

Rádio Universitário: interesse público ou elitismo na programação?¹

Helton Lucinda Ribeiro²

Resumo

Ainda que se autoproclamem “rádios públicas”, emissoras universitárias como a Unesp FM carecem de um projeto definido e de participação social que permitam construir uma programação voltada a atender ao interesse público. Limitam-se a tocar aquilo que as emissoras comerciais não tocam. Com baixos índices de audiência e uma programação considerada de “bom gosto”, prestam-se a legitimar uma cultura elitista e a oferecer elementos de distinção social, na perspectiva teórica de Pierre Bourdieu. Uma agenda de pesquisa sobre o rádio universitário deve retomar a crítica ao elitismo e problematizar a questão do interesse público diante das possibilidades trazidas pelas novas tecnologias em comunicação.

Palavras-chave: rádio educativo; rádio universitário; rádio pública;

Introdução

É difícil definir de forma precisa o que é rádio universitário, a não ser pela resposta fácil e tautológica: é o rádio produzido pelas universidades. A diversidade de experiências entre as emissoras, tanto as hertzianas quanto as *webrádios*, é vasta e os estudos a respeito, escassos. Não existe a categoria “rádio universitário” no sistema de concessões de radiodifusão, a outorga se dá no sistema de “rádio educativo”. Não há, por conseguinte, uma regulamentação específica de acordo com a “natureza” do rádio universitário, que permanece avesso a abordagens deontológicas. Cada instituição dispõe de relativa autonomia para definir sua programação, sendo vedada apenas a veiculação de anúncios comerciais. Assim, as emissoras constroem sua própria concepção de rádio universitário, autoproclamando-se, de forma geral, como culturais e públicas (ZUCULOTO, 2012).

Neste artigo, apresenta-se uma contribuição ao debate sobre as concepções de rádio universitário a partir da comparação entre as grades de programação da Unesp FM, localizada em Bauru/SP, e da Rádio USP, localizada na capital paulista, em busca de uma agenda de pesquisa atualizada sobre o tema. Tomamos por referencial teórico a ideia de “distinção” de Bourdieu (2010), útil na investigação sobre a recorrente crítica ao elitismo do rádio universitário, e a ideia de hibridação, de Canclini (2006), que relativiza a teoria dos campos de Bourdieu. Este estudo exploratório também dialoga com a pesquisa de Zuculoto (2012), que busca verificar o atendimento ao interesse público por meio da programação das emissoras.

1 Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual, do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Belo Horizonte - MG – 7 a 9/6/2018.

2 Mestre em Comunicação Midiática pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista (Unesp), e-mail: heltonlucinda@hotmail.com

A Rádio USP completou, recentemente, 40 anos. Foi inaugurada em 11 de outubro de 1977 e, desde o início, adotou uma linha cultural, jamais incluindo cursos, no sentido estrito³, em sua programação. A emissora surge como resultado de um projeto de rádio-laboratório da Escola de Comunicação e Artes da USP. Segundo Lígia Trigo, ex-diretora da rádio (apud DIAS, 1993, p. 56), “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”. Ainda segundo Trigo, a rádio funcionou, nos primeiros anos, apenas como um “vitrolão”, ou seja, oferecendo uma seleção musical aos seus ouvintes. Nos anos 80, começam suas primeiras tentativas de definição de uma 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 o primeiro núcleo de jornalismo.

A Unesp FM é mais jovem que a emissora da USP. Foi criada em 13 de maio de 1991 e, no início, transmitia programas educativos, mas logo passou a trilhar caminho semelhante ao da Rádio USP (DIAS, 1993). As emissoras universitárias paulistas buscaram, assim, construir uma concepção própria de rádio educativo, que deixa de lado a educação formal, tal como fora praticada em iniciativas como o MEB (Movimento Educação de Base), Projeto SACI (Sistema Avançado de Comunicações Interdisciplinares) e o Projeto Minerva.

Ainda hoje, uma diferença imediatamente perceptível entre as emissoras universitárias e o sistema comercial de radiodifusão é a ausência de publicidade nas primeiras. Essa imposição legal chega a ser transformada em *slogan*: “Rádio USP, a rádio que não tem publicidade comercial. Aqui, ninguém quer vender nada pra você.” Uma segunda diferença é o tipo de programação. Tanto na Rádio USP quanto na Unesp FM, predomina a seleção musical, com presença destacada da MPB, enquanto as emissoras comerciais exploram gêneros musicais mais populares, como o sertanejo, atualmente. Além da MPB, as rádios da Unesp e da USP reservam espaço significativo na programação para gêneros como música clássica e jazz. Gêneros da cultura popular comparecem

³ José Manuel de Macedo Costa (REVISTA BRASILEIRA DE TELEDUCAÇÃO, n. 4. Porto Alegre: Associação Brasileira de Teleducção, 1974) 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.

em espaços reduzidos e circunscritos às manifestações legitimadas pelo epíteto “raiz”, como o samba e o sertanejo.

