam e se difundem os discursos, os valores e as identidades” (1999, p. 124).

A escolha, o debate e a problematização da pauta enquanto projeto a ser desenvolvido pode ser um ponto de partida interessante na ampliação do olhar para enxergar outras perspectivas: contextos, sujeitos, realidades, modos de vida e respostas diferentes, até então não consideradas ou pouco visitadas. Muitos “outros” compõem nosso contexto social: outra sexualidade, outra cor de pele, outra etnia, outros arranjos familiares, outra solução econômica, outra cosmovisão. São, quase sempre, vistos como “desencaixados”, “diferentes”, “excluídos”, “anormais”, por não corresponderem ao que está posto como verdade, como correto, como normal.

Entretanto, as identidades dos indivíduos estão sempre incompletas e a representação narrada pelo discurso jornalístico será determinante para a construção de noções de sujeito. Até porque, a identidade e a diferença são inseparáveis: relacionam-se entre si numa relação de profunda dependência. Como bem afirma a socióloga Kathryn Woodward, da “The Open University” dos EUA, “a identidade é relacional”; “marcada pela diferença” (2000, p. 9). O Outro, aquele que difere, é sempre em relação à identidade. Ao se definir, o sujeito-colonizador vai se demarcando, construindo territórios, estabelecendo o que está “dentro” e o que está “fora”; o que é e o que não é; “nós” e “eles”. Vai, no cotidiano, classificando e atribuindo significados e valores, hierarquizando modos de ser e modos de viver.

É preciso considerar a rádio educativa como um espaço onde atuem, cada vez mais, jornalistas-mediadores no lugar de jornalistas-colonizadores. Comunicadores capazes de interligar, criar pontes, ouvir e deixar fluir, sem pressupostos – sem certezas predefinidas ao se aproximar do Outro. A narrativa carrega em si essa mesma complexidade e ambivalência: não é “natural”, desinteressada, neutra. Constrói representações da realidade. O professor Luís Henrique Sacchi dos Santos (1997), da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, argumenta que:

Mais do que “simplesmente” descrever/apresentar, as representações estão ativamente produzindo os grupos, as pessoas, a cultura de que fala, suas identidades. Além disso, nesse processo de produção já estão tecidas relações de poder e regulação, instituídas por identidades sociais hegemônicas (branquidade, heterossexualidade...) que se apresentam como os parâmetros a partir dos quais se vê os demais grupos, pessoas e culturas como diferentes – sendo atribuído um determinado valor a esta diferença, geralmente em defasagem sob o ponto de vista de tais identidades hegemônicas. (SANTOS, 1997, p. 92)

Em que medida, o comunicador é capaz de constatar que, a priori, olha o mundo a partir do lugar onde está, a partir da lente que usa para enxergá-lo, a partir de sua mesmidade¹¹? Tomar consciência desta condição e despir-se, o quanto mais, do papel de colonizador significaria, talvez, dar passos concretos na construção deste jornalista-mediador. Mudar, como sugere o professor e pesquisador Jesús Martín-Barbero (2004, p. 32), o lugar a partir de onde se formulam as perguntas. Que sentidos e significados este Outro constrói para a realidade retratada?

Enquanto espaço pedagógico e de produção de saber, o jornalismo produzido em Rádio Educativa preocupa-se em contribuir para ampliar a compreensão da realidade nesta troca/interação entre sujeitos dialógicos, a partir de um fazer jornalístico mais responsável e comprometido com as questões que dizem respeito a todos os cidadãos.

O que se tem presenciado no discurso jornalístico em geral, e também no radiojornalismo, são processos de reafirmação de mesmidades, onde a voz do Outro quase nunca aparece, quase sempre é silenciada, não-dita, anulada. Nas palavras de Carlos Skliar, professor da Universidade Federal do Rio Grande do Sul:

O lugar da diferença parece não ter lugar. Há uma estratégia de contenção em que o outro nunca é um agente ativo de articulação. O outro é citado, mencionado, iluminado, encaixado em estratégias de imagem/contra-imagem etc., mas nunca cita a si mesmo, nunca se menciona, nunca pode interferir nos jogos de imagens e contra-imagens estabelecidos a priori. (2003, p. 114)

Há uma necessidade de tomar o lugar e de falar pelo Outro, de enquadrar o colonizado no esquema do colonizador, como um querer eliminar aquele que é sempre uma ameaça à mesmidade (SKLIAR, 2003, p. 120). Quantas vezes não é a autoridade constituída, ou o especialista no assunto ou até mesmo o jornalista que fala no lugar do

¹¹ Mesmidade aqui compreendida a partir de Carlos Skliar, como a referência, o modelo do mesmo, a lente por meio da qual o sujeito enxerga o mundo e o Outro: buscando enquadrar o Outro em sua semelhança e expulsando o diferente. Onde igualdade é compreendida como o retorno ao mesmo (colonizador) e, portanto, oposto à ideia da diferença. “(...) A mesmidade não deseja Outros espelhos a não ser os próprios. (...) A mesmidade quebra os espelhos que não lhe são próprios” (SKLIAR, 2003, p. 170).

