



Título: A ausência de propostas educativas e cidadãos no rádio AM: uma análise das emissoras de Campinas¹

Autora: Profa. Dra. Ivete Cardoso do Carmo Roldão²

Pontifícia Universidade Católica de Campinas

Resumo

O trabalho faz um resgate do perfil da programação das emissoras AM de Campinas SP: Educadora, Brasil, Cultura, Central e Jequitibá. Estudo de caso realizado por meio de análise bibliográfica e documental, entrevistas, além de reportagens e propagandas das rádios nos jornais da cidade. Os resultados apontam as modificações ocorridas, desde a programação educativa e cultural do início do rádio, até a análise da grade de programação atual na qual há o predomínio do arrendamento para igrejas, programação em rede em detrimento da local e ausência quase total de jornalismo. O que demonstra que a programação atual do rádio AM em Campinas não contribui, minimamente, com a educação informal, que pode ser passada também por meio da mídia, e consequentemente não auxilia na construção da cidadania da população da cidade.

Palavras-chave: rádio; programação; educação; cidadania

Introdução:

Pelo menos um aparelho de rádio, mesmo que funcionando a pilha, está presente em todos os lares brasileiros. Isso é o que demonstrou o Senso do IBGE de 2000. Além disso: “O rádio é imbatível das 6 horas da manhã até às 19 horas. A TV alcança seu pico entre 19 e 22 horas³ Meditsch (2001, p. 41) confirma que o rádio só perde em audiência global para a TV entre as 18 e as 24 horas.

Para que o rádio alcance todo o território, mais de três mil emissoras estão espalhadas pelo país. Mas a perda sucessiva de espaço e audiência das emissoras AM para as emissoras FM resultou em tipos específicos de programação. Esse processo já era uma realidade na década de 80, quando o rádio AM passou a se dedicar prioritariamente às classes menos privilegiadas, como observou Lopes (1988, p.103):

¹ Trabalho apresentado ao NP Comunicação Educativa do VII Encontro de Núcleos de Pesquisa da Intercom.

² Jornalista e Mestre em Educação pela Puc-Campinas; Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP; professora da Faculdade de Jornalismo da Puc-Campinas, onde participa do grupo de Pesquisa Comunicação e Política, na linha de pesquisa Comunicação e Cidadania. Endereço Eletrônico: carmo-roldao@puc-campinas.edu.br

³ Informação extraída do artigo **O rádio e o poder**, publicado por Amarildo Augusto, no site Canal Imprensa. www.canalimprensa.com.br. Acesso em 30.01.2006.



“O rádio AM, de gêneros variados de mensagens, é preferencialmente consumido pelas classes populares (CDE), enquanto o rádio FM, dominado pela programação musical, tem sua audiência concentrada na classe alta e setores médios e altos da classe média”.

Atualmente, com a programação dirigida, prioritariamente, para as classes populares e voltada apenas para a obtenção de audiência que tem como consequência o lucro para a emissora, a contribuição do rádio AM com a educação, com a garantia do direito à comunicação e, conseqüentemente, o interesse do cidadão, praticamente inexistente. Entendemos que os meios de comunicação deveriam ter um papel determinante no fornecimento de subsídios que permitissem o exercício da cidadania. No entanto, observamos que ocorre exatamente o contrário.

Para discutir tais aspectos é importante que seja definido com quais conceitos este trabalho se identifica. Temos como referência a definição de cidadão como sujeito histórico, cujos pressupostos básicos são a participação e a igualdade. “O cidadão deve ser formado para governar a si e os demais ao seu redor, que, individualmente, têm diferenças, mas devem gozar de condições de igualdade na definição dos destinos da cidade, na co-gestão das coisas coletivas” (MARTINS, 2000, p.39).

Concordamos com Martins quando afirma que, para superar a condição abstrata em que os direitos são estendidos a todos, deve-se apontar como pressupostos do conceito de cidadania a participação com igualdade. Mas esses pressupostos só se tornarão efetivos se os indivíduos tiverem acesso à informação sobre os mecanismos institucionais voltados à participação. “Eis, portanto, um terceiro pressuposto desse conceito de cidadania: o acesso à informação, que hoje, se apresenta como uma das mais valiosas mercadorias do mundo contemporâneo” (MARTINS, 2000a, p.116).