Em seu pioneiro estudo comparativo entre as emissoras da USP e da Unesp, Carlos Eduardo Moraes Dias (1993, p. 117) concluiu que uma rádio universitária deveria ser “difusora de aspectos culturais; e, como instrumento permanente de interação social, deveria viabilizar intercâmbios de sistemas alternativos”. Em nosso próprio estudo da Unesp FM (RIBEIRO, 2003), enfatizávamos a importância do rádio universitário como veículo de extensão acadêmica, contribuindo para estreitar o vínculo entre a universidade e a comunidade. Tal missão, contudo, era dificultada pelos baixos índices de audiência.

Análise da programação: rádios públicas ou elitistas?

Como afirma Zuculoto, a maioria das emissoras universitárias se autoproclama, hoje, públicas, muito embora não cumpram, “em grande parte, os requisitos da universalidade, diversidade, regionalização, diferenciação e independência” (2012, p. 229). A autora buscou verificar se a concepção de rádio público – que não se limita às universitárias – se expressa na programação, pois “a programação é um dos lugares privilegiados onde se pode melhor detectar e analisar funções, papéis que estas emissoras têm cumprido, lógicas e diretrizes que vêm adotando, enfim, perfis que estão construindo” (idem, p. 39). Ela referencia a noção de interesse público em Wilson Gomes, que a associa ao “conjunto dos interesses de cidadania”, de forma que “servir ao interesse público significa oferecer à esfera civil a possibilidade de se ver representada e satisfeita nos procedimentos regulares da esfera política” (idem, p. 53). Sua conclusão é de que as emissoras “ainda não colocaram em prática a maior parte de sua disposição de construir uma programação realmente de rádio público” (idem, p. 238), de modo que “a definição de rádio público no Brasil permanece aberta” (idem, p. 239).

A partir da análise da programação da Rádio USP e da Unesp FM, proponho a hipótese de que elas funcionam como espelho – e, por definição, oferecendo uma imagem invertida – do sistema comercial de radiodifusão. Isto é, essas emissoras se limitam a tocar o que as rádios comerciais não tocam. Buscam ser uma alternativa à chamada cultura de massa (ou indústria cultural), oferecendo conteúdo não comumente associado às indústrias culturais, daí a predileção pela MPB, gênero intermediário entre a cultura popular e a cultura de elite (ECO, 1976; BOSI, 1992; BOURDIEU, 2010).

TABELA 1 – Programação da Unesp FM							
Hora	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
00:00:00	Perfil literário					Música Ligeira	Lounge Unesp
00:10:00	Lounge Unesp						
01:00:00	Canta Brasil	Estação Blues	Música Interior	A Música no Tempo	Pé na Estrada	Jazz in Concert	Música Ligeira
02:00:00	Madrugada Brasileira					Musical 105	
03:00:00							
04:00:00							
05:00:00	Caindo no Choro	Rádio Saudade	Brasil Instrumental	Clássicos Unesp	Canta Brasil	Caindo no Choro	Pé na Estrada
06:00:00	Vida Caipira					Clássicos Unesp	Rádio Saudade
07:00:00	Musical 105					A Música no Tempo	Os grandes Mestres
07:45:00	Cidade Universitária						
08:00:00	Manhã Popular Brasileira					Manhã Popular Brasileira	Unespinha
09:00:00	Colonistas						
10:00:00	Manhã Popular Brasileira						
11:00:00	Manhã Popular Brasileira					Observatório do Esporte	Caindo no Choro
11:20:00	Jornalismo Unesp FM						
12:00:00	Conjuntos e Orquestras					Rádio Saudade	Batuque na Cozinha
13:00:00	Pé na Estrada	Brasil Instrumental	Caindo no Choro	Canta Brasil	Estação Blues		
14:00:00	Musical Unesp					Sintonia Fina	Balanço Brasil
15:00:00	Colonistas						
16:00:00	Musical Unesp						
17:00:00	Fim de Tarde					Pé na Estrada	Esse tal de Rock 'N Roll
18:00:00							
19:00:00	A Voz do Brasil					Musical 105	
20:00:00	FM Especial					Música Ligeira	Jazz In Concert
21:00:00	Rádio Saudade	Pé na Estrada	Canta Brasil	Brasil Instrumental	Esse tal de Rock 'N Roll		
22:00:00	Os Grandes Mestres	Clássicos Unesp	Jazz In Concert	Estação Blues	Música Ligeira	Estação Blues	
23:00:00		A Música no Tempo		Música Interior		Esse tal de Rock 'N Roll	Música Interior

Fonte: elaboração do autor, 2018.

A programação da Unesp FM não se modificou muito nos últimos 15 anos. Ainda se caracteriza por uma seleção musical – variando do erudito ao popular, mas com predomínio da MPB – durante o dia e a veiculação, no período noturno e nos finais de semana (além do horário das 13 às 14 horas), de programas concebidos para atender a segmentos específicos da audiência. Ou seja, à noite, um período considerado menos nobre para o rádio, a emissora busca ouvintes “especializados”, que não contam com alternativas de satisfação de seus interesses no sistema comercial de radiodifusão, como os amantes do blues, do jazz, da música contemporânea, entre outros. Na fórmula, a opção da Unesp FM é semelhante à das emissoras comerciais: a seleção musical. A alternativa se configura no tipo de música veiculado, identificado a um padrão de “bom gosto”.