índigena, da pessoa com deficiência, da empregada doméstica, do catador de materiais recicláveis, dos membros da comunidade?

Se, como afirma o professor Nelson Traquina (2005, p. 26), da Universidade de Lisboa, os jornalistas têm algum “poder” para realizar escolhas que irão interferir na qualidade da notícia, talvez seja possível transformar a pauta do radiojornal num projeto mais problematizado, mais aberto; aproximar-se concretamente das pessoas em suas realidades; reaprender a ouvir e quebrar o “bloqueio” que impede o jornalista de enxergar e dar espaço para os diferentes. Só assim será possível elaborar outras perguntas, quem sabe aquelas que nenhum outro ousou fazer; escolher novas fontes, quem sabe aquelas até então silenciadas/ignoradas; deixar-se surpreender com respostas inesperadas que abram novos caminhos e produzam novos saberes – o que tem tudo a ver com um espaço comunicativo que se quer efetivamente educativo.

Música¹²

Além dos programas de variados gêneros, formatos radiofônicos e jornalísticos, uma das características das rádios educativas é a experimentação e abertura para diálogo com a comunidade. A programação musical na FM UFMS deverá ser analisada sob este prisma diante de seu caráter educacional e cultural e a proposta pedagógica estabelecida pelo Conselho da emissora.

A programação musical deverá ser trabalhada sem contradições em relação aos parâmetros propostos e ligados às questões educativas. Ou seja, está longe do ideal educativo a execução de músicas que reforcem preconceitos religiosos, sexuais, de gênero, violência, misoginia e intolerância, por exemplo. As músicas deverão estar inseridas no contexto pedagógico, para além de preferência e gostos individuais. Essa oportunidade preconiza também a formação de novos públicos, visto que é um diferencial em relação às demais emissoras de Campo Grande.

A FM UFMS deverá priorizar além do campo de experimentações e as referências musicais que são promovidas pelas outras emissoras de Campo Grande, que deflagradamente priorizam o sertanejo universitário, o axé, o pagode e músicas internacionais, além do gospel nas emissoras e programas religiosos, sem deixar espaço prioritário para outros ritmos, mesmo que eles tenham representantes regionais com longo trabalho reconhecido.

¹² **Autor:** Marcelo da Silva Pereira

As ações com experiências musicais fomentam também a participação de músicos da região e acadêmicos do curso de música da UFMS, bem como de cursos de instrumentos musicais e cantos, grupos e corais. A FM UFMS busca a configuração de um espaço de experiência não somente para os produtores, mas para a comunidade e seus ouvintes.

A programação musical da FM UFMS deverá ser pensada em relação principalmente aos seguintes aspectos: a sua função social e contexto crítico; na valorização da cultura regional; na promoção da cidadania e no respeito aos direitos humanos. Esses aspectos tem relação com o veículo: uma rádio de uma universidade pública, com função educativa de formação e qualificação da comunidade acadêmica e da população da região.

Apoio Cultural¹³

Mesmo que a mídia em geral trate cada vez mais a palavra cultura como apenas entretenimento e que se note que nas produções culturais desenvolvidas este mesmo viés apareça apenas como relacionado ao lazer, temos que pensar na cultura em seu sentido primordial, básico, àquele para o qual a palavra serve realmente de descrição que é ser o elemento que garante a todos os envolvidos sua identidade e essa capacidade de reconhecer nos meios de comunicação a nossa representação como forma de celebração à coletividade. (CORRÊA, 2004).

Participar, interagir, discutir a importância dessas atividades culturais, assim como o interesse por elas são reflexo de um quadro no país que precisa antes de um entendimento mais claro do que significa realmente a palavra cultura. No entanto, limitar o conceito de cultura é, no mínimo, empreender uma discussão sem fim, pois uma definição exata do seu significado necessita de uma ideia da própria natureza humana, o que é de fato impraticável. Por isso, neste momento, utilizaremos apenas a definição de Thompson citado por Machado Neto (2005, p.17) em que existem três definições para cultura moderna, sendo elas, a clássica que envolve as faculdades humanas, a antropológica-descritiva que trata do sentido etnográfico mais amplo e que inclui crença, arte, moral, costumes e os demais hábitos do homem e a antropológica-simbólica que é o padrão de significado intrínseco à sociedade e inclui manifestações verbais em que os indivíduos partilham experiências, concepções e crenças.

Para o Ministério da Cultura também existem algumas classificações, como em bens materiais: bens edificados, bens naturais, bens urbanísticos, bens artísticos, bens móveis,

¹³ **Autor:** Eduardo Perotto Biagi também é Professor da Universidade Católica Dom Bosco (UCDB)

bens documentais. Bens imateriais: manifestações populares, formas de expressão, saberes e lugares. São a partir dessas classificações que as políticas culturais e leis de incentivos em nosso país foram criadas, por exemplo, a antiga Lei Sarney¹⁴, que mais tarde se tornaria a Lei Rouanet¹⁵ e também a Lei de Incentivo a Projetos Culturais¹⁶.