Já Cicília Peruzzo (2004), faz uma análise dos pensamentos de vários estudiosos sobre o que é o Direito à Comunicação e lembra que o termo tem sofrido modificações em nosso tempo.

A nosso ver, tal concepção vem sendo renovada ao incluir a dimensão do direito à comunicação enquanto acesso ao poder de comunicar. As liberdades de informação e expressão postas em questão na atualidade não dizem respeito apenas ao acesso da pessoa à informação como receptor, nem apenas ao direito de expressar-se por “quaisquer meios” – o que soa vago -, mas de assegurar o direito de acesso do cidadão e de suas organizações coletivas aos meios de comunicação social na condição de emissores – produtores e difusores – de conteúdos. Trata-se, pois, de democratizar o poder de comunicar (p. 57).



A partir desses conceitos esta pesquisa reúne subsídios que devem contribuir para a compreensão do papel das emissoras de rádio AM em Campinas, interior de São Paulo, e se propõe a verificar se elas apresentam algum tipo de contribuição à educação informal, já que o próprio Código Brasileiro das Telecomunicações exige uma programação de cunho cultural sobreposta à propaganda e ao entretenimento⁴.

Utilizamos termo educação informal que, segundo o *site* do INEP⁵, designa:

um tipo de educação que recebe cada indivíduo durante toda sua vida ao adotar atitudes, aceitar valores e adquirir conhecimentos e habilidades da vida diária e das influências do meio que o rodeia, como a família, a vizinhança, o trabalho, os esportes, a biblioteca, os jornais, a rua, o rádio, etc. [...] Processo educativo assistemático que ocorre em meio à família, ao ambiente de trabalho, a partir da mídia, em espaços de lazer, entre outros, e resulta no desenvolvimento de conhecimentos e valores.

As emissoras AM, além da importância histórica no que diz respeito à constituição da comunicação de massa, ainda mantêm um público fiel importante, composto majoritariamente por pessoas com mais de 30 anos, das classes C, D e E. Esta pesquisa faz uma reflexão sobre que tipo de programação é oferecido a esse público.

São cinco as emissoras de rádio AM na cidade de acordo com o relatório disponibilizado no *site* do Ministério das Comunicações, que apresenta a composição societária das emissoras de radiodifusão: rádio Bandeirantes de Campinas (ex-Educadora), rádio Brasil; rádio Cultura (Globo Campinas) rádio Central e rádio Jequitibá.

Para alcançar os objetivos traçados nesta pesquisa foi utilizado como método o estudo de caso de natureza qualitativa. Conforme Yin (2001, p. 27): O estudo de caso conta com muitas das técnicas utilizadas pelas pesquisas históricas, mas acrescenta duas fontes de evidências que usualmente não são incluídas no repertório de um historiador: observação direta e série sistemática de entrevistas.

Na pesquisa foi utilizada, além da análise bibliográfica, a análise documental com base em documentos públicos que foram levantados junto ao arquivo do Centro de Memória da Unicamp, e junto ao *site* do Ministério das Comunicações. Entre os procedimentos, a pesquisa teve como base prioritária as entrevistas com atuais e antigos

⁴ Código Brasileiro de Telecomunicações Capítulo 5, Artigo 38, item *d*

⁵ Inep – Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira:

<http://www.inep.gov.br/pesquisa/thesaurus/thesaurus.asp?te1=122175&te2=122350&te3=37527>. Acesso em 26.05.2007



diretores e coordenadores de programação das emissoras e a busca de reportagens e propagandas das rádios em jornais da década de 1930 até os dias atuais, no acervo da RAC - Rede Anhanguera de Comunicações, proprietária dos jornais Correio Popular e Diário do Povo, de Campinas.

É importante explicitar que, foi feita uma checagem das informações entre os entrevistados e também a partir do material impresso obtido: documentos, jornais e levantamento bibliográfico. Por meio desses recursos procuramos constituir o perfil da programação das cinco emissoras de rádio AM de Campinas desde 1930, quando foi inaugurada a primeira emissora AM em Campinas, até 2006.

Um resgate da programação:

No início da radiodifusão no Brasil os aparelhos de rádio custavam muito caro e poucas pessoas tinham acesso a ele. Assim, embora idealizado para as camadas menos favorecidas da sociedade, o modelo de rádio da década de 1920 era marcado “por uma programação bastante elitista e que consistia na veiculação de óperas, recitais de poemas, sessões de música clássica e palestras científicas” (COSTA, 2005, p. 61).