As Tabelas 1 e 2 permitem a comparação entre a programação atual das duas emissoras. Percebe-se como as opções de programação da Unesp FM são parecidas com a da Rádio USP.

Sinalizamos com a cor laranja os programas musicais (sejam as meras seleções, sejam os programas destinados a gêneros específicos) e com a cor amarela os programas jornalísticos e informativos⁴.

TABELA 2 – Programação da Rádio USP							
Horário	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
00:00:00	Vira e Mexe	Olhar Brasileiro	Rádio Matraca	O Sul em Cima	Sons do Brasil	O samba Pede Passagem	
01:00:00	Biblioteca Sonora	Via Sampa Estúdio	Interação	Via Sampa	Interação		
02:00:00	Diálogos na USP	Diversidade Em Ciência	Rock Brazuca	Pesquisa Brasil	Brasil Latino	Abrace uma Carreira	Revoredo
02:30:00					Olhar da Cidadania		
03:00:00	Madrugada USP						
06:00:00	Memória Musical						
07:30:00	Jornal da USP						
08:00:00	"Ouvir Imagens", com Giselle Beiguelman	"A Qualidade da Democracia", com José Alvaro Moisés	"Globalização e Cidadania", com Pedro Dallari	"Sustentáculos", com José Eli da Veiga	"Energia", com José Goldemberg	Som da USP	
	Jornal da USP						
08:30:00	"Iconomia", com Gilson Schwartz	"Diplomacia e Interesse Nacional", com Rubens Barbosa	"Ética e Política", com Renato Janine Ribeiro	"Cidade para Todos", com Raquel Rolnik	"Datacracia", com Luli Radfahrer	Revoredo	Diálogos USP
	Jornal da USP						
09:00:00	"Horizontes do Jornalismo", com Carlos Eduardo Lins da Silva	"Minuto do Cérebro", com Octávio Pontes Neto	"Reflexão Econômica", com Luciano Nakabashi	"Poder e Contrapoder", com André Singer	"Bibliomania", com Marisa Midori		
	Jornal da USP						
09:30:00	"Saúde e Meio Ambiente", com Paulo Saldiva	"Diversidades", com Alexino Ferreira	"Na Cultura, o Centro Está em Toda Parte", com Martin Grossmann	"Espaço em Obra", com Guilherme Wisnik	"Entender Estrelas - Uma Viagem pela Astronomia", com João Steiner	Manhã com Bach	
09:35:00	Manhã na USP - Destaque para a Nova MPB						
10:00:00	"Corpo e Movimento", com José Carlos Farah	"Doutor Bartô e os Doutores da Alegria", com João Paulo Lotufo	"Fique de Olho", com Eduardo Rocha	"Saúde Feminina", com Alexandre Faisal	"Ciência e Esporte", com Paulo Santiago		
10:20:00	Por Dentro da Música	Manhã na USP - Destaque para a Nova MPB			Por Dentro da Música		
	Manhã na USP - Destaque para a Nova MPB						
10:40:00	Pílula Farmacêutica	Em Dia com o Direito	Pílula Farmacêutica	Em Dia com o Direito	CD do Mês	Playlist do Zuza	Olhar Brasileiro
10:50:00	"Observatório da Inovação", com Glaucio Arbix	"Um Olhar sobre o Mundo", com Alberto do Amaral	"Decodificando o DNA", com Mayana Zatz	"Ciência e Cientistas", com Paulo Nussenzeig	"Conflito e Diálogo", com Marília Fiorillo		
	Manhã na USP - Destaque para a Nova MPB						
11:00:00	Jornalismo - Rádio USP						
11:10:00	Manhã na USP - Destaque para a Nova MPB					Universidade 93,7	
11:20:00	CD do Mês					Diálogos na USP	
	Manhã na USP - Destaque para a Nova MPB						
11:55:00	O Samba e suas Histórias						
12:00:00	Via Sampa Estúdio						
13:00:00	Diversidade em Ciência	Saúde sem Complicações	Ambiente é o Meio	Abrace uma Carreira	Pesquisa Brasil	O samba Pede Passagem	
14:00:00	Som da USP						
14:10:00	Jornalismo - Rádio USP						
14:30:00	Anatomia Responde	É Bom Saber	Som da USP		É Bom Saber	Anatomia Responde	Diversidade em Ciência
15:00:00	Som da USP						
	Jornalismo - Rádio USP						
15:30:00	Por Dentro da Música	Som da USP			Por Dentro da Música	Rock Brazuca	O Sul em Cima
	Som da USP						
16:00:00	Jornalismo - Rádio USP						
16:05:00	Interação						
16:55:00	USP em Atividade - Giro de Notícias						
17:00:00	Brasil Latino	Olhar da Cidadania		Revoredo	Playlist do Zuza	Biblioteca Sonora	Saúde sem complicações
17:30:00	Som da USP	Biblioteca Sonora	Som da USP			Rádio Matraca	O ambiente é o meio
18:00:00	Mitologia						
	Som da USP						
18:20:00	CD do Mês						
	Som da USP						
18:45:00	De Papo pro Ar						
19:00:00	A Voz do Brasil						
20:00:00	Som da USP						
20:40:00	Por Dentro da Música	Som da USP			Por Dentro da Música	USP Especiais	
	Som da USP						
21:00:00	Autorial Brasil		USP Analisa	Lado Z	USP Especiais	Lado Z	Som da USP
21:30:00	Som da USP						
22:00:00	Por Dentro da Música	Som da USP			Por Dentro da Música	Autorial Brasil	
23:00:00	Som da USP						
	Revelando África						

