

# **<sup>1</sup> Em busca de uma política de programação diferenciada e de qualidade: o desafio para as rádios universitárias**

<sup>2</sup>Veridiana Pivetta de Mello/UNISC

Este estudo pretende discutir o propósito de uma rádio universitária. Como pressupostos teóricos buscaram-se as questões que envolvem a radiodifusão educativa (a lei das educativas, o conceito de educativo-cultural e a idéia de interesse público) e o rádio como meio de comunicação voltado para o ambiente e a cultura locais. Apresentam-se aqui alguns elementos para definir uma rádio universitária, bem como as bases para uma programação qualificada e diferenciada (o que divulgar, como fazer isso e para quem se dirigir). Este texto é uma reflexão sobre um projeto que visa implantar uma emissora educativa na Universidade de Santa Cruz do Sul (RS).

Palavras chaves: rádio educativa, rádio universitária, programação de rádio

Para se discutir qual o propósito de uma rádio universitária é preciso reunir elementos que apontem num caminho a seguir, quanto a uma concepção de programação que seja diferenciada, de qualidade e com a preocupação de aceitação de público. Neste sentido, debater a função de uma rádio universitária é antes de tudo abordar a política de programação deste veículo. Começamos com duas perguntas: o que é uma rádio educativa? A quem ela se destina? Estas são duas questões fundamentais a serem analisadas quando se apresenta este tema. Cabe, inicialmente, destacar a definição operacional e a definição conceitual de rádio educativa e universitária.

A definição operacional é a utilizada pelo Ministério das Comunicações. Uma rádio educativa é aquela cuja concessão foi dada a uma instituição dedicada a educação. Isso implica em cumprir alguns requisitos como divulgar programação de cunho educativo-cultural e não veicular comerciais. A lei das educativas, em vigor atualmente, foi assinada em 15 de abril de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP 10 – Políticas e Estratégias de Comunicações, do XXVIII Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Uerj – 5 a 9 de setembro de 2005.

<sup>2</sup> Professora da Universidade de Santa Cruz do Sul. Mestre em Comunicação e Cultura pela UFRJ.

1999 pelos então Ministros Paulo Renato de Souza (Educação) e Pimenta da Veiga (Comunicações). É a Portaria Interministerial nº 651, que define os critérios para outorga de concessões, permissões e autorizações para execução dos serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens com finalidade exclusivamente educativas. Os três primeiros artigos informam:

Art. 1º - Por programas educativo-culturais entendem-se aqueles que, além de atuarem conjuntamente com os sistemas de ensino de qualquer nível ou modalidade, visem à educação básica e superior, à educação permanente e formação para o trabalho, além de abranger as atividades de divulgação educacional, cultural, pedagógica e de orientação profissional, sempre de acordo com os objetivos nacionais.

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

Art. 3º - A radiodifusão educativa destina-se exclusivamente à programação de caráter educativo-cultural e não tem finalidade lucrativas. ([http://www.rbc.org.br/re\\_text1.htm](http://www.rbc.org.br/re_text1.htm))

Como se pode observar os objetivos da lei são resguardar o aspecto educativo-cultural da programação, que, no entanto, pela abrangência do conceito permite-nos percorrer vários caminhos, e também impedir, muito concretamente, qualquer aspecto comercial para esse tipo de veículo.

Vale lembrar que a função educativa do rádio nasce com o próprio surgimento do veículo no país. A instalação da primeira emissora brasileira, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Roquette Pinto, tinha como objetivo transmitir educação e cultura ao povo (a programação incluía palestras, óperas, recitais de poesia). Várias outras rádios criadas na década de 20 mantiveram esta característica, pelo menos, até meados dos anos 30 quando as emissoras adquirem um caráter mais popular. Oficialmente o Serviço de Radiodifusão Educativa é criado em 1937 pelo governo Getúlio Vargas, em decorrência da doação, ao Estado, da Rádio Sociedade que mostrou-se inviável comercialmente (Moreira, 1991). A lei que regulamenta as rádios educativas no Brasil passou por várias modificações resultantes de interesses políticos ao longo dos anos. A lei anterior a esta que está em vigor era de 1963.