O rádio em Campinas também atendia o papel cultural das emissoras em geral nas décadas de 1930 e 40. Quatro dias após obter o prefixo, a primeira emissora da cidade, PRC-9 Sociedade Rádio Educadora de Campinas, publicava a sua programação, ainda experimental, no jornal Diário do Povo de 15.11.1933. Ela ainda trazia as premissas do modelo do rádio brasileiro, que nasceu com o objetivo cultural e educativo, como definiu seu fundador, Roquete Pinto: apresentações de radioteatro, grandes shows de auditório com artistas trazidos do Rio de Janeiro e de São Paulo, programas de música erudita, etc.

Todavia, as dificuldades financeiras fizeram com que as emissoras agonizassem. As mensalidades pagas pelos sócios dos clubes e associações nem sempre eram regulares, por isso, apesar da proibição, muitas emissoras começaram a introduzir os chamados “reclames”, os anúncios daquele tempo, única forma encontrada para garantir-lhes a sobrevivência. Em todo o país, de acordo com Ortriwano (1985, p. 15):

Com o advento da publicidade, as emissoras trataram de se organizar como empresas para disputar o mercado. A competição teve, originalmente, três facetas: desenvolvimento técnico, status da emissora e sua popularidade. A preocupação “educativa” foi sendo



deixada de lado e, em seu lugar, começaram a se impor interesses mercantis.

Assim, programação desse veículo começa a ser modificada em todo o país com a regulamentação da propaganda, a partir de 1932. O primeiro decreto específico para a radiodifusão - 01/03/1932 -, permitia a transmissão de anúncios publicitários em 10% e mais tarde em 20% do total da programação. Com o decorrer dos anos, a publicidade começa a ocupar cada vez mais espaço na programação radiofônica, substituindo a sua finalidade principal, que era educativa. Assim, o rádio passou a estar ligado a interesses políticos e econômicos.

Em Campinas, de acordo com Jolumá Britto (apud OLIVEIRA et al, 1987, p. 74-5) a Educadora, ainda na década de 30, começou a popularizar a sua programação, embora mantivesse sempre um espaço para os programas mais educativos e de música orquestrada. Em 1936, por exemplo, quando foi comemorado o centenário de Carlos Gomes, a emissora transmitiu o Programa Centenário do compositor campineiro em conjunto com uma série de atividades organizadas na cidade. No dia 02 de julho de 1941, foi inaugurado o radioteatro com direção de Vicente Ghilardi e participação do elenco do Grêmio Artístico Bandeirantes (GAB)⁶.

Em 1939 a Educadora lançou um programa para ensinar o nosso idioma: “Quartos de horas de Portuguez”. Aos interessados em se inscrever no curso eram enviados exercícios mimeografados corrigidos e explicados pelo professor Adalberto Prado Silva, conforme divulgou o jornal *Diário do Povo* de 21.05.1939.

Na década de 1950, a Educadora passou a ter como concorrente a rádio Brasil, com uma programação mais popular e voltada para o esporte e, posteriormente, também a concorrência da rádio Cultura. A rádio Brasil se destacou, em especial, pela cobertura do futebol, acompanhando o desempenho dos clubes campineiros. Irradiava também luta livre, pingue-pongue, ciclismo, natação e até pimbolim e jogo de botão.

É a partir de então que a programação do rádio em Campinas começa a se popularizar e a divulgar cada vez mais propaganda. O jornalista Zaiman de Brito Franco⁷ conta que, no rádio AM nesse período, “o locutor entrava no estúdio e lia uns quarenta textos, era texto que não acabava, e aí tocava uma música, e vinha texto , texto: compre na casa tal, máquina Vigorelli, não tinha quase *spot* , aí tocava outra música...” .

⁶ GHILARDI, Vicente. Meus 30 anos de teatro – 1919 a 1949. Memorial que escreveu aos filhos: mimeo, s/d.

⁷ Em entrevista à autora. Campinas, outubro de 2006.