Essas leis surgem como alternativa para auxiliar as Rádios Educativas, como a FM UFMS, muito pelo seu caráter não lucrativo já que de acordo com o Ministério das Comunicações, no parágrafo único do art. 13 do Decreto-Lei n. 236, de 28 de fevereiro de 1967, não têm caráter comercial, e são vedadas as transmissões de quaisquer propagandas, direta ou indiretamente. Mais tarde, em 1998, houve uma atualização desta medida, apontada no art. 19 da Lei n. 9.637, de 15 de maio de 1998:

As entidades que absorverem atividades de rádio e televisão educativa poderão receber recursos e veicular publicidade institucional de entidades de direito público ou privado, a título de apoio cultural, admitindo-se o patrocínio de programas, eventos e projetos, vedada a veiculação remunerada de anúncios e outras práticas que configurem comercialização de intervalos. Assim, as entidades de radiodifusão educativa qualificadas como organização social, de acordo com a Lei n. 9.637, podem veicular publicidade, desde que essa se enquadre no conceito de apoio cultural.

Ainda sobre as propagandas veiculadas em Rádios Educativas, elas devem acontecer somente na forma de apoio cultural¹⁷, sendo vedada qualquer outra modalidade e quanto a formatação, os mesmos devem ser institucionais e não podem ter mensagens que informem preços ou condições com o intuito de estabelecer uma ação de venda de quaisquer produtos ou serviços. A atuação do apoio cultural deve ser no campo social através de, por exemplo, apoio às campanhas de prevenção de acidentes, condutas sociais e educativas, doações de sangue, campanhas contra preconceito, etc. Mesmo assim, com todas essas limitações, ainda não seria possível as Rádios Educativas obterem auxílio financeiro direto das instituições que viessem a patrocinar essas programações. O retorno deverá vir na forma de uma troca de serviços entre as partes, o que torna a sobrevivência das Rádios Educativas

¹⁴ Lei nº 7.505, de incentivo à cultura promulgada no Governo do Presidente José Sarney que determinava que partir daquela época a política cultural se tornaria assunto exclusivo de um órgão governamental.

¹⁵ Nome dado a modificação da antiga Lei Sarney de incentivo à cultura. Na nova proposta, houve aumento de 2% para 5% do percentual de abatimento do imposto de renda de pessoas jurídicas para o patrocínio de projetos culturais; reconhecimento da figura de agente cultural na negociação dos projetos, cujos custos poderiam ser incluídos ao orçamento; anulação do calendário para encaminhamento dos projetos, cuja aceitação passou a ocorrer ao longo de todo o ano; redução do prazo oficial de noventa para sessenta dias, dedicado à apreciação dos projetos (cf. Brasil, Ministério da Cultura, 1995 apud ARRUDA, 2001).

¹⁶ Conhecido simplesmente por Mecenas, é um mecanismo estimulado pela renúncia fiscal, no qual o governo oferece benefícios fiscais aos contribuintes do Imposto de Renda que apoiarem projetos culturais sob a forma de doação ou patrocínio, dentro dos limites fixados pela própria lei e desde que o projeto incentivado tenha a chancela do Ministério da cultura. Disponível em: <<http://migre.me/pXBXW/>>. Acesso em: 21 maio 2015.

¹⁷ É a maneira de divulgar uma manifestação empresarial ou institucional em apoio a uma realização, produção ou atividade realizada na emissora, ou com sua participação sem finalidade ou compromissos publicitários, além da divulgação do nome do apoiador.

dependente de uma instituição disposta a arcar com os custos de transmissão, corpo técnico e demais despesas decorrentes do funcionamento da mesma, como é o caso da FM UFMS.

Surgiria como alternativa às emissoras educativas aumentar sua penetração junto ao público por meio do investimento no marketing cultural. Segundo Machado Neto (2005), o marketing cultural divide-se em quatro classificações, que são: marketing cultural de fim, marketing cultural de meio, marketing cultural misto e marketing cultural de agente. Dentre as suas modalidades exibidas ficaremos apenas com o marketing cultural, a fim de auxiliar as emissoras educativas, que é composto de organizações, públicas ou privadas, que têm como objetivo a difusão e manifestação da cultura, através de viabilizações financeiras, como por exemplo, segundo Machado Neto (2005):

[...] desenvolver uma mostra de arte, estabelecer sua forma de comercialização (que pode ser via cobrança de ingressos ou captação de recursos de patrocínio ou, ainda, a venda ou leilão), lançá-la e divulgá-la, é um processo típico de marketing, e pelos seus fins, de marketing cultural.

As organizações de fim são, por exemplo, museus (Museu de Arte Contemporânea), centros culturais (Fundação de Cultura), entre outros, que têm como finalidade (fim) somente a difusão cultural. Neste aspecto também poderiam ser encaixadas as emissoras educativas que, pela definição de Silveira (2001), são uma modalidade da radiodifusão comum que devem possuir programações que levam à comunidade informação e programas culturais.

