

**UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

**RÁDIO UNIVERSITÁRIA
O AMBIENTE LABORATORIAL DA RÁDIO GAZETA AM**

SÉRGIO PINHEIRO DA SILVA

**São Paulo
2017**

**UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

**RÁDIO UNIVERSITÁRIA
O AMBIENTE LABORATORIAL DA RÁDIO GAZETA AM**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP, como requisito final para obtenção do título de doutor em Comunicação sob orientação do Professor Dr. Antonio Adami.

SÉRGIO PINHEIRO DA SILVA

**São Paulo
2017**

Silva, Sérgio Pinheiro da
Rádio Universitária. O ambiente laboratorial da Rádio
Gazeta AM / Sérgio Pinheiro da Silva. – São Paulo, 2017.
143 fls.: il. color..

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação
em Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo, 2017.

Área de Concentração: Configurações de Linguagens e Produtos
Audiovisuais na Cultura Midiática.
Orientador: Prof. Dr. Antonio Adami.

1. Rádio Universitária. 2. Gazeta AM. 3. Faculdade Cásper
Líbero. 4. Rádio e Cultura. 5. Vínculos Sonoros.

SÉRGIO PINHEIRO DA SILVA

RÁDIO UNIVERSITÁRIA
O AMBIENTE LABORATORIAL DA RÁDIO GAZETA AM

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação
em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP,
como requisito para obtenção do título de doutor
em Comunicação.

Aprovado em: ____ / ____ / 2017.

BANCA EXAMINADORA

Professor Doutor Antonio Adami

Professor Doutora Carla Montuori Fernandes

Professor Doutor Gustavo Souza da Silva

Professor Doutor José Eduardo Ribeiro de Paiva

Professor Doutor José Eugenio de O. Menezes

Epígrafe

Não é, em absoluto, missão nossa renovar as instituições ideológicas

sobre a base da ordem social estabelecida, mediante inovações. Porém, sim, com nossas inovações temos que impulsioná-las para sua missão básica. (BRECHT *in* MEDITSCH, 2005:45)

Dedicatória

Ofereço este meu trabalho a todos os estudantes, profissionais e educadores de rádio para que possam refletir acerca de seu papel na sociedade e do bom uso do meio.

Agradecimentos

Em primeiro lugar, a Deus, pela força que sempre me deu. Aos meus pais, irmã, cunhado, afilhada e sobrinho pelo incentivo. A minha esposa Luana Grohe Canto, e a nossa filha, Ana Clara, que abdicaram de momentos familiares de carinho e companheirismo para que eu pudesse me dedicar a esta tese; desculpe a ausência. Aos amigos e novos familiares, que surgiram para alegrar a vida.

Aos membros da banca examinadora: Dra. Carla Montuori Fernandes, Dr. Gustavo Souza da Silva, Dr. José Eduardo Ribeiro de Paiva e Dr. José Eugenio de O. Menezes, que muito contribuíram para esta tese. Aos meus professores e amigos: Arlete Taboada, Luciano Maluly, Luis Mauro Sá Martino, Marcelo Fernandes, Márcia Furtado Avanza, Marcos Júlio Sergl, Mônica Rebeca, Rita Maria Lino Tarcia, Roberto D'Ugo Júnior; ainda (*in memoriam*), a Carmen Lúcia José e João Vicente Bertomeu. Aos entrevistados e aos alunos, que tanto me ensinam em sala.

Aos professores e amigos da UNIP, ao coordenador do programa, Dr. Maurício Monteiro, aos secretários Marcelo Santos e Bruno da Hora. Agradecimento especial à Dra. Carla Montuori Fernandes e ao meu orientador, Dr. Antonio Adami, que me atenderam com dedicação e acreditaram em mim e no meu trabalho.

Aos grupos de pesquisa Rádio e Cultura e Comunicação e Cultura do Ouvir; aos companheiros de trabalho da FIAMFAAM e UNIP. Em especial, aos amigos que nos tocam nesta caminhada acadêmica: Adriana Cury, Adriana Braga, Andrea Llopis, Buno Micheletti, Christina Montuori, Claudio Junqueira, Elaine Dias, Filomena Saleme, Pedro Serico Vaz Filho, Rodrigo Fernandes, Marcelo Abud, Marcelo Cardoso, Maria Isabel França, Lenize Villaça, Eric Carvalho e Mara Rovida. Minhas sinceras desculpas para o caso de algum nome ter sido esquecido, mas do coração vocês não escapam. Suas audições e contribuições sempre são muito importantes!