Mesmo com a popularização, na década de 50, o rádio AM tinha uma programação diversificada. Em 1955 a rádio Cultura, por exemplo, apresentava o programa “Mestres Solistas – temas escolhidos” (Correio Popular, 12.07.1955), e em 1957 já havia programa de juventude, de saudosistas, de tangos à meia-noite, entre outros.

Durante três décadas, as emissoras AM – Educadora, Brasil e Cultura - disputaram os ouvintes e o mercado publicitário campineiro, dando grande ênfase para as equipes esportivas. Com a chegada do rádio FM e o fortalecimento das TVs regionais a partir da década de 1970, o rádio AM se tornou ainda mais popular, passando a desenvolver também o jornalismo.

Na década de 1980 entraram no ar as rádios Central (1980) e Jequitibá (1984). A primeira, com uma proposta de jornalismo, e a segunda, um pouco mais tímida, depois se transformaria na primeira rádio sertaneja de Campinas.

Com o slogan “Minuto a minuto, jornalismo em todos os setores da cidade”, no dia da inauguração, 07 de novembro de 1980, no jornal Correio Popular, a rádio Central anunciava a programação, enfatizando que seria composta por música, esporte, jornalismo e um papo inteligente sobre os acontecimentos importantes. “Um esquema de classes para agradar a todas as classes”. Posteriormente, mesmo com a saída dos renomados jornalistas que compuseram o grupo inicial da emissora, em 1985⁸, a rádio Central continuou com uma forte equipe de esportes. Além disso, a equipe de jornalismo, embora reduzida, continuava atuante. Com duas viaturas, jovens repórteres estavam em diversos pontos da cidade e entravam no ar a qualquer hora. Na programação estava muito presente a música popular brasileira.

Em 1984 entrou no ar quinta e última rádio AM de Campinas: a Jequitibá, que nasceu de forma muito discreta. Para se ter uma idéia, não foi encontrada nenhuma reportagem nos jornais da cidade sobre a inauguração da emissora. No início a rádio não tinha uma identidade que pudesse servir como atrativo para o ouvinte. Apenas em 1988, passou a ser uma rádio sertaneja com 24 horas de programação. Além dos comunicadores populares, havia também uma equipe esportiva e uma pequena equipe de jornalismo, que produzia o noticiário, de hora em hora, e um pequeno jornal de meia hora pela manhã.

⁸ Nos anos de 1985/86 esta autora fez parte da equipe de jornalismo da rádio Central como repórter, pauteira e editora.



Na década de 80, enquanto as duas últimas emissoras inauguradas na cidade tentavam se estruturar as três emissoras mais antigas disputavam a liderança. De acordo com João Pinheiro,⁹ que foi diretor da rádio Educadora por mais de 20 anos (1980-2001), quando a TV Globo começou a montar os SPs – 1, 2 e 3 (no caso de Campinas, o Jornal Regional), os anunciantes começaram a migrar para a TV e as rádios começaram a ter mais dificuldades de faturamento.

A rádio Educadora, por exemplo, fez parcerias com grandes lojas para divulgar premiações, como uma forma de fazer propaganda e ganhar os ouvintes com os brindes. Nessa época, popularizar significava também tocar mais sertanejo, assim a emissora fez grandes shows com duplas dessa linha musical. Tinha também um programa policial, já que na década de 80 era um tipo de programa presente na maioria das emissoras. Mas, mesmo com a popularização, mantinha uma equipe de jornalismo.

Já a rádio Brasil, na década de 1980, continuava com a programação popular e fez, também, um convênio com a rádio Globo, na época do comunicador esportivo Osmar Santos. Assim, procurava manter a tradição no esporte, que sempre foi o carro chefe da emissora.

Em meados da década de 1980 a rádio Cultura ganhou maior envergadura com uma linha voltada para o jornalismo, sem deixar de lado os programas dos comunicadores populares. Além disso, havia o programa policial e também a equipe esportiva.¹⁰

A rádio Central tentou manter uma equipe de jornalismo atuante até o final dos anos 80, mas no início da década de 1990 assumiu o perfil de programação popular que permanece até hoje. A Jequitibá se mantinha como rádio sertaneja, mas desde o início dessa década, passou a arrendar uma parcela significativa da grade de programação para igrejas evangélicas.