Devemos analisar esse potencial que as Rádios Educativas possuem em relação a cultura, o que por si só justificaria o investimento empresarial na capacidade de modificar a realidade de uma comunidade. Quem investe deve perceber que esta é a maior conquista, e que já passou o tempo em que apenas estampar marcas em placas de publicidade, cartazes e anúncios são suficientes para criar uma relação entre a empresa e o anunciante. É necessário obter uma empatia através de uma ação que seja realmente modificadora de comportamentos e que justifique a presença da empresa sem que a mesma pareça oportunista.

Acessibilidade¹⁸

¹⁸ **Autora:** Amanda Brito Sampaio

O rádio como um aparelho de comunicação, e não de distribuição é uma das manifestações deixadas pelo poeta e ensaísta alemão Bertolt Brecht (1927-1932). Desta forma, é possível pensar o rádio como um espaço realmente democrático. Esse valor é implicado principalmente nas características que este meio possui (ORTRIWANO, 1985, p. 78-81). Logo, o acesso à cultura, à educação, informação e até qualificações são possíveis por meio dele, inclusive pela adaptação de conteúdos visuais em sonoros.

A linguagem oral é parte fundamental das relações humanas. Com base nas ideias da professora Gisela Swetlana Ortriwano, esta linguagem é a primazia do texto vocalizado, devido a exclusividade na emissão sonora e sua correspondente recepção auditiva. Esse fato contribui para um alcance maior do público, pois chega a população não alfabetizada e também ganha um natural interesse de quem possui baixa ou nenhuma visão, como uma possibilidade de acesso a informação.

Esse veículo de comunicação torna-se então uma excelente ferramenta no contato desse grupo especial, que são os deficientes visuais, em oportunidades para a inclusão. No Mato Grosso do Sul, entre as deficiências, a visual é a que mais afeta a população, segundo o censo do IBGE¹⁹, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, no ano de 2010. Em uma população de 2,4 milhões no Estado, 16,72% apresentam alguma deficiência visual.

Segundo o Instituto Sul-Mato-Grossense para Cegos Florivaldo Vargas (Ismac²⁰), o município de Campo Grande tem 16,5% da população com deficiência visual. É a 23ª capital no ranking nacional. Entre os outros municípios do Estado, Cassilândia é a cidade com maior número (26%), seguido de Inocência (25,3%), Selvíria (24,3%), Bandeirantes (23,8%) e Paranaíba (23,5%).

O Ismac, atua na saúde, educação e assistência social, colaborando para o processo de habilitação e reabilitação de pessoas com deficiência visual, com serviços especializados e gratuitos. Uma das ofertas é a Audioteca que coloca à disposição obras literárias, materiais didáticos, pedagógicos, apostilas para concursos e demais documentos de utilidade pública. Tais materiais são produzidos desde 1980 por voluntários leitores, e desde o ano de 2006 a instituição passa a contar com a parceria da Petrobras²¹ e cria o projeto *Livros que Falam*, as edições e produções são realizadas pelos deficientes visuais.

Essas oralizações de conteúdos visuais podem ser ofertadas pelo rádio e tratadas como recursos de inclusão para o acesso desse grupo especial. As pessoas com deficiência

¹⁹ Disponível em: <<http://www.censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 21 maio 2015.

²⁰ Disponível em: <<http://www.ismac.org.br/conteudo/41/deficiencia-visual>>. Acesso em: 21 maio 2015.

²¹ Disponível em: <<http://www.petrobras.com.br/>>. Acesso em: 21 maio 2015.

visual necessitam de recursos de acessibilidade que possam atender suas necessidades específicas para consumir as produções dos diversos meios de comunicação, podendo utilizar outras percepções como a auditiva, tátil, gustativa, olfativa e espacial.

De acordo com Bersch (2014), recursos são “todo e qualquer item, equipamento ou parte dele, produto ou sistema fabricado em série ou sob medida, utilizado para aumentar, manter ou melhorar as capacidades funcionais das pessoas”. E, encontra-se no Decreto nº 5.296/2004, que regulamenta da lei de acessibilidade, o art. 8º considerando:

I - acessibilidade: condição para utilização, com segurança e autonomia, total ou assistida, dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos serviços de transporte e dos dispositivos, sistemas e meios de comunicação e informação, por pessoa portadora de deficiência ou com mobilidade reduzida.

Produzir para fins de acessibilidade requer atenção nos processos de adaptação de roteiro, locução e sonoplastia/sonorização, mas é uma maneira de não apenas se fazer escutar pelo ouvinte, mas também pôr-se em comunicação com ele. O comunicador fala por ter o poder através de sua posição profissional, o ouvinte, receptor, muitas vezes não fala, mas ele também é sujeito. (MACIEL, 2009). Dessa perspectiva é que se pode trabalhar as finalidades do rádio, principalmente as de uma emissora universitária.

Para a FM UFMS, este trabalho exigirá um esforço dos tradutores visuais, em termos de pesquisa, para a aplicabilidade de sistemas de acesso na emissora. Além disso, postura, ética e responsabilidade dos comunicadores são essenciais para o sucesso desse serviço. Assim, a rádio estará sendo uma ponte entre a exclusão e a inclusão cultural/social e, dessa forma, começará um processo de mudança e transformação na produção de conteúdo radiofônico da região.