Estes mais de oitenta anos de rádio educativo mostram um desenvolvimento que é marcado pelo próprio contexto histórico e político do país. A pesquisadora Marlene Blois (2003) apresenta seis fases distintas pela qual a radiodifusão educativa passou: a fase pioneira, conforme

dito anteriormente, até a criação de Rádio-Escolas, em 1928; a segunda fase (1929-1940) consolida a ideologia implantada pelas Rádio-Escolas e cria as primeiras redes educativas; a terceira fase (1941-1966) caracteriza a interiorização e extensão da ação do eixo Rio-São Paulo com uma diversificação de sua ação educativa; a quarta fase (1967-1979) foi marcada por ações centralizadoras de utilização do rádio para fins educativos pelo Estado; a quinta fase (1979-1994) assinalou a convergência de meios massivos para a educação e se consolidou com a inauguração de FMs educativas; a sexta e atual fase, teve início em 1995 com o término das ações do SINRED (Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa) e o comprometimento de radialistas com a radiofonia educativa. Mesmo com esse breve contexto é possível perceber um aspecto que acompanhou as rádios educativas com o passar dos anos: o conceito associado à educação formal e a cultura erudita.

Já a expressão rádio universitária não existe na atual legislação: uma emissora pode ser classificada como educativa, comercial ou comunitária. No entanto, operacionalmente uma rádio é chamada de universitária quando concedida a uma universidade, embora ela seja, para fins legais, uma emissora educativa. Contudo, estas três categorizações têm um reflexo importante sobre o processo de gestão destes meios de comunicação, que serão definidores de suas concepções de programação. Segundo Robert Mcleish (2001) uma rádio não se classifica tanto pelo que ela faz, mas pelo modo como é financiada. Para ele uma emissora de propriedade institucional, seria, por exemplo, uma rádio universitária, de um hospital ou fábrica, dirigida e sustentada pela instituição para benefício de seus estudantes, pacientes, empregados, etc.

Para a definição conceitual, entretanto, requer-se maior discussão. Para Luiz Signates (1993) uma rádio educativa é aquela que está a serviço das maiorias, que neste país, são constituídas dos excluídos de diversos tipos. É a partir desta perspectiva que se pode pensar uma proposta de programação diferenciada, sem esquecer da vinculação que esta rádio deve ter com a universidade.

Algumas considerações são importantes para se compreender esta proposta. Segundo Emilio Prado (1989) o rádio é ainda nos tempos atuais o meio de comunicação mais popular e de maior alcance público. Para decodificar sua mensagem, o público não necessita de uma formação específica, apenas ouvir, o que significa dizer que ele abrange todos os públicos, da comunidade universitária a população excluída. Além disso, sua relação custo/penetração é excelente, isto é,

o rádio é relativamente simples de ser feito e pouco custoso no que diz respeito à produção e transmissão de mensagens comparado a outros meios (Ortriwano, 1985).

Esses aspectos somados à facilidade de acesso, pelo ouvinte, torna o veículo sem concorrentes. Ou seja, para se obter uma produção qualificada o maior investimento deve ser em mão-de-obra: alguns profissionais (não exige uma grande equipe) motivados e uma dose de criatividade são capazes de suprir as principais demandas de uma rádio já que o dinheiro empregado em tecnologia não é tão constante e caro como em televisão, por exemplo.

Vale destacar que este estudo busca fazer uma reflexão sobre um projeto existente na Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC), que pretende implantar uma rádio educativa universitária na instituição. Por isso torna-se importante explicar seu caráter público não-estatal.

Uma rádio universitária seria um dos meios mais adequados para divulgar a Universidade de Santa Cruz do Sul, o que nela se produz, e seu comprometimento com toda a comunidade da cidade e região. A UNISC é uma universidade comunitária, isto significa que ela é uma instituição privada de natureza pública, ou seja, uma universidade pública não-estatal. Este tipo de instituição deve pertencer verdadeiramente à comunidade que ela serve e representa e, desta forma, não tem contradições insolúveis com os membros que a compõem, pois não visa lucro. A comunidade representada internamente por alunos, professores e funcionários e externamente pelas entidades da sociedade civil organizada participa integralmente nos processos decisórios da universidade através da escolha direta, secreta e paritária de todos os cargos diretivos.