A rádio Brasil também enveredou por esse caminho, depois de ter sido reconhecida, principalmente, pela equipe esportiva. Na Brasil, no início dos anos 90, a Igreja Universal ocupava alguns horários da noite. Conforme reportagem do Diário do Povo de 13.04.97, nesse período, apesar da programação evangélica, a rádio Brasil ainda tinha no esporte o carro chefe de sua programação. Em 1999, a emissora foi arrendada pela Igreja Deus é Amor, do Pastor Davi Miranda e passou a transmitir 24

⁹ Em entrevista à autora. Campinas, setembro de 2006.

¹⁰ Entre 1986 e 1988, esta autora trabalhou na equipe de jornalismo da Rádio Cultura como repórter e pauteira.



horas por dia de programação evangélica, deixando de investir, inclusive, nas transmissões de jogos de futebol.

Já a rádio Cultura durante quase toda a década de 1990, passou a retransmitir a rede CBN (Central Brasileira de Notícias), tendo apenas alguns espaços para o noticiário local. Era a primeira vez que uma rádio AM de Campinas retransmitia a programação de uma emissora nacional.

A formação de redes começou a mostrar-se como uma tendência na radiofonia brasileira na década de 80. Esse fenômeno também se expandiu por motivação econômica, na busca por maior lucratividade com menor investimento possível, visto que as emissoras receberam das redes programas prontos para serem veiculados. Ortriwano (1985, p.33) já chamava atenção para as conseqüências negativas:

Assim como aconteceu com a televisão, agora o rádio corre o risco de apresentar programas – inclusive os jornalísticos – desvinculados da realidade local, perdendo com isso a força da proximidade, da programação feita com base em hábitos e costumes específicos, com o linguajar da própria região. A programação homogeneizada passa a ganhar espaço, a criatividade local não tem como manifestar-se e o mercado de trabalho fica cada vez mais restrito.

O rádio AM em Campinas hoje

A atual rádio Bandeirantes de Campinas deixou de ser rádio Educadora e passou a investir no jornalismo em 2002. A mudança no nome e na linha de programação da emissora não foi uma decisão isolada de Campinas. De acordo com o diretor da emissora Rodrigo Neves¹¹, era um sonho de João Saad, fundador do grupo Bandeirantes, e de João Carlos Saad, atual presidente. Embora a mudança de nome tenha acontecido em julho de 2002, a implementação do jornalismo 24 horas foi feita gradualmente. A programação passou a ser toda dedicada ao jornalismo no início de 2004.

No início de 2006, a programação da rádio Brasil era formada por programas locais bastante populares e mostrava um índice muito baixo de jornalismo em sua grade. Essa programação ficou no ar até junho de 2006, quando a emissora fez um contrato com a rádio Aparecida, passando a usar o slogan “rádio Brasil - em sintonia com a fé católica”, e a retransmitir grande parte da programação daquela emissora.

¹¹ Em entrevista à autora. Campinas, dezembro de 2006.



A rádio Cultura atualmente retransmite a rádio Globo de São Paulo. A emissora, em 2000 fez um convênio com a rádio América, em função da audiência proporcionada pelo programa do Padre Marcelo Rossi. Mas em 2002 o padre comunicador trocou a rádio América pela rádio Globo. A Cultura AM continuou retransmitindo a rádio América, mas com a saída do padre a parceria ficou insustentável.

Atualmente na programação da rádio Central predomina o atendimento ao ouvinte, a música “brega” e sertaneja, orações, curiosidades, prestação de serviço, opinião, horóscopo, receitas culinárias, leitura de cartas, mensagens e o espaço intitulado “ligou-tocou”. É evidente a valorização dos locutores e, por conta disso, a música tem finalidade plástica. A Central possui também, ao longo de sua programação, boletins de Política e Economia, Trânsito e Estradas, Tempo, Polícia, correspondentes em São Paulo, Brasília, Plantão de Notícias e Esporte.

A rádio Jequitibá retransmite 24 horas de programação religiosa, exceto os informativos (notas jornalísticas) de hora em hora, das 7 às 19 horas, produzidos pela própria emissora. Ela está, desde agosto de 2003, arrendada integralmente para a Igreja Deus é Amor.

Foi possível observar por meio desta pesquisa que das emissoras AM de Campinas apenas uma emissora - a rádio Central - tem a programação integralmente produzida na cidade, exceto o programa de meia hora “Que Saudade de Você”, do comunicador Eli Corrêa.