Muito obrigado!

SILVA, Sérgio Pinheiro da. **Rádio Universtária: o ambiente laboratorial da rádio Gazeta AM.** (Tese de Doutorado). São Paulo: Universidade Paulista - UNIP.

RESUMO

Este trabalho estuda o ambiente laboratorial da Rádio Gazeta AM, emissora mantida pela Faculdade Cásper Líbero. Desde 1947, a Fundação Cásper Líbero atua no ensino de Comunicação em cursos de Graduação e Pós Graduação, sendo uma das principais Instituições do campo. A história do meio e do ensino de Jornalismo dá início a esta pesquisa que, alíás, se realiza parcialmente nas dependências da Gazeta. Sua rádio universitária é um espaço que não só promove uma programação direcionada à comunidade acadêmica, mas também tem a função de proporcionar aos alunos um ambiente de aprendizado e formação profissional. Na emissora em questão, o estudante da Faculdade Cásper Líbero pode atuar como colaborador, monitor ou estagiário, cada um com um espaço de atuação conforme adquire experiência na emissora. A Legislação brasileira, por sua vez, proporciona caminhos de modo a influenciar na programação da rádio e, neste sentido, observamos a produção dos programas da Rádio Gazeta AM. Com apoio nos estudos de teóricos do rádio – Armand Balsebre, Artur Ferraretto, Norval Baitello Júnior, Renato Ortiz, entre outros – observamos o uso do meio. Por fim, observamos a Gazeta AM e realizamos entrevistas com estagiários, ex-estagiários e funcionários que vivem e viveram o dia a dia da emissora de forma a depreender como o ambiente laboratorial da Rádio Gazeta AM une profissionalismo e aprendizado.

Palavras-chave: Rádio Universitária; Gazeta AM; Faculdade Cásper Líbero; Rádio e Cultura; Vínculos Sonoros.

SILVA, Sérgio Pinheiro da. **Rádio Universitária: o ambiente laboratorial da rádio Gazeta AM.** (Tese de Doutorado). São Paulo: Universidade Paulista - UNIP.

ABSTRACT

This paper studies the laboratory environment of Radio Gazeta AM, a station maintained by the Cásper Líbero College. Since 1947, the Cásper Líbero Foundation has been involved in the teaching of Communication in undergraduate and postgraduate courses, being one of the main Institutions in the field. The history of the medium and the teaching of journalism begins this research that, alias, is realized, part of it, in the dependencies of the Gazeta. Its university radio is a space that not only promotes a program aimed at the academic community, but also has the function of providing students with a learning environment and professional training. At the issuer in question, the student of Cásper Líbero College can act as a collaborator, monitor or trainee, each with a space of performance as he acquires experience in the broadcaster. Brazilian law, on the other hand, provides ways to influence radio programming and, in this sense, we observe the production of Radio Gazeta AM programs. With support in the studies of radio theorists - Armand Balsebre, Artur Ferrareto, Norval Baitello Júnior, Renato Ortiz, among others - we observed the use of the medium. Finally, we observed the Gazeta AM and conducted interviews with trainees, ex-trainees and employees who live and lived the day to day of the radio station in order to understand how the laboratory environment of Radio Gazeta AM combines professionalism and learning.

Keywords: University Radio; Gazeta AM; Cásper Líbero College; Radio and Culture; Sound Links.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: “Cortina Lírica, o belo programa radiofônico na Rádio Gazeta PRA6”	27
Figura 2: Destaque do site da Gazeta AM	70
Figura 3: Página no Twitter da Rádio Gazeta AM	71
Figura 4: Widget do Facebook na página inicial da Gazeta AM	72
Figura 5: Interface do aplicativo da Rádio Gazeta AM	73
Figura 6: Premiação do Troféu São Paulo Capital Mundial da Gastronomia, 2010	99
Figura 7: Equipe de produção do Bom Dia Gazeta (2017)	117
Figura 8: Regiani Ritter e equipe dos programas Disparada no Esporte e Revista Geral (2017)	120
Figura 9: Equipe de produção do Almanaque Gazeta recebendo convidado (2017)	123
Figura 10: Equipe do programa Discoteca da Gazeta recebendo convidado (2016)	126
Figura 11: Equipe de produção do programa No Vestiário (2011)	128