Fonte: Grade de Programação Rádio USP, 2018 (editada pelo autor).

⁴ Concorde com Zuculoto (2012, p. 51) quando ela afirma não fazer "distinção entre programação informativa e programação jornalística", pois adota proposta de Meditsch" de ampliar a compreensão do jornalismo radiofônico.

A grade diurna da Unesp FM, de segunda a sexta, é ocupada predominantemente pelos programas Manhã Popular Brasileira, Musical Unesp e Fim de Tarde. Na Rádio USP temos igualmente o predomínio, na grade diurna de segunda a sexta, dos programas Manhã na USP e Som da USP. São programas de seleção musical com destaque para a MPB. Na Rádio USP, há presença maior de conteúdo jornalístico e informativo se comparada à Unesp FM. O jornalismo se concentra no período da manhã. Embora a grade seja parecida com a da Unesp FM, é mais permeada por programas curtos distribuídos ao longo dos horários de seleção musical. Há maior participação de professores e pesquisadores na apresentação de programas ou como colunistas na emissora da capital. Aparentemente, a Rádio USP também dispõe de melhores condições técnicas e estruturais para produção de conteúdo jornalístico, enquanto a Unesp FM parece dependente de material produzido pelas assessorias de comunicação do poder público local (no caso, Bauru).

Na Unesp FM, a extensão universitária também é pouco praticada, fato ainda constatado mais recentemente na pesquisa de DINIZ e MACIEL, segundo a qual, a opção praticamente maciça “pelos formatos musicais limita o espaço para outras propostas e temáticas. Outro aspecto observado é que, embora a missão da emissora esteja articulada com a universidade a que se vincula, a inserção efetiva desta na programação é relativamente tímida” (2014, p. 13). Na Rádio USP, como dissemos, percebe-se espaço maior para divulgação de pesquisas realizadas pela universidade, entrevistas com pesquisadores e programas apresentados por docentes da instituição.

Importa saber como se dão as escolhas que configuram a programação dessas emissoras, isto é, se elas seguem diretrizes claras que tenham por princípio atender ao interesse público. No caso da Unesp FM, nossa própria pesquisa concluída em 2003 e o estudo de Diniz e Maciel (2014) revelam a ausência de um projeto definido. O que se percebia, então, é que produtores e programadores pareciam fazer escolhas um tanto quanto intuitivas, a partir do que cada um considerava ser uma rádio universitária. O ecletismo da programação – se por um lado podia ser considerado um aspecto positivo, ao oferecer diferentes bens culturais em vez de promover a homogeneização da audiência, como faz o sistema comercial de radiodifusão – podia ser também resultado dessa falta de projeto (RIBEIRO, 2003).

Outro dado relevante é o de que os produtores e programadores consideravam a Unesp FM mais cultural do que educativa. Associavam uma programação educativa a cursos propriamente ditos, com uma linguagem própria e caráter didático e sequencial. Enquanto isso, a programação musical da Unesp FM era definida como cultural por promover o “enriquecimento da sensibilidade” e a valorização de uma cultura nacional e regional. Para eles, por fim, a rádio universitária tinha a

função de estender ao público o conhecimento produzido na universidade. O então diretor da emissora, prof. Dr. Murilo César Soares, também entendia que a finalidade básica de uma emissora universitária era a extensão acadêmica, tanto como forma de prestar serviço à comunidade quanto para difundir o pensamento e os valores universitários (RIBEIRO, 2003).

A questão que se impõe, entretanto, é a quem o rádio universitário está levando esse conhecimento, uma vez que outra marca distintiva das emissoras universitárias é a baixa audiência, ainda que se disponha de poucos dados a respeito. Pesquisas encomendadas pela Unesp FM ao longo dos anos revelam baixos índices. Em 1999, apenas 23,4% dos entrevistados sintonizavam a emissora diariamente e ela só atingia a liderança nos bairros de classe média. Em duas pesquisas posteriores, realizadas em 2000 e 2001, aplicaram-se questionários entre estudantes da Unesp e em quatro bairros de Bauru. Descobriu-se que a Unesp FM era líder entre o público universitário, com 45% de audiência. Já entre a população entrevistada nos bairros da cidade, a emissora era a quarta mais ouvida, sendo que 62% dos entrevistados não a ouviam nunca (RIBEIRO, 2003). Já a Rádio USP, segundo ranking divulgado pelo IBOPE trimestralmente, ocupava a 49ª posição entre 50 emissoras da Grande São Paulo no período agosto/setembro de 2017 (CHENI, 2017).