Há, todavia, uma diferença importante entre as rádios: a proporção entre programas locais e nacionais. Na Bandeirantes, apesar de pertencer a uma rede nacional, os programas locais ocupam mais de 70% da grade. Na Brasil, o “Programa Paiva Neto”, terceirizado, é nacional, além de outros programas da rádio Aparecida, incluídos na grade após a realização de parceria. Enquanto isso, a Cultura possui uma programação predominantemente nacional, produzida pela Rede Globo, com apenas cinco horas de programação local.¹².

Ou constatação é que as emissoras podem ser divididas em três categorias distintas: jornalística (Bandeirantes); as que se dedicam ao entretenimento (Brasil, Cultura/Globo e Central); e religiosa (Jequitibá) (MING et al., 2006).

¹² Há uma proporção determinada em contrato, segundo a qual a emissora fica com cinco horas disponíveis para a programação local e as outras 19 horas do dia são reservadas à programação estabelecida pela rede.



A programação da rádio Bandeirantes é exclusivamente jornalística, com forte caráter opinativo. Alguns programas, nos quais são repetidos fatos noticiados em programas anteriores, os locutores são livres para opinar, o que fazem em diversas oportunidades. A participação dos ouvintes é, em grande parte, destinada a fazer denúncias, reivindicar melhorias para a sua comunidade ou opinar sobre os fatos noticiados durante a programação. É necessário ressaltar, porém, que o público-alvo da rádio, segundo a própria direção da emissora, está, essencialmente, nas classes AB.

As três emissoras (Brasil, Globo Campinas e Central) têm o entretenimento como característica predominante e contam com locutores que são a maior atração. É possível perceber que a figura do comunicador é essencial para a conquista e manutenção do público. As músicas são, sobretudo, nacionais, com ênfase às sertanejas. A participação do ouvinte se dá, em grande parte, por meio de telefonemas e cartas, tratando em sua maioria de assuntos pessoais, em quadros de preces e oração, pedido de música, participação em enquetes e brincadeiras e opinião sobre fatos noticiados. Outro aspecto une as três emissoras: a quase totalidade de programas voltados ao entretenimento e a pequena presença de jornalismo.

Constatamos, ainda, a presença da religião católica em diversos programas das rádios. Na Brasil, a parceria com a rádio Aparecida deu ênfase, nesse sentido, praticamente em toda a programação. Na Globo, a figura do padre Marcelo Rossi é praticamente onipresente, aparecendo diversas vezes durante a programação, além de ter o programa de maior audiência da emissora. Na rádio Central a forte presença da religiosidade ocorre em todos os programas, com exceção do Central Esportiva.

Já a rádio Jequitibá está arrendada integralmente para a igreja evangélica “Deus é Amor” e, prioritariamente, transmite programas religiosos. A programação religiosa só é intercalada com curtos boletins jornalísticos, de hora em hora. A participação dos ouvintes se dá por meio de telefonemas e cartas, apenas para tratar de assuntos voltados à religião, como pedidos, agradecimentos e testemunhos.

Considerações Finais:

As emissoras AM que, inicialmente, buscavam o caráter educativo e cultural pregado por Roquete Pinto, ao longo dos 76 anos que separam esta pesquisa da fundação da primeira rádio de Campinas (PRC-9), passaram por diversas modificações em sua linha de programação, sendo possível afirmar que, atualmente, a maioria delas



não apresenta qualquer tipo de contribuição com a educação informal e com a construção da cidadania.

Por outro lado, é possível observar que elas se renderam, por interesses financeiros, a dois setores da sociedade que hoje dominam o rádio em todo o país: as igrejas e os políticos. Embora não seja o foco deste artigo, é importante afirmar que a pesquisa observou também a presença de vários comunicadores populares que exercem mandatos legislativos na cidade e até no Estado.

Se por um lado os números demonstram a dificuldade das emissoras AM para sobreviver em um mercado publicitário dominado pela televisão - a fatia já minguada de publicidade que chega ao rádio é prioritariamente para o FM-, por outro lado, é evidente também o interesse econômico dos concessionários, que vêem o rádio apenas como uma empresa que deve obter lucro.