Participação de políticos²²

O advento dos políticos-apresentadores, detentores de mandatos eletivos que comandam programas de rádio, surgiu há 50 anos e ganhou força na última década em Campo Grande, capital do Mato Grosso do Sul, suscitando reflexões relativas à influência eleitoral por meio da utilização dos meios de comunicação, dada a alta taxa de reeleição destes parlamentares. Sob o contexto próximo da inauguração da FM UFMS, a participação destes políticos requer atenção especial, dado o caráter de diálogo aberto, ampla participação da comunidade e a abordagem de assuntos com relevância social diante da finalidade exclusivamente educativa e cultural desta modalidade de emissora.

²² **Autor:** Marcelo da Silva Pereira

Se manter uma atração na grade de programação de emissoras radiofônicas era para poucos parlamentares durante os anos 1960 até 1990, o fenômeno dos políticos apresentadores se tornou mais evidente a partir da metade dos anos 2000. Atualmente são dois deputados e cinco vereadores que possuem programas de rádio em Campo Grande. Soma-se a essa bancada midiática cinco políticos-apresentadores de televisão.

O assunto ainda é pouco abordado pelos estudos regionais, especialmente em relação ao potencial de influência sobre os consumidores da informação. A dissertação “Da sua Casa para a Urna: Um Estudo sobre a Recepção do Programa “Picarelli com Você”, de autoria de Marcelo Pereira (2015), por meio da análise do programa, entrevistas com produtores e o político-apresentador e a utilização de grupo-focal junto ao público lançou luz sobre as construções de sentido da audiência que assiste, participa e vota político-apresentador Maurício Picarelli, deputado estadual que obteve a oitava reeleição consecutiva em 2014 e há três décadas comanda um programa na televisão regional e por diversos anos. O estudo de recepção conclui que a decisão de voto é confiada ao político-apresentador em estudo a partir de construções que influenciam o telespectador-eleitor e despertam o sentimento de gratidão no público por serem auxiliadas pelo programa e sentirem a necessidade de retribuir a ajuda, seja ela para atender as necessidades da comunidade ou particulares.

Se por um lado a construção do sentido pelo ouvinte de rádio é fundamental para estimular a compreensão e o aprendizado, proporcionando aperfeiçoamento sobre as noções de mundo e de sua região, a presença de políticos na apresentação de atrações em rádio educativas pode macular a proposta didático-pedagógica e distorcer os conteúdos ao realizar ações e impregnar valores que beneficiam eleitoralmente parte dos políticos-apresentadores.

A abordagem sobre a produção dos sentidos a partir do rádio não é rara. O linguista da Universidade de Paris, Patrick Charaudeau (2010, p.213), explica que a voz “revela à audição, atenta ou inconsciente, os movimentos da afetividade, sentimentos favoráveis ou desfavoráveis, o tremor das emoções...”. Para o pesquisador André Barbosa Filho, atual superintendente da EBC - Empresa Brasil de Comunicação, o rádio é um “meio cego” e a voz é a arma para estimular a imaginação e sensações (BARBOSA FILHO, 2003, p.45). O professor da Eduardo Meditsch, da Universidade Federal de Santa Catarina, ressalta que o rádio evocar facilmente por meio da linguagem imagens olfatos, sabores, sensações táteis e “nossas emoções a respeito dos fatos da vida” (MEDITSCH, 1995, p.07). A utilização do

rádio por autoridades eleitas na perspectiva do professor de comunicação do Centro Universitário de Estrasburgo (França) Yves Lavoigne provoca identificação que despertam sentidos cujo imaginário é preenchido com referências próximas do ouvinte.

Diante do exposto, não há nada que impeça a participação de políticos na Rádio Educativa UFMS na condição de entrevistados, fontes e debatedores, onde poderiam expor e discutir junto com a comunidade acadêmica e a população em geral de Campo Grande os seus projetos e iniciativas. No entanto, concluímos que para o bem do interesse público e o distanciamento de favorecimentos político ou eleitoral é necessário que a emissora educativa não políticos-apresentadores em sua grade de programação.

Religião²³

Nos últimos anos, a pluralidade religiosa vem construindo um novo tecido social brasileiro. O Brasil não é só o maior país católico do mundo, como também o maior pentecostal, o maior espírita, além da Umbanda, que é a única religião 100% brasileira. Em tese, essa configuração eclética deveria gerar um sentimento de maior respeito entre aqueles que professam algum credo, mas na prática percebe-se a falta do diálogo e/ou ecumenismo entre os religiosos. O fundamentalismo que cresce, sobretudo, nas seitas neopentecostais, ameaça a convivência harmoniosa entre os crentes. Há ainda a intolerância que alimenta o ódio e o medo, criando obstáculos para as relações amistosas e pacíficas; negando até mesmo ao outro o direito de não querer crer em qualquer pressuposto metafísico.