O dilema entre o papel educativo/cultural e os baixos índices de audiência não escapa aos produtores e programadores envolvidos:

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. (...) Mas eu acredito que o nosso forte mesmo é classe A e B, que são formadores de opinião. (...) Precisa mais programa educativo. Não tem programa tipo escola. (...) Mas se nosso público é A e B, pra que fazer isso? (RIBEIRO, 2003, p. 107).

Chegamos aqui, portanto, ao problema do elitismo, um dos pressupostos iniciais da nossa pesquisa concluída em 2003 e que ainda preocupa pesquisadores do rádio educativo, como Signates, para quem “não há sentido público, se a emissora educativa se torna elitista, isto é, se estabelecem a partir de elementos culturais que excluam a preferência ou o gosto popular, inclusive os que geram enormes audiências nas rádios comerciais” (apud ZUCULOTO, 2012, p. 171); e Zuculoto, segundo a qual, as emissoras “prosseguem transmitindo programas elitistas, no sentido de excluirmos as audiências populares, e mantendo ainda reduzidos seus conceitos do que é cultural e educativo” (2012, p. 237).

Em nossa dissertação (RIBEIRO, 2003), contudo, o problema do elitismo pareceu mais complexo do que a mera associação da programação a uma cultura dita “de elite”. Concluiu-se, com Santaella (1982), que um determinado bem cultural se torna de elite porque existe um sistema de ensino que nega o acesso a esse mesmo bem cultural a uma grande parcela da população. Hoje, porém, parece-nos frágil a conclusão de que elitista não é a rádio, mas o sistema de ensino. Ao manter uma programação a que somente uma parcela com elevada escolarização tem acesso – isto é, dispõe dos códigos necessários para desfrutá-la – não estaria o rádio universitário contribuindo justamente para reproduzir esse sistema elitista? Não seria ela mais um instrumento de legitimação de uma cultura tida como “superior”? Onde entraria, na concepção construída na prática por seus programadores e produtores, o caráter de extensão?

Emissoras a serviço da reprodução social?

Ainda tomando-se por referência a Unesp FM, não há evidências de que consiga promover o “enriquecimento da sensibilidade”, ainda mais levando-se em conta seu público universitário, como revelam as pesquisas de audiência. Questão similar foi notada por Canclini, em estudo sobre a frequência a museus no México, quando questionou o papel da comunicação massiva no fomento à relação com a arte. “A mídia serve para atrair pessoas predispostas ao gozo dos bens cultos pela ação mais sistemática da escola e da família” (2006, p. 145).

Há que se tomar cuidado, porém, na diferenciação entre cultura de elite, cultura popular e cultura de massa. Quando Pierre Bourdieu analisou o fenômeno da distinção cultural, por exemplo, a cultura de elite estava mais associada à música erudita (ou clássica, ou “de concerto”). O rádio educativo no Brasil já fez a opção preferencial pela música erudita no passado – o que deu ensejo às críticas ao seu caráter elitista –, mas, hoje, entre as emissoras universitárias, predomina a MPB, como aponta Zuculoto (2012) e como podemos perceber também pelas grades de programação da Rádio USP e da Unesp FM (Tabelas 1 e 2).

Como classificar, porém, a MPB? Basta ouvir um pouco a programação da Rádio USP e da Unesp FM para perceber o quão diverso é esse gênero musical, que inclui não apenas os nomes mais conhecidos do grande público, como artistas de expressão local e regional, que dialogam com os mais variados gêneros: samba, chorinho, sertanejo, carimbó, maracatu, baião, rock, funk, rap, etc. Pode-se recorrer à definição de “canção criadora extrauniversitária”, que, embora produzida por uma elite intelectual, não se formaliza como a cultura erudita, seus “símbolos e os bens culturais não são objetos de análise detida ou de interpretação sistemática” (BOSI, p. 320). Assim, a MPB é

fruto da produção de compositores e intérpretes não necessariamente dotados de formação musical clássica, e geralmente trata de temas cotidianos. Não se pode, todavia, dizer que seja música popular, em que pese o fato de elementos populares frequentemente 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. 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. Não seria, assim, nem erudita, nem popular e nem de massa, mas um meio termo entre as culturas erudita e do povo, que tenta escapar das engrenagens da indústria cultural (RIBEIRO, 2003).

Ouvir música erudita – ou consumir música erudita – é forjar um universo simbólico de elite cultural. O desprezo pela cultura de massa e pela cultura popular expurgam desse universo signos distintivos de outras classes. A MPB teria a mesma função, sendo mais acessível às classes médias não dotadas do repertório e da formação necessários à fruição da música erudita. Bourdieu afirma que a canção oferece às classes médias uma “oportunidade de manifestar sua pretensão artística recusando os cantores favoritos das classes populares (...) e afirmando sua preferência pelos cantores que tentam enobrecer este gênero 'menor'” (2015, p. 60).