Diante disso, e da ausência de leis sobre o assunto, o arrendamento de horários e até da grade de programação inteira para igrejas é efetivado como uma tramitação normal por esses empresários, como é o caso das rádios Brasil e Jequitibá. Outros, buscam a parceria com redes de rádio com o mesmo objetivo: a obtenção de lucro por meio da transmissão de uma programação reconhecida pelo público, com pouco gasto para a produção de conteúdo local, como é o caso da rádio Cultura/Globo.

Constatamos também a quase ausência de jornalismo e prestação de serviços na programação dessas emissoras, mesmo na rádio Central, na qual a programação é totalmente local. As emissoras limitam-se, praticamente, a cumprir a legislação que exige que 5% da programação sejam dedicados aos programas noticiosos¹³.

As rádios que buscam o entretenimento, não possuem nenhum tipo de programa com cunho cultural e educativo, que abordem, por exemplo, questões de saúde, problemas que envolvem as escolas, ou, ainda, discussões sobre qualquer tipo de problema dos bairros, etc. Mesmo que a prioridade dessas emissoras não seja o jornalismo, esses assuntos poderiam ser temas de participação dos ouvintes ou de enquetes. Mas o que acontece é exatamente o contrário, os assuntos abordados são questões pessoais e individuais.

A rádio Bandeirantes pode ser considerada uma exceção, primeiro por ser uma emissora que, apesar de estar em rede, tem 70% de programação local; segundo por ser uma rádio de jornalismo 24 horas, em que pese o forte cunho opinativo em sua

¹³ Código Brasileiro de Telecomunicações, Capítulo 5, Artigo 38, item h



programação. A opinião, quando emitida fora dos formatos reservados ao jornalismo opinativo, pode influenciar os ouvintes de maneira negativa, pois de acordo com Saviani Rey (2002, p.63): “opinião define-se como 1) modo de ver, de pensar, de deliberar, liberdade de opinar. 2) parecer, conceito. 3)juízo, reputação. 4) idéia, princípio, doutrina. 5) idéia sem fundamento, presunção, 6)atribuição de caráter de verdade”.

Embora a emissão de opiniões não resulte obrigatoriamente em influência, elas podem ser consideradas um desserviço, já que cidadão é aquele que reúne subsídios para pensar e agir por si para atuar objetivamente no destino de sua comunidade. Esta inversão se expressa claramente no slogan da emissora: **“Bandeirantes: a rádio que briga ‘por você’”**. A partir do conceito de cidadania aqui empregado, a rádio que atende os interesses do cidadão local deveria brigar ‘com ele’, ajudá-lo a brigar e fornecer subsídios para que ele possa lutar por si.

Assim - com o arrendamento para igrejas, programação em rede, ausência quase total de jornalismo e prestação de serviços, e a participação do ouvinte apenas para discussão de questões pessoais - concluímos que, atualmente, o projeto de programação das emissoras AM de Campinas atende aos interesses locais do cidadão. Apenas a Bandeirantes cumpre, parcialmente, os elementos capazes de fornecer subsídios ao exercício da cidadania.

Fica evidente também que o rádio AM em Campinas não se propõe a cumprir, minimamente, qualquer função cultural educativa, como já fez no passado. Assim a aquisição de habilidades da vida diária e o desenvolvimento de conhecimentos propostos pela educação informal passam distantes da grade de programação das emissoras AM na cidade.

Diante dessas constatações, nos permitimos questionar sobre a possibilidade de se fazer um rádio popular que pudesse atender aos interesses do cidadão local, entendido aqui como sujeito histórico, capaz de interferir objetivamente no seu destino e de sua cidade. Afinal, não devemos esquecer que a concessão de uma emissora de rádio deve ser considerada um bem público.