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Número de emissoras entre 1944 e 1950	49
Tabela 2: Opiniões e atitudes no consumo de rádio	82
Tabela 3: Hábitos de consumo de rádio	82
Tabela 4: Grade de Programação da Rádio Gazeta AM (mar.2017)	115

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABERT (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão)
AM (Amplitude Modulada)
FM (Frequência Modulada)
IA (Índice de Audiência)
OC (Ondas Curtas)
OM (Ondas Médias)
PS (Participação no segmento)

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
CAPÍTULO 1 – "Um sonho que ganha vida": Cásper Líbero e a Gazeta AM	21
1.1 O ensino de Jornalismo	37
CAPÍTULO 2 – Regulamentação do meio e a função do rádio brasileiro	47
2.1 A Concessão e o funcionamento da Rádio Gazeta AM	64
CAPÍTULO 3 – Rádio e Cultura	75
CAPÍTULO 4 - A Rádio Universitária e seu potencial educador	84
CAPÍTULO 5 – A Gazeta AM e seu ambiente laboratorial	95
5.1 Programação da Universitária Gazeta AM: consolidada e flexível	112
5.1.1 Bom Dia Gazeta	116
5.1.2 Disparada no Esporte	118
5.1.3 Revista Geral	121
5.1.4 Almanaque Gazeta	122
5.1.5 Jornal da Gazeta AM	124
5.1.6 Programas Semanais	124
CONCLUSÃO	131
BIBLIOGRAFIA	138

INTRODUÇÃO

O rádio surge oficialmente no Brasil nas comemorações do primeiro centenário da Independência do Brasil (1922), mas há estudos que comprovam a existência de experimentos de rádio antes dessa data.

A primeira rádio a realizar transmissões radiofônicas (apesar de não constar oficialmente) é realmente a PRA-8 Rádio Clube de Pernambuco. Fundada no dia 6 de abril de 1919. Segundo Ivan Maurício, Igor Santos e Tiago dos Santos, do Portal onordeste.com a PRA-8 já realiza transmissões radiofônicas no Brasil, ainda experimentais, entre 1919 e 1923, e a partir de fevereiro de 1923, com 10 watts de potência, quando passa a ser captada em todo o centro de Recife (ADAMI, 2014, p. 69).

As mudanças sociais, econômicas e tecnológicas fizeram com que o meio se modificasse não só tecnicamente, mas também em termos de conteúdo, adequando-se às novas formas de informar, entreter e educar. Ferrareto (2001, p.59) tipifica os programas em dois grandes grupos: informativos (noticiário, programa de entrevista, programa de opinião, mesa-redonda e documentário) e de entretenimento (programa humorístico, dramatização, programa de auditório e programa musical). Um determinado programa pode apresentar mais de uma característica, constituindo um programa híbrido. Quanto à questão educativa do rádio, todos os estilos de programas podem educar.

Em seu percurso, enquanto meio de comunicação, o rádio tem se consolidado na sociedade por seu diálogo com a história atual e com a cultura. As emissoras estão presentes na dinâmica da sociedade em que atuam e podem, por exemplo, através de sua programação, ajudar pessoas a superar desde problemas de saúde até a solidão do dia a dia com uma grade variada e, inclusive, de forte apelo emocional. É patente também a sua contribuição no sentido de organizar a sociedade e alavancar a cidadania e a educação das pessoas não somente no segmento formal, mas também no informal.

Conforme a Anatel¹, há 9.610 registros de emissoras de rádio no Brasil; 7.443 são para transmissão em FM: 6.125 comerciais, 1.272 educativas, 2 públicas e 44 sem descrição de finalidade. Há, ainda, 2.167 emissoras com registros para funcionamento em AM, todas elas com finalidade comercial. Com esses dados, percebemos que o campo radiofônico é vasto e com potencial para crescimento,

¹ Disponível em: <<http://sistemas.anatel.gov.br/se/public/view/b/srd.php>> Acesso em 21 abr. 2017.

pois, conforme a ABERT², 83% dos 5.570 municípios existentes no Brasil possuem emissoras de rádio. Com essa atuação, o rádio vem se superando a cada dia como um meio que se renova e se recria a cada nova invenção tecnológica: somando-se às emissoras outorgadas, há 11.260 webradios cadastradas no portal de rádio www.radios.com.br³. Percebemos a importância do campo profissional do rádio a partir do momento em que atuar na comunicação radiofônica é também trabalhar com a memória, criando vínculos com a sociedade através da educação, informação e entretenimento.