O que define a UNISC como uma universidade comunitária, diferente da maioria das universidades particulares, é a inexistência de fins lucrativos, a transparência absoluta de todos os atos, o controle público das atividades da instituição e o comprometimento com o desenvolvimento da realidade regional. Todo este discurso transforma-se em prática nas relações cotidianas dos envolvidos com a UNISC e com isso tem-se um ambiente favorável à democratização da informação e ao processo participativo, elementos estes que devem refletir-se diretamente na programação da futura rádio.

Deste modo, constrói-se um espaço profícuo para uma emissora universitária que é ter uma política de programação voltada à democratização dos meios, dos processos e das mensagens. Evidentemente que para isso não basta apresentar notícias sobre a universidade, chamar a atenção para seus eventos ou entrevistar as autoridades da administração acadêmica. É necessário que o conhecimento científico produzido seja difundido para um público amplo.

Entretanto, os méritos de um relatório de pesquisa, de uma tese de doutorado, etc, devem ser transformados em notícia, em informações relevantes para a vida cotidiana do cidadão. O que eles não podem é ir ao ar na forma original de relatório ou tese. Assim, dá-se ênfase a uma comunicação pública da ciência, termo que amplia o conceito de jornalismo científico, pois a divulgação de ciência e tecnologia, não deve ser apenas responsabilidade de jornalistas, mas também dos pesquisadores que devem estar comprometidos com a realidade na qual estão inseridos.

Neste sentido, é importante que a rádio universitária tenha profissionais de rádio, especializados nas questões científicas, que saibam lidar com processos educativos e científicos, para planejarem programas eficientes nesta área. Deste modo, cria-se a possibilidade de oferecer e mesmo testar um tipo de programação diferenciada, com novos conteúdos, dando ao público tanto uma oportunidade de ouvir como uma chance de escolha, o que é cada vez mais raro nos meios de comunicação de massa.

Outro aspecto fundamental do veículo, que deve ser discutido, é sua dimensão local. Com a globalização e os avanços tecnológicos nos meios de comunicação, o rádio ainda é o espaço destinado ao local, ao comunitário, por excelência. É no espaço local que se estabelecem as relações de pertencimento, as afetividades, enfim, as identidades individuais e coletivas. O rádio não é universalizável, pois utiliza a expressão da palavra falada através de uma língua comum, com o sotaque regional, impregnado de coloquialidade e por isso mesmo de identidades culturais próprias de cada lugar onde a mensagem for emitida. Dentro desta perspectiva poderia se moldar uma emissora com o propósito de servir como um meio capaz de articular as relações sociais do público através de elementos de identificação como a utilização da mesma linguagem do lugar que ela está inserida, a percepção de mundo e do cotidiano das pessoas e ainda o compromisso com o registro e o incentivo à cultura local nas suas mais diversas manifestações.

Por ser um veículo próximo do ouvinte, um companheiro, pois é esta a relação das pessoas com o rádio, a emissora universitária não poderá esquecer de incluir na sua política de programação este aspecto prático através de um radiojornalismo de prestação de serviço (não se refere aqui a divulgação da previsão do tempo ou as condições do trânsito), com uma dimensão diferenciada e até mais ampla do que é educativo. O conceito de rádio educativa não pode estar mais ligado à idéia de escolas radiofônicas, isto é, a transmissão de aula pelo rádio. Trabalha-se hoje, com um conceito mais cultural. Nas palavras da professora Nélia Del Bianco “o educativo

entra como um serviço de discussão de idéias e de mobilização da sociedade, chamando os ouvintes para participarem de ações em sua localidade e tornarem-se sujeitos ativos” (apud Pavan, 2002).