A concepção de campos culturais a partir da obra de Bourdieu tem, evidentemente, suas limitações. O autor tira suas conclusões de estudos realizados na França, em um contexto sócio-histórico específico. É preciso verificar até que ponto seus conceitos correspondem à realidade brasileira do século XXI. Bauman aponta o ecletismo como um traço essencial da cultura na modernidade líquida, o que leva membros da classe média alta a ouvirem funk, por exemplo, de tal modo que “hoje, o sinal de pertencimento a uma elite cultural é o máximo de tolerância e o mínimo de seletividade” (2013, p. 16). Canclini (2006), por sua vez, trabalha com a ideia de hibridação para apontar a perda de autonomia dos campos culturais a partir da atuação dos meios de comunicação de massa, ou dito de outra forma, a legitimação dada não por elementos internos ao próprio campo, mas pelas forças de mercado. O tal ecletismo pode ser lido, assim, numa chave crítica:

Em uma cultura industrializada, que necessita expandir constantemente o consumo, é menor a possibilidade de reservar repertórios exclusivos para minorias. Não obstante, renovam-se os mecanismos diferenciais quando diversos sujeitos se apropriam das novidades (CANCLINI, 2006, p. 89).

Essa análise é necessária para que se tome consciência da violência simbólica perpetrada pelos mecanismos de distinção. A boa intenção de promover o “enriquecimento da sensibilidade” ou

“valorizar a cultura nacional” pode não ter se concretizado ao longo desses anos de experiência do rádio universitário. Como disse Canclini,

Podemos concluir que uma política democratizadora é não apenas a que socializa os bens 'legítimos', mas a que problematiza o que deve entender-se por cultura e quais os direitos do heterogêneo. Por isso, a primeira coisa que deve ser questionada é o valor daquilo que a cultura hegemônica excluiu ou subestimou para constituir-se (pp. 156-157).

Deveria, então, o rádio universitário se voltar para a cultura popular? O estudioso do tema Carlos Eduardo Moraes Dias questiona o popular como alternativo à cultura de elite na programação das emissoras universitárias e argumenta que “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” (apud RIBEIRO, 2003, p. 66). O problema nessa concepção é que impõe ao rádio universitário o mesmo condicionante das emissoras comerciais, ou seja, a audiência. Se o objetivo é oferecer o que o público quer (ou supostamente quer), as emissoras comerciais já o fazem muito bem e com o auxílio de institutos como o Ibope, capazes de medir a audiência em tempo real. Além disso, o popular não está de todo ausente nas emissoras universitárias. Mas aí caberia outro questionamento: ao circunscrever o erudito e o popular a espaços distintos na programação, o rádio universitário não contribui para perpetuar o distanciamento – e a interdição – entre os dois universos?

A questão do “gosto” não é inocente. O gosto está vinculado a um espaço social de produção desse mesmo gosto, que acaba por funcionar como um indicador de pertencimento a uma classe social. Há uma assimetria de poder nessa questão. Se uma rádio universitária se caracteriza por veicular conteúdo de “bom gosto”, é preciso discutir quem define o que é bom gosto e levar em consideração que, ao defini-lo, define-se também, por exclusão, o que é o mau gosto. O caráter de “gueto cultural” das emissoras com baixa audiência reforça seu papel como agentes de legitimação, uma vez que a raridade de um bem cultural determina seu valor simbólico.

Podemos, assim, entender o rádio universitário não apenas como reflexo de um sistema pouco democrático, mas como reprodutor do mesmo sistema à medida que legitima um padrão de gosto e oferece a uma parcela da população os elementos de legitimação de sua posição na hierarquia social? Por trás da possível boa intenção em promover valores culturais menos comerciais, mais “autênticos” ou “expressivos”, podem se ocultar relações de poder que perpetram uma forma de violência simbólica? Principalmente porque o acesso a determinados bens culturais e à posição social correspondente não se dá puramente por meio do ingresso no ensino superior. A

competência necessária à fruição da alta cultura é construída primeiramente no contexto familiar. São os filhos das classes dominantes, a partir do repertório adquirido no lar, que reúnem as melhores condições para desenvolver tais competências em outras oportunidades. Elitista, portanto, também não é apenas o sistema de ensino, pois este é parte de um sistema social elitista.

Novas tecnologias, possibilidades de democratização

As limitações impostas ao rádio universitário em seu objetivo de atender ao interesse público não significam que ele esteja em um beco sem saída. Transformações recentes na radiodifusão, especialmente com a convergência entre o rádio, novas tecnologias e redes sociais, trazem outros desafios e oportunidades. Muitas emissoras atuam apenas como *webrádios*, independentes, portanto, do sistema oficial de outorgas de FM. Com o surgimento do *podcasting*, o público pode ouvir seus programas preferidos no celular, com total flexibilidade de horário, podendo “pausar” o programa ou repetir trechos conforme a necessidade e conveniência.