No rádio, as características culturais de uma sociedade podem ser representadas através dos costumes, religiões, práticas políticas, invenções, histórias, anseios para o futuro, entre outros aspectos. Nesse sentido, a programação da rádio representa a sociedade em maior ou menor grau na medida em que busca atender seu público e se infiltra na sociedade para criar a partir das observações e construção de vínculos com ela. O profissional de rádio atua como estimulador da vida em sociedade: ele argumenta, conversa e traduz o cotidiano para o ouvinte numa relação íntima.

O principal esteio do meu método de abordagem foi a formação de um vínculo de amizade e confiança com os recordadores. Esse vínculo não traduz apenas uma simpatia espontânea que se foi desenvolvendo durante as pesquisas, mas resulta de um amadurecimento de quem deseja compreender a própria vida revelada do sujeito (BOSI, 1994, p. 37-38).

As rádios universitárias, assim como as demais emissoras comerciais, narram a História, e, além disso, também criam narradores. Conforme a CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), há no Brasil 760⁴ cursos de Comunicação em atividade. Nesses números, as rádios universitárias a eles vinculadas têm por missão, além do papel fundamental de todas as emissoras no sentido de informar, entreter e educar, preparar os profissionais do rádio das próximas gerações. Posto isso, pretendemos, nesta tese de doutorado, acompanhar a experiência de uma rádio universitária para depreender a formação do estudante a partir da experiência da Faculdade Cásper Líbero, que oferece aos seus estudantes

² Disponível em: <<http://www.abert.org.br/web/images/tecnica/tabelas/Radiofusao-Licensas-Outorgas/4.6.jpg>>. Acesso em 21 abr. 2017.

³ Disponível em: <http://www.radios.com.br/relatorios/stat_2017-04_webgeral_1> Acesso em: 21 abr. 2017.

⁴ Disponível em: <www.capes.gov.br>. Acesso em 30 nov. 2013

o ambiente laboratorial da Rádio Gazeta AM. No nosso entender, é na rádios universitárias que o estudante deve experimentar formatos inovadores, novos sons e novas possibilidades sonoras, além de aprender a atuar nos formatos já estabelecidos, posto que essas rádios, no geral, não têm compromisso comercial, e sim educacional.

No Brasil existem 62 emissoras de rádio universitárias⁵. A chegada da Web 2.0, por sua vez, trouxe consigo a possibilidade de criação de várias emissoras universitárias, uma vez que, neste formato, a emissora não mais necessita de uma concessão para operar; isso facilitou a criação e veiculação de produções radiofônicas, dando visibilidade ao trabalho realizado nos cursos de Comunicação. Convém frisar que neste trabalho estamos atentos não somente às várias formas de veiculação de conteúdos em si, mas também e principalmente ao ambiente laboratorial oferecido pela Rádio Universitária Gazeta AM para os alunos da Faculdade Cásper Líbero, de forma a observar como ela promove a criatividade e a experimentação.

A Rádio Universitária Gazeta AM constitui um ambiente de aprendizado para a produção de rádio ao estudante da Cásper Líbero, contando com a presença de profissionais experientes que, no dia a dia da produção de rádio, orientam as produções dos estudantes. Assim, nossa hipótese reforça a importância da rádio universitária nas Faculdades de Comunicação demonstrando, a partir do exemplo da Gazeta AM, que o dia a dia da rádio com a presença de profissionais experientes na orientação das produções potencializa a profissionalização do estudante da Faculdade Cásper Líbero dela participante, contribuindo com a sua formação profissional de forma que ele esteja preparado para lidar com as adversidades diárias existentes em uma emissora comercial. Nessa linha de raciocínio, temos como objetivo principal estudar o rádio como cultura e a atuação da rádio universitária, observando o dia a dia da Rádio Gazeta AM no exercício da sua missão e o espaço que ela proporciona para inovações e experimentações radiofônicas. Como objetivo secundário, buscaremos compartilhar pistas para a criação de emissoras vinculadas às Faculdades de Comunicação de forma a auxiliar na formação de seus alunos para o mercado radiofônico.