Portanto, é relevante que a programação tenha como diferencial o fato de ser comunitária, participativa, sair dos estúdios, através de uma unidade-móvel, por exemplo, e debater os problemas e/ou temas de interesse da sua região. A identidade local de uma emissora se constrói através do tipo de jornalismo que ela pratica. Segundo Paul Chantler e Sim Harris (1998), as estações de rádio locais que querem atingir grandes audiências e ignoram o jornalismo correm riscos. Pois, num mercado cada vez mais disputado, o jornalismo é um dos poucos elementos que distinguem as emissoras locais de todas as outras. Por isso é importante investir no jornalismo como um elemento diferencial, dentro de uma rádio universitária.

Quando se fala de uma política de programação para uma rádio, não se pode esquecer para quem ela se destina. Uma rádio para todo mundo numa sociedade estratificada como a brasileira, acaba sendo uma rádio para ninguém. Porém, não se pode destinar o veículo a um público único, como o jovem, por exemplo, que é o público alvo da universidade e que merece especial atenção, sob pena de restringir muito a audiência, o que poderia comprometer a viabilidade financeira da rádio. Mesmo que ela não seja uma rádio comercial - mas da universidade -, deverá ter patrocinadores de programas na forma de apoios culturais. Esta é, convém esclarecer, a única possibilidade de arrecadação de recursos em uma emissora educativa.

O melhor caminho para este veículo poderá ser a segmentação da audiência, isto é, uma programação diversificada com programas dirigidos aos vários tipos de público. Uma rádio eclética, segmentada (por públicos) e especializada (por áreas/temas) nos programas e com ênfase ao radiojornalismo de qualidade, em FM, o que seria uma inovação, em nível regional pelo menos, já que as rádios nesta frequência costumam dedicar-se exclusivamente à música. Qualidade entendida aqui como “a discussão inteligente, informativa e ética dos valores culturais e sociais” (Signates, 1993), em meio ao formato de entretenimento que caracteriza a percepção radiofônica pela sociedade. Robert Mcleish (2001) também percorre este caminho ao dizer que o objetivo de uma rádio é informar (papel do jornalista), instruir (permitir que as pessoas adquiram conhecimento e aptidões), entreter (fazer o público rir, relaxar ou passar horas agradáveis) e tranquilizar (fazer companhia e dar apoio).

Por outro lado, deve-se considerar que não há sentido público, se uma emissora educativa se torna elitista e queira estabelecer um padrão de qualidade a partir de elementos culturais eruditos que excluam a preferência ou o gosto popular. Para o professor Signates qualidade é o que o público-alvo considera qualidade, adicionada com a educação para a racionalidade. É isto que se quer dizer com a provocação de uma discussão inteligente – e não se devem considerar aqui somente aquelas pessoas que passaram por universidades ou tenham elevado poder de consumo. Contudo, também não há sentido em optar pelo modelo popular, no estilo comercial AM, com seus programas policiais ou daqueles em que o comunicador reza, dá conselhos, xinga e esbraveja contra tudo e todos, provocando um efeito de catarse no ouvinte, mas sem nenhuma argumentação consistente. O melhor caminho, então, para se desenvolver uma boa programação é aliar entretenimento ao conteúdo educativo. Entretanto, iniciativas deste tipo são poucas, pois a maioria das rádios brasileiras está nas mãos de comerciantes, que objetivam só o lucro, de políticos e de religiosos, que optam pelo proselitismo.

Uma emissora educativa, nas palavras de Signates, deve respeitar as condições de recepção dos públicos alvos, estimular sua participação, criando condições para que interfira nas tomadas de decisão, e traga consigo uma concepção pedagógica altamente construtivista, ou seja, que crie o ambiente e a informação para que o ouvinte reflita a mensagem e a realidade. É necessário ter em mente um sentido emancipatório para o destinatário.

Isso não quer dizer que a concorrência por audiência deva ser esquecida. Ela deve se dar, contudo, numa perspectiva diferenciada. Teoricamente, a concorrência se estabelece: por competição; por alternativa ou especificidade; por eliminação ou por inovação. Neste sentido uma política de programação deveria ser *alternativa, especializada e inovadora*, assim poder-se-ia buscar os vários os públicos potencias da emissora, através da diferenciação dos programas oferecidos.