O Novo Mapa da Religião, produzido pela Fundação Getúlio Vargas (2011), aponta para uma redução de 7% do número de católicos, em contrapartida, houve crescimento dos evangélicos (20,23% da população) e também o grupo de pessoas que não possuem religião já somam 6,72% da população.

Diante do exposto, os meios de comunicação, como responsáveis em apresentar os mais diversos pontos de vista, carecem de promover uma “cultura do encontro” entre as religiões. Nota-se que as iniciativas que mais se aproximam nesse sentido são os debates em programas de rádio. Todavia, um debate caracteriza-se por ser uma disputa argumentativa que visa o confronto de ideias. Dessa forma, ao invés de aproximar diferentes visões, apenas criam distanciamentos ideológicos, o debate empobrece o diálogo amigável, como salienta o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil:

A era da comunicação e da informação cria oportunidades de encontro e relação também entre as diversas experiências religiosas, oferecendo ocasiões para o crescimento da

²³ **Autor:** Adamo Antonione Insfran

unidade e dos vínculos de amizades. “Os meios de comunicação social são uma ‘grande mesa-redonda’ para o diálogo da humanidade” e também das religiões. (CNBB, 204, p. 27)

As Rádios Educativas, como atuam no Ensino Superior, produzem conteúdo educacional, cultural e de cidadania. As religiões, como parte do sistema cultural, quando presentes nas rádios educativas, enriquecem a linguagem radiofônica. Cabe ressaltar que a Universidade, em essência, contempla as mais variadas opiniões e, por isso, pensar numa rádio educativa em consonância ao atual cenário religioso brasileiro é dar voz as diferentes expressões de fé.

Parafraseando Mark Twain (apud Barbeiro & Lima, 2001, p. 70), “o jornalismo separa o joio do trigo e publica o joio”. Ou seja, a experiência dos veículos de comunicação tem mostrado que grande parte do conteúdo publicado sobre as religiões apresenta apenas o lado depreciativo, nos quais envolvem as condutas negativas de alguns religiosos. Poucos se propõem a promover a “cultura do encontro”, este é o principal desafio: “transformar-se em uma verdadeira experiência de fraternidade, em uma caravana solidária, em uma peregrinação sagrada”. (CNBB, p. 29)

Ao passo que avançam as tecnologias, consolidam os sistemas de transmissão e difusão das mensagens. Em vez de aproximar as pessoas, revela quão grandes são as distâncias culturais. Assim, comunicar nem sempre significa compreender. Por isso, atenta ao horizonte filosófico-teológico de cada religião, a Rádio Educativa surge com a missão de unificar e fazer com que essas cosmovisões tão distintas se verticalizem para algo muito maior - o transcendente - dos quais todas provêm e retornam.

O sociólogo francês Dominique Wolton, utiliza uma metáfora para descrever a sociedade contemporânea: “Sonhou-se com uma aldeia global; encontra-se a cacofonia de Babel” (2006, p. 19). Isto é, o ideal de um mundo onde todos estivessem conectados, sucumbiu a uma realidade onde ninguém se compreende. A este respeito, de um diálogo inter-religioso entre o judeu Abraham Skorka e o católico Jorge Bergoglio, tem-se a seguinte observação: “Na síndrome de Babel [...] o puro construtivismo leva à falta de diálogo, que, por sua vez, implica a agressão, a desinformação, a exasperação”. (2013, p. 18)

Portanto, para superar os obstáculos que dividem as religiões, a Rádio Educativa é um importante instrumento pedagógico para dar voz às diversas expressões de fé, possibilitando - ao ouvinte - o conhecimento de diferentes práticas doutrinárias, promovendo

o ecumenismo e o diálogo. Para tanto, o papel do apresentador deve ser desprendido das suas próprias concepções, também precisa de uma postura aberta na condução de um programa em que não favorece ou diminua qualquer dos credos, mas que sempre ressalte as qualidades de cada um.

Considerações Finais

As contribuições trazem uma série de orientações que podem ser analisadas pelo Conselho da FM UFMS. Entre elas, destacam-se a pluralidade religiosa, a acessibilidade, a abertura, a participação dos políticos e a diversidade na grade de programação, o apoio cultural e os aspectos sobre a democratização dessa emissora.

As emissoras educativas, como ambiente democrático que dá voz a diferentes atores sociais, precisam potencializar o diálogo entre as religiões, promovendo, assim, a cultura do encontro. Não se trata de uma miscelânea fideísta radiofônica, onde todos falam e ninguém se entende, mas a promoção da cidadania, da cultura e a possibilidade de oferecer ao leitor novas perspectivas e contribuições para seu próprio estilo de vida.

Cabe ressaltar que outro aspecto a ser contemplado no diálogo ou na emissora educativa são as pessoas que não seguem nenhuma religião - o agnosticismo e o ateísmo. Elas também merecem todo o respeito, atenção e acolhida, considerando os princípios da laicidade do Estado que não suprimem o caráter religioso e nem negam o direito de não crer. Ao contrário: acolhem a todos os cidadãos brasileiros, sem distinção de raça, cor, sexo ou credo, conforme a Constituição Brasileira.