⁵ Portal do Rádio – Intercom. Site acadêmico com informações diversas sobre a radiofonia. Disponível em: <www.blog.ufba.br>. Acesso em 20 nov 2013.

No que tange à metodologia, nossa pesquisa constitui um estudo de caso do ambiente laboratorial da Rádio Gazeta AM de São Paulo, mantida, por sua vez, pela Faculdade Cásper Líbero, a primeira faculdade de Jornalismo do Brasil, que completa 70 anos em 2017. A pesquisa é conduzida por referências bibliográficas que embasam o estudo no que se refere ao pensar a produção de rádio, a prática radiofônica e, ainda, a responder se a Rádio Universitária Gazeta AM, com seu ambiente laboratorial, atua como formadora de pessoas para trabalhar em rádio de forma efetiva. Para entendermos os vínculos educativos entre os profissionais e os aprendizes de rádio, realizamos entrevistas com funcionários da emissora e estagiários, incluindo monitores e colaboradores, além de antigos estagiários que atuaram na Rádio Universitária Gazeta AM. A entrevista enquanto método, por sua vez, possibilita vantagens dentro das ciências humanas por viabilizar o retrato de uma realidade por meio das impressões das pessoas que vivenciam o ambiente estudado.

A entrevista seria, assim, indispensável, não somente como método para apreender a experiência dos outros, mas, igualmente, como instrumento que permite elucidar suas condutas, na medida em que estas só podem ser interpretadas, considerando-se a própria perspectiva dos atores, ou seja, o sentido que eles mesmos conferem às suas ações. (POUPART *in* NASSER, 2014, p.216-217)

Este recurso é um dos melhores meios para se compreender o ambiente laboratorial da Rádio Gazeta AM com base nos estudos teóricos, pois os comportamentos dos entrevistados e a maneira como eles observam o dia a dia no qual estão inseridos contribui para que se possa chegar às conclusões da tese. Ao longo das entrevistas, cada entrevistado veicula um posicionamento, uma visão sobre o mesmo ambiente: essa pluralidade contribui para a apreensão e compreensão não só das potencialidades, mas também de possíveis problemas em um ambiente em que se necessita ter uniformidade no ideal da emissora estudada.

Cada entrevistado foi contemplado com questões direcionadas para que possa contribuir de forma mais efetiva na pesquisa. Este fio condutor, por sua vez, nos oferece a oportunidade de entender cada observação sob a totalidade do ambiente laboratorial da emissora e, com nossos estudos, projetar uma observação analítica desse todo. Nesse sentido, “a entrevista não dirigida ofereceria a possibilidade de explorar mais em profundidade as diferentes facetas da experiência do entrevistado” (POUPART *in* NASSER, 2014, p. 225).

O pesquisador desta tese atuou na Rádio Gazeta AM entre os anos de 2009 e 2011, quando a emissora passou a ser mantida pela Faculdade Cásper Líbero. Essa experiência nos instigou à realização da pesquisa, e a proximidade contribuiu para as observações apresentadas e caminhos sugeridos à emissora.

Em verdade, a proximidade devida a um mesmo pertencimento social, ou adquirida no campo de pesquisa, é, em geral, percebida, como uma condição que favorece uma boa compreensão do grupo pesquisado. (POUPART *in* NASSER, 2014, p.236)

Os ex-estagiários da Gazeta AM por nós entrevistados contribuíram para o entendimento sobre o trabalho laboratorial da rádio em desenvolvimento, dada a sua atuação entre os anos de 2009 e 2011. Atualmente, uma vez inseridos no mercado de trabalho, esses profissionais puderam contribuir em uma perspectiva crítica e comparativa com o depreendimento da dinâmica da emissora.

Essa implicação do pesquisador do vivido das pessoas, graças às quais ele obtém um conhecimento, adquire um valor epistemológico na medida em que o saber do pesquisador e o saber do grupo no qual ele é absorvido fecundam-se mutuamente. Há, assim, reciprocidade de um saber que se constrói no interior de uma prática de ofício, e não de modo artificial. (DESAURIERS *in* POUPART, 2014, p.140).