Há, é verdade, autores que não consideram o *podcast* ou mesmo o *webrádio* como rádio. Na definição de Meditsch (apud FERRARETTO, 2010, p. 547), emitir em tempo real é essencial e um meio de comunicação sonoro que não emita em tempo real não pode ser chamado de rádio. Trigo-de-Sousa (2002), porém, fez uma classificação das rádios na internet que não exclui as emissoras que oferecem arquivos *on demand*, isto é, para serem ouvidos ou até baixados conforme a conveniência do ouvinte. Outra concepção mais recente é a de que o rádio seja “língua comunicacional específica, que usa a voz (em especial, na forma da fala), a música, os efeitos sonoros e o silêncio, independentemente do suporte tecnológico ao qual está vinculada” (FERRARETTO e KISCHINHEVSKY, 2010, p. 1.010).

Diante das mudanças tecnológicas e do novo perfil de “consumo” de informação sonora, o mero oferecimento de uma seleção musical parece pouco apropriado a conquistar a atenção de um público, especialmente o jovem, que pode criar a sua própria *playlist* no celular. Neuberg já apontava que “a saída talvez seja a especialização em informações complementares, a fim de chamar a atenção do público” (2012, p. 147). A ideia de hibridação (CANCLINI, 2006) se mostra útil aqui – mais do que a de ecletismo (BAUMAN, 2013) – por problematizar um processo que se dá pela mediação das indústrias culturais. Nesse processo

As culturas já não se agrupam em grupos fixos e estáveis e portanto desaparece a possibilidade de ser culto conhecendo o repertório das 'grandes obras', ou ser popular porque se domina o sentido dos objetos e mensagens

produzidos por uma comunidade mais ou menos fechada (uma etnia, um bairro, uma classe). Agora essas coleções renovam sua composição e sua hierarquia com as modas, entrecruzam-se o tempo todo, e, ainda por cima, cada usuário pode fazer sua própria coleção. (CANCLINI, 2006, p. 304).

O público das novas tecnologias de difusão radiofônica tem justamente a possibilidade de “fazer sua própria coleção”, seja nas *playlists* das plataformas digitais de *streaming*, seja nos *feeds* dos *podcasts*. Há, nesse sentido, uma afirmação de especial interesse no estudo de emissoras que têm no universitário seu público majoritário: “Considera-se cada vez mais legítimo que os universitários reestruturem seu capital simbólico em espaços da cultura massiva e da popular, sobretudo se têm traços equivalentes aos do mundo intelectual” (CANCLINI, 2006, p. 359).

Seja como for, fato é que as novas tecnologias alteram a relação entre emissor e receptor, na forma de uma hipersegmentação da audiência (FERRARETTO, p. 548). Kischinhevsky e Campos trabalham ainda com o conceito de rádio social, em que as novas mídias oferecem “não apenas um espaço de distribuição e de consumo de conteúdos sonoros, mas também de negociação de identidades, de representação social e cultural” (KISCHINHEVSKY, CAMPOS, 2015, p. 209). Isso não significa, porém, uma redução das mediações, mas o surgimento de novos intermediários em um processo de forte concentração econômica, já que emissoras locais e regionais que operam em ondas hertzianas podem vir a ser substituídas por corporações internacionais detentoras de serviços de *streaming* como Deezer, Spotify e SoundCloud (KISCHINHEVSKY, CAMPOS, 2015).

Mas cabe questionar: as emissoras estão acompanhando as transformações recentes? A Unesp FM se mostrou pouco inovadora em aspectos técnicos nos últimos 15 anos. O site na internet se limita a reproduzir a programação normal da emissora, com algumas opções de áudio *on demand*. Já o site da Rádio USP está hospedado no site do Jornal da USP e funciona basicamente como um player para a programação em tempo real, sem opções de acesso a arquivos de áudio. Em ambas as emissoras há escassa participação do ouvinte. Apenas determinados programas possibilitam alguma interatividade por meio das redes sociais. Falham, por conseguinte, em um dos critérios que poderíamos elencar para o atendimento ao interesse público: a participação da sociedade. Em relação à Unesp FM, Oliveira já constatava que a “comunicação comprometida com a cidadania esbarrava na reduzida participação do ouvinte na emissora” (2012, p. 295).

Considerações finais

O rádio universitário cumpre uma função não desprezível: tornar disponíveis produtos culturais que não encontram outros canais de expressão. Mas, na falta de projetos bem definidos,

corre o risco de se acomodar às próprias fórmulas, assim como o sistema comercial se acomoda às fórmulas ditadas pela indústria cultural. A questão do elitismo ainda merece ser debatida, mesmo que a música clássica tenha sido substituída pela MPB nas grades de programação. Pensamos que a noção de “distinção”, de Pierre Bourdieu, será útil como aporte teórico em investigações futuras.