A FM UFMS pode trabalhar para a democratização da comunicação por meio de uma grade que vá além da possibilidade transmitir e reproduzir informações. Produzir conteúdo com caráter acessível aos diversos públicos, entre eles as pessoas com deficiência visual, ou seja, abrir espaços para a difusão de conhecimentos no sentido de promover um bem comum.

Levando em consideração a representatividade e a promoção da cidadania como características inerentes da radiodifusão educativa e universitária, a programação da FM UFMS deve primar pela abertura da grade para além dos discentes, docentes e técnicos da própria Universidade, com espaços para a participação social seja por meio de instituições ou por meio de projetos individuais e também independentes.

No Brasil, a publicidade precisa se ajustar à regulamentação das emissoras educativas, já que as normas acabam limitando as ações, sobrando apenas um tipo de

veiculação, o apoio cultural. Entretanto, é possível para as empresas explorarem este potencial na FM UFMS, por meio do marketing cultural e das leis de incentivo, de maneira a aproximarem suas marcas da população.

A emissora educativa da UFMS deve entender seu alcance e potencial na transformação de todo o espaço como local de aprendizagem, refletindo e representando as múltiplas linguagens e identidades culturais formadoras de sua comunidade em uma programação multiculturalista, plural e alternativa; valorizando a cultura popular, a inovação e o conhecimento compartilhado.

Em relação à participação de políticos, ressaltamos a importância de estabelecer diálogo entre a comunidade e as autoridades eleitas do município e do Estado. Porém, na condição de fontes, entrevistados, e participantes de debates. No entanto, sem apresentar programas na grade de programação.

No tocante à programação musical, conclui-se que o conselho deve propor ampla discussão para a execução de músicas que não sejam contraditórias com a proposta educacional e pedagógica e utilize músicas que discuta o contexto crítico, a valorização da cultura regional, a promoção de cidadania e o respeito aos direitos humanos.

Tendo a cultura como pano de fundo, a contribuição do radiojornalismo da FM Educativa tem como grande desafio ampliar o olhar, abrir-se para o ambiente e deixar-se atravessar pelas inúmeras realidades que compõem o contexto cultural de Mato Grosso do Sul. Esses outros têm identidades múltiplas e dinâmicas: indígenas de diferentes etnias; afrodescendentes e comunidades quilombolas; pequenos produtores rurais; população ribeirinha; pessoas com deficiência; mulheres; população LGBT... cada qual com suas realidades, com seus valores, suas reivindicações, sua visão de mundo, a partir da cultura onde estão inseridos.

Tal complexidade poderá traduzir-se em novos saberes, novas respostas, produção de novos conhecimentos, proposição de políticas públicas, na medida em que a FM Educativa for capaz de democratizar vozes, acolher a diferença, estabelecer diálogos.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. **A política cultural**: regulação estatal e mecenato privado. Bauru, Edusc, 2001.

BARBEIRO, Heródoto; Lima, Paulo Rodolfo de. **Manual de radiojornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2001

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003. 158 p. (Coleção Comunicação-estudos)

BERGOGLIO, Jorge; Skorka, Abraham. **Sobre o céu e a terra**. [Tradução Sandra Martha Dolinsky]. São Paulo: Paralela, 2013

BERSCH, Rita. **Introdução à Tecnologia Assistiva**. Porto Alegre: Tecnologia Assistiva, 2013. Disponível em: < <http://www.assistiva.com.br/tassistiva.html> >. Acesso em: 20 maio 2015.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Tradução de Myriam Ávila, Eliana Lourenço de Lima Reis, Gláucia Renate Gonçalvez. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

BLOIS, Marlene. Rádio Educativo no Brasil: uma história em construção. In: **XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação**. 2003. Disponível em < <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/125264023715941274770374088408981912085.pdf> > Acesso em janeiro de 2013.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 5.296, de 2 de dezembro de 2004**. Regulamenta as Leis nos 10.048, de 8 de novembro de 2000, que dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, 3 dez. 2004. p. 5. Disponível em < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/decreto/d5296.htm>. Acesso em: 20 maio 2015.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Brechas na Lei Rouanet permitem equívocos**. Brasília, Ministério da Cultura, 2007. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/>>. Acesso em: 21 maio 2015

BRASIL. Ministério da Cultura. **Nota de Esclarecimento sobre o Cirque du Soleil**. Brasília, Ministério da Cultura, 2006. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/>>. Acesso em: 21 maio 2015

BRECHT, Bertolt. **Teoria do Rádio (1927-1932)**. Teoria do Rádio. Tradução de Valci Regina Mousquier Zuculoto e Regina Carvalho. IN MEDITCH, Eduardo (org). Teorias do Rádio – tetos e contextos. Volume I. Florianópolis: Insular, 2005. Disponível em: <<http://www.radiolivres.org/node/3667>>. Acesso em: 21 maio 2015.

CANCLINI, N. **Latino-americanos à procura de um lugar nesse século**. São Paulo: Iluminuras, 2008a.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2010-2012. 285 p.