Concretamente, a programação de uma rádio universitária deve estar baseada em uma pesquisa de opinião, através da seleção dos segmentos de audiência desejados, da identificação de suas necessidades e possibilidades de desenvolvimento, do diagnóstico de suas práticas, para somente assim, definir as diretrizes a serem seguidas sobre o que é útil a esses ouvintes.

Contudo, para que uma rádio universitária realmente cumpra com os objetivos a ela propostos, é indispensável que esta emissora possua uma equipe de profissionais bem estruturada. Uma emissora séria e competente não pode funcionar apenas como laboratório de

um curso de Comunicação Social. A integração da emissora com o curso de Comunicação é saudável e enriquecedora para ambos, porém, o papel dos estudantes aí deve ser na condição de estagiários, no sentido de buscar uma vivência pedagógica e orientada na convivência com os profissionais e com os ouvintes, e não como produtores ou responsáveis pela programação ou programas, atividades estas que deverão estar sempre a cargo de profissionais, sejam eles professores ou não. Marlene Blois (2003) destaca que é uma das funções de uma rádio educativa contribuir para a formação de recursos humanos voltados para atuar no veículo. Neste sentido, a atuação de acadêmicos de Comunicação e Educação “é a maneira mais indicada para agir com o futuro profissional, ficando o treinamento em serviço recomendado para os que já estejam engajados na força de trabalho (formação permanente ou continuada)”.

A rádio da UNISC bem como as emissoras educativo-culturais na sua totalidade poderiam ser uma alternativa de qualidade ao quadro geral de mesmice e mediocridade apresentado hoje pela maioria das emissoras, entretanto, não existe nada na legislação que observe a necessidade de se garantir um espaço para esse tipo de produção. Ao contrário, segundo Luiz Alberto Sanz (1996), as 25 ou 30 rádios culturais que pertencem às universidades públicas estão submetidas a um processo de sucateamento. “No momento, a posição do Ministério da Educação sobre esse assunto é que o Ministério não tem que ter *esse negócio* de rádio” (p.135). Segundo dados do Ministério das Comunicações, 176 rádios são consideradas educativas. O maior problema das estatais, pelo menos, é a carência de recursos, que não permite que as emissoras tenham um grande potencial de produção do ponto de vista financeiro e/ou de pessoal. Isso demonstra a falta de preocupação dos governos com a função social e mesmo a existência destes veículos.

No entanto, as emissoras FMs educativo-culturais que estão surgindo, concedidas à universidades privadas, que sejam realmente comprometidas com o interesse público e sua função educativa, podem ser um espaço para essa programação diferenciada, já que não sofrem tão fortemente as pressões comerciais. Estas emissoras admitem patrocínios culturais, contudo, são mantidas financeiramente por fundações ligadas às universidades e, portanto, podem disponibilizar recursos para desenvolver uma boa programação se compreenderem verdadeiramente a concepção de uma proposta educativo-cultural.

Neste sentido, uma emissora universitária seria um dos poucos espaços onde o interesse público poderia se desenvolver garantindo a expressão das diferentes culturas e o pluralismo dos



pontos de vista frente ao monopólio dos meios pelas empresas privadas e à crescente fusão e concentração das empresas de comunicação. Para Armand Mattelart a idéia de serviço público está em crise e cada vez mais se reduzem estes espaços diante da mentalidade mercantil, por isso é papel das instituições de ensino superior possuir esse caráter público. “Creio que, neste sentido, as universidades desempenham um papel importantíssimo. Creio que é preciso lutar pela extensão da missão das universidades e das fundações neste trabalho” (Fíguro e la Torre, 1999, p. 69). Referindo-se as rádios das universidades federais, Sandra de Deus (2003), argumenta que o poder transformador do rádio de caráter público “está na ruptura com o modelo comercial, traduzindo na sua liberdade de desenhar suas propostas de caráter educativo e cultural, sem depender das leis de oferta e demanda, e de trazer conteúdo e gêneros não cobertos pelo sistema comercial”.