A concepção de “emissoras públicas” também carece de melhor conceituação. Evidentemente, não se trata de uma definição simplista a partir das oposições público/privado ou público/estatal, mas da problematização da noção de “interesse público”. Pesquisas na área de Comunicação Pública têm chamado a atenção para a concepção de interesse público proveniente do Direito. Koçouski, citando o jurista Celso Antônio Bandeira de Mello, observa que “o interesse público é o *interesse do todo, do próprio conjunto social*, o que não se confunde com a ideia de soma de interesses individuais” ou que “o interesse público é a dimensão pública dos interesses individuais” (KOÇOUSKI, 2013, p. 51, grifos no original).

Entretanto, “interesse público” não se confunde com “interesse do público”, este aferido pelas pesquisas de audiência e já atendido pelas emissoras comerciais. E, na medida em que é atendido pelo sistema comercial, pode-se associá-lo a um “interesse de consumidor”. O interesse público estaria mais vinculado à questão dos direitos de cidadania, sendo, então, um “interesse de cidadão”. E dessa forma, chegamos à dicotomia consumidor/cidadão, tal como exposta por Hirschman (1983), que expressa uma alternância entre a dedicação a atividades privadas e a participação na vida pública. Mas a própria noção de cidadania não é de fácil definição em uma sociedade como a nossa, com longos períodos autoritários e curtas experiências democráticas. Cidadania requer ativismo, participação, mas a relação entre Estado e sociedade no Brasil é marcada pelo clientelismo, pelo interesse em obter benesses, de modo que seria mais apropriado falar em estadania do que em cidadania (CARVALHO, 2003; 2011).

Se pudermos, de fato, classificar emissoras como a Rádio USP e a Unesp FM como “públicas”, ainda é preciso destacar o fato de que estamos lidando com emissoras vinculadas a instituições públicas. Resta verificar se o conceito se aplica igualmente às emissoras vinculadas a universidades privadas, além daquelas que operam apenas como *webrádios* e, portanto, não detêm concessões públicas e não estão sujeitas aos regulamentos da radiodifusão educativa.

Quanto à programação, é importante observar que, ao fazerem a opção pela seleção musical, as emissoras buscam um público que, hoje em dia, tem acesso a diversos canais de mídia que lhe permitem fazer sua própria seleção. Os concorrentes da Unesp FM e da Rádio USP já não são as outras emissoras FM ou AM, mas serviços como Deezer, Spotify, SoundCloud e outros (que

oferecem outras possibilidades de legitimação simbólica). Aliás, por quanto tempo as rádios universitárias conseguirão sobreviver como emissoras exclusivamente FM? São questões que devem ser levadas em consideração em uma agenda de pesquisa para o rádio universitário no Brasil.

Referências bibliográficas:

BAUMAN, Zygmunt. **A cultura no mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2015

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil: o longo caminho**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

_____. **Mandonismo, coronelismo, clientelismo, República**. In: Botelho, André e SCHWARCZ, Lilia Moritz (orgs.). *Agenda brasileira: temas de uma sociedade em mudança*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

CHENI, Anderson. **Quais são as emissoras de rádio mais ouvidas na Grande São Paulo?** Portal Comunique-se, 2017. Disponível em <<https://portal.comunique-se.com.br/quais-sao-as-emissoras-de-radio-mais-ouvidas-na-grande-sao-paulo/>> Acesso em 23 mar. 2018.

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.

DINIZ, Thales V. G., MACIEL, Suely. **Unesp FM: Análise da Proposta de Programação a Partir da História e da Missão da Emissora**. Trabalho apresentado no IJ 07 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2014.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Alterações no modelo comunicacional radiofônico: perspectivas de conteúdo em um cenário de convergência tecnológica e multiplicidade da oferta**. In:

FERRARETTO, Luiz Artur e KLÖCKNER, Luciano. **E o rádio?** Novos horizontes midiáticos. Porto Alegre: Edipucrs, 2010.

HIRSCHMAN, Albert O. **De consumidor a cidadão:** atividade privada e participação na vida pública. São Paulo: Brasiliense, 1983.

KISCHINHEVSKY, Marcelo e CAMPOS, Luiza Borges. **Rádio social:** novos intermediários da indústria da música. Revista Novos Olhares - Vol.4 N.1, 2015.

KOÇOUSKI, Marina. **Comunicação pública:** construindo um conceito. In: MATOS, Heloiza (org.). Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2013.

NEUBERGER, Rachel Severo Alves. **O rádio na era da convergência das mídias.** Cruz das Almas/BA: UFRB, 2012.

OLIVEIRA, Aline Meneguini. **Rádio Unesp FM:** uma análise revisitada sobre o processo comunicativo da emissora na busca de maior participação social. In: DEL BIANCO, Nélia R. O rádio brasileiro na era da convergência. São Paulo: INTERCOM, 2012.

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

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

RIBEIRO, Helton Lucinda. **Unesp FM e concepções de rádio universitário.** Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Bauru: Universidade Estadual Paulista Júlio De Mesquita Filho, 2003.

TRIGO-DE-SOUZA, Lígia Maria. **Rádios.Internet.br:** o rádio que caiu na rede. São Paulo: Revista USP, n. 56, 2002.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **A programação de rádios públicas brasileiras.** Florianópolis: Insular, 2012.