Referências bibliográficas

- BRITO, Marilza Elizardo. **Memória e Cultura**. Rio de Janeiro: Centro de Memória da Eletricidade no Brasil, 1989.
- COSTA, Osmani Ferreira. **Rádio e Política: a aventura eleitoral dos radialistas no século XX**. Londrina: Eduel, 2005.
- FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.
- GONÇALVES, Gilberto. Rádio Central de Campinas: do ousado projeto de ontem ao lugar comum de hoje. In: **Revista Comunicarte**, nº 9/10, v. 5, PUC-Campinas, 1987, p. 43-53.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo. **O rádio dos pobres: comunicação de massa, ideologia e marginalidade social**. São Paulo: Loyola, 1988.
- MAIA, Marta Regina. A sonoridade da fé – presença evangélica no rádio campineiro. In: **XVII Intercom - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Piracicaba-SP., 1994.
- MARIANO, Júlio. **História da Imprensa em Campinas**. Campinas: Massaioli, 1972.
- MARTINS, Marcos Francisco. **Ensino Técnico e Globalização – cidadania ou submissão?** Campinas, SP: Autores Associados, 2000.
- _____. Uma “catarsis” no conceito de cidadania: do cidadão cliente à cidadania com valor ético-político. In: **Phrónesis – Revista de Ética do Programa de Pós Graduação em Filosofia da Puc-Campinas**, v.2, nº 2, jul./dez, 2000-a, p. 106-118.
- MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação – teoria e prática do novo jornalismo**. Florianópolis: Insular / UFSC, 2001.
- MING, Leila Rinaldi; OLIVEIRA, Eder Conrado; CARMO ROLDÃO, Ivete C. Uma análise do perfil da programação das emissoras AM de Campinas. In: **Unesco - Congresso Multidisciplinar de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, Unesco - Cátedra Unesco 10 anos**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.
- MOREIRA, Sônia V. **Rádio Palanque**. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 1998.
- OLIVEIRA, Hermelindo et al. **A era do rádio em Campinas**. Projeto Experimental de Conclusão do Curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, 1987.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.
- PERUZZO, Cícilia M. Krohling. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. In: **Comunicação pública**. OLIVEIRA, Maria José da Costa (Org.). Campinas: Alínea, 2004.
- SAVIANI REY, Luis R. Jornalismo Opinativo: dilema ou questão de dimensão e conteúdo? In: **Revista de Estudos do Curso de Jornalismo**, v. 5, nº 2. Campinas-SP: PUC-Campinas, jul/dez/2002.



VILLA NOVA, Giuliano; CARNEIRO Pedro L.; TANAKA Vanessa S. **Jornada de Heróis – a história do rádio esportivo de Campinas** – Projeto Experimental de Conclusão do Curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, 1999.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Tradução de Daniel Grassi. 2ª. ed., Porto Alegre: Bookman, 2001.

Periódicos:

BRITTO, J. Rádio Clube de Campinas. **DIÁRIO DO POVO**, Campinas, 17.11.1973.

BRITTO, J. Tininho Pagano III. **DIÁRIO DO POVO**, Campinas, 21.12.1974.

BRITTO, J. Tininho Pagano IV. **DIÁRIO DO POVO**, Campinas, 28.12.1974.

BRITTO, J. Tininho Pagano V. **DIÁRIO DO POVO**, Campinas, 25.01.1975.

Correio Popular. Mensagem de Figueiredo inaugura Rádio Central. **CORREIO POPULAR**, Campinas, 08.11.1980.

Correio Popular. De caso com o Público. **CORREIO POPULAR**, Campinas, 09.05.1999.

Diário do Povo. Educadora, 38 anos a serviço da cidade. **DIÁRIO DO POVO**, 11.11.1971.

Diário do Povo. Rádio Brasil, 25 anos de absoluto sucesso para o público campineiro. **DIÁRIO DO POVO**, 09.03.1975.

Diário do Povo. Figueiredo inaugura a rádio e deseja êxito. **DIÁRIO DO POVO**, 08.11.1980.

GUAÍUME, Silvana. A era da FM. **CORREIO POPULAR**, Campinas, 13.12.1998.

GUIMARÃES, Alaôr Malta. A radio-difusão em Campinas. **CORREIO POPULAR**, Campinas, 18.07.1955.

RUIS, Lalá. Rádio central muda programação. **DIÁRIO DO POVO**. Campinas, 31.01.1993.

SILVA, Marina. Guerra na AM. **CORREIO POPULAR**. Campinas, 14.07.2002.

SOARES, Alessandro & SILVA, Marina. AM com mais amplitude. **DIÁRIO DO POVO**. (Caderno Plural, p. 1,4 e 5). Campinas, 12.04.1997.

Sites e mídia digital:

<http://www.bandcampinas.com.br>

<http://www.radioagencia.com.br>

<http://canaldaimprensa.com.br>

Bandeirantes de Campinas. **CD. Especial dia do rádio da Bandeirantes**, 25.09.2005.