Os argumentos expostos até aqui são fundamentais para se compreender a concepção educativo – cultural de uma rádio universitária que seja pautada pela qualidade do conteúdo de sua programação, pelo diferencial no sentido de ter algo a oferecer que não a reprodução dos programas das rádios comerciais e pela preocupação, não de audiência, mas de público através a interação sistemática com a comunidade.

Na avaliação de Marlene Blois (2003) as rádios educativas vêm cumprindo seu papel. Do ponto de vista da educação, “o Rádio, em oito décadas, contabiliza expressivas realizações, marca seu compromisso com a nossa cultura, mantém um certo padrão da língua portuguesa, passando informalmente aos ouvintes norma culta, sem negar ou desprezar a diversidade regional num país continental”. Contudo, estas emissoras têm pela frente um desafio, manter sua função de valorizar e preservar a memória histórica e cultural da comunidade da qual fazem parte diante da desterritorialização que a comunicação virtual estabelece. Desenvolver uma programação que ofereça interatividade de fato ao ouvinte, respeitando a diversidade cultural e a identidade local, parecer ser o caminho para a construção de uma referência de realidade para os dias atuais.

### **Referências Bibliográficas**

BARBEIRO, H., Lima, P.R. *Manual de Radiojornalismo*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001.

BLOIS, Marlene. *Rádio Educativo no Brasil: Uma História em Construção*. In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br>>. Acesso em 23 de mar. 2005.

CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. *Radiojornalismo*. São Paulo: Summus Editorial, 1998.

DEUS, Sandra de. *Rádios das Universidades Federais: Função Pública e Compromisso Laboratorial*. In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte, 02 a 06 de setembro de 2003. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br>>. Acesso em: 14 mar. 2005.

FÍGARO, Roseli. *TV se Faz com Cultura*. In *Comunicação & Educação*. Ano IV. Número 11 – janeiro/abril. São Paulo: Editora Moderna, 1998.

FÍGARO, Roseli, LA TORRE, Alberto Efendy Maldonado Gómez de. *Comunicação e Interesse Público*. In *Comunicação & Educação*. Ano VI. Número 16 – setembro/dezembro. São Paulo: Editora Moderna, 1999.

MCLEISH, Robert. *Produção de Rádio*. São Paulo: Summus, 2001.

MELLO, Veridiana Pivetta de. *Rádio: um meio estruturador do local*. Orientadora: Raquel Paiva. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 1999, Dissertação. (Mestrado em Comunicação e Cultura)

MOREIRA, Sonia V. *O Rádio no Brasil*. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1991.

ORTRIWANO, Gisela. *A Informação no Rádio*. 2ªed. São Paulo: Summus, 1985.

PAVAN, Alexandre. *Em Busca de Sintonia: Especialistas apontam crise no modelo brasileiro de radiodifusão educativa*. *Rede Brasil de Comunicação Cidadã*. Disponível em: <[http://www.rbc.org.br/re\\_text1.htm](http://www.rbc.org.br/re_text1.htm)>. Acesso em: 16 abr 2002.

PRADO, Emilio. *Estrutura da Informação Radiofônica*. São Paulo: Summus, 1989.

PRIOLLI, Gabriel. *Diretrizes e Características de Programação: integração com a comunidade*. In: DE CARLI, Ana Mery Sehbe, TRENTIN, Ary Nicodemos (org). *A TV da Universidade*. Caxias de Sul: UCS, 1998.

SANZ, Luiz A. *Tempo e espaço do real ao imaginário*. In ZAREMBA, Lilian, BENTES, Ivana (org). *Rádio nova, constelações da radiofonia contemporânea*. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO/Publique, 1996.

SIGNATES, Luiz. *Política de programação de rádio universitária educativa*. Texto. III Encontro Nacional de Rádios, TVs e Produtoras Universitárias. [s.l:s.n.] setembro/1993.