CNBB. **Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil**. São Paulo: Paulinas. 2014

COMUNICAÇÕES, Ministério. **Dados Gerais: número de emissoras no País**. 2014. Disponível em < <http://www.mc.gov.br/numero-de-emissoras-no-pais> > Acesso em agosto de 2014.

CONSELHO UNIVERSITÁRIO DA UFMS. **Plano de Desenvolvimento Institucional (2011-2014)**. Disponível em <www.pdi.ufms.br>. Acesso em 22 maio 2015.

CONSTITUIÇÃO: da República Federativa do Brasil. Brasília: Centro Gráfico do Senado Federal, 1988

CORRÊA, Marcos Barreto. *Do marketing ao desenvolvimento cultural: relacionamento entre empresa e cultura; reflexões e experiências.* – Belo Horizonte: 2004.

DEUS, Sandra de. Rádios Universitárias Públicas: compromisso com a sociedade e com a informação. **XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom)**. Belo Horizonte, Minas Gerais. 2003. Disponível em < http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP06_deus.pdf > Acesso em janeiro de 2015.

DINIZ, Thales V. G.; MACIEL, Suely. **Unesp FM: Análise da Proposta de Programação a Partir da História e da Missão da Emissora.** Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Vila Velha, 2014. Disponível em < <http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2014/resumos/R43-0933-1.pdf> >. Acesso em janeiro de 2015.

FREDERICO, Celso. Brecht e a “Teoria do rádio”. In: **Estudos Avançados**. Volume 21. Número 60. São Paulo: USP, maio a agosto de 2007. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142007000200017

HAUSMAN, C., MESSERE, F. O’DONNELL, L., BENOIT, P. **Rádio: produção, programação e performance.** São Paulo: Cengage Learning, 2010.

KUPPER, A. **Cultura: A visão dos antropólogos.** Bauru, SP: Edusc, 2002.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico.** 23ª Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2009.

LAVOINNE, Yves. **A rádio.** Lisboa, PT: Vega, Trimédia. s.d.. 210 p.

MACHADO NETO, Manoel Marcondes. **Marketing Cultural: das práticas à teoria,** 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda., 2005.

MACIEL, Suely. **A interatividade no diálogo viva-voz na comunicação radiofônica.** 2009. 248 f. Tese Doutorado em Ciências da Comunicação. Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de Cartógrafo.** Travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Loyola, 2004.

MATTOS, Sérgio. **O papel social do rádio: a mão dupla da comunicação.** In: CARMONA, Beth, et al. **Rádio e TV como instrumentos da cidadania.** Salvador: IRDEB, 2003.

MEDITSCH, Eduardo. **Sete meias-verdades e um lamentável engano que prejudicam o entendimento da linguagem do radiojornalismo na era eletrônica.** Palestra ministrada na Universidade de Coimbra, 09.nov.1995. Disponível em <http://bit.ly/1egBS5E> . Último acesso em 20.mai.2015.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Portaria Interministerial nº 651, de 15 de abril de 1999.** Estabelece de critérios para outorgas de concessões, permissões e autorizações para execução dos serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens, com finalidade exclusivamente educativa. Disponível em < <http://www.mc.gov.br/legislacao/por-tipo/portarias/portaria-interministerial-n-651-de-15-de-abril-de-1999> > Acesso em março de 2014.

MOSES, Jeffrey. **Unidade: Os princípios comuns a todas as religiões.** [Tradução Henrique Monteiro]. Rio de Janeiro: Sextante. 2009

NERI, Marcelo Côrtes. **Novo Mapa da Religião**. Rio de Janeiro: FGV, 2011.

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

OTA, Daniela C.; MALULY, Luciano V. B. **Entre a Rádio USP e a Rádio da UFMS – a consolidação de modelos educativos de programação nas emissoras universitárias**. In VI Colóquio Bi-Nacional de **Ciências da Comunicação Brasil-Estados Unidos**. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom). 2014. Foz do Iguaçu, Paraná. Disponível em < <http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-0214-1.pdf> >. Acesso em fevereiro de 2015.

SANTOS, Luís Henrique Sacchi dos. “Um preto mais clarinho...” ou dos discursos que se dobram nos corpos produzindo o que somos. In: **Educação e Realidade**. Porto Alegre, vol. 22, número 2, p. 81-115, julho/dezembro de 1997.

SEMPRINI, Andrea. **Multiculturalismo**. Trad. Laureano Pelegrin. Bauru, SP: EDUSC, 1999.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.), HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000, p. 73-102.

SILVEIRA, Pe. MárlonMúcio Corrêa. **Mensagens e Orações de Madre Teresa de Calcutá**. São Paulo: Editora Missão Sede Santos, 2012

SKLIAR, Carlos. **Pedagogia (improvável) da diferença. E se o outro não estivesse aí?** Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Porque as notícias são como são. 2ª Ed. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. [Tradução Vanise Pereira Dresch]. São Paulo: Paulus, 2006.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.), HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000, p. 7-72.