Nesta pesquisa, lançamos mão dos títulos *monitor* e *estagiário* atribuídos aos estudantes da Faculdade que atuam na rádio e recebem, respectivamente, uma bolsa de estudos de 50% e 100% com contrato firmado entre as partes; *colaborador*, por sua vez, é o estudante que contribui para a produção da rádio. Atualmente, os colaboradores atuam na rádio por três horas diárias e recebem certificados de cumprimento de horas complementares às atividades curriculares.

Os funcionários que contribuíram para a composição desta pesquisa foram:

- Prof. Dr. Carlos Roberto da Costa, diretor da Faculdade Cásper Líbero. A entrevista foi realizada no dia 13 de março de 2017;
- Prof. Dr. Pedro Serico Vaz Filho, gerente da Rádio Gazeta AM entre o período de sua formação e o fim de 2016. A entrevista foi realizada no dia 15 de setembro de 2016;
- Leonardo Levatti, supervisor de produção da Rádio Gazeta AM a partir do ano de 2017. A entrevista foi realizada no dia 24 de março de 2017;
- Antonio Roberto Baia Vilela Júnior, supervisor técnico da Rádio Gazeta AM desde 2016. A entrevista foi realizada no dia 21 de setembro de 2016;

• Renata Cristina Câmara, ex-colaboradora e apresentadora do programa *Bom Dia Gazeta*. A entrevista foi realizada no dia 21 de setembro de 2016;

• Niobe Marilene Ferraz – mencionada neste trabalho como Regiani Ritter, seu nome artístico –, apresentadora dos programas *Disparada no Esporte* e *Revista Geral*. A entrevista foi realizada no dia 22 de fevereiro de 2017.

• Gilles Raphael Sonsino, ex-colaborador, monitor e estagiário. Na vigência da pesquisa, atua como apresentador do programa *Almanaque Gazeta*. A entrevista foi realizada no dia 21 de setembro de 2016.

Considerando a longa trajetória da emissora e o amplo corpo discente que teve a oportunidade de vivenciar o trabalho educacional oferecido pela Faculdade Cásper Líbero através da Rádio Gazeta AM, selecionamos, nesta pesquisa, alunos que atuaram no período entre 2009 e 2011, pois possuem mais experiência para observar o ambiente proposto em comparação ao mercado profissional em que atuam hoje. São eles:

• Alessandro Jodar: atuou na rádio entre os anos de 2010 e 2011. É jornalista e, no período vigente, atua na Rede Globo de Televisão como repórter esportivo. A entrevista foi realizada no dia 16 de dezembro 2016;

• Felipe Ferreira Ferrari: atuou na rádio entre os anos de 2008 e 2009. É radialista e mestre em comunicação na contemporaneidade, ambos os títulos de formação obtidos na Faculdade Cásper Líbero. Na vigência desta pesquisa, atua como coordenador de conteúdo nos canais de televisão da rede *Fox*. A entrevista foi realizada no dia 15 de dezembro de 2016.

Em contraposição, no intuito de observar o ambiente atual da rádio Gazeta AM, conversamos com estagiários, monitores e colaboradores ativos durante a vigência da pesquisa que nos proporcionam, por sua vez, o entendimento do dia a dia da emissora sob a ótica de quem busca ali, no ambiente laboratorial da Gazeta AM, uma oportunidade diferenciada de aprendizado da profissão. São eles:

• Bruno Capozzi Montavão, estagiário e aluno de Jornalismo. A entrevista foi realizada no dia 16 de setembro de 2016;

• Alan Parce, colaborador e estudante de Rádio, TV e Internet. A entrevista foi realizada no dia 16 de setembro de 2016;

• Arthur Beltrame Garcia, estudante de jornalismo e estagiário de Jornalismo. A entrevista foi realizada no dia 21 de setembro de 2016;

• Otávio Augusto Silva Rodrigues, estudante de Jornalismo e monitor. A entrevista foi realizada no dia 15 de setembro de 2016.

As entrevistas foram importantes para que pudéssemos refletir sobre nossa hipótese, que, por sua vez, reforça a importância da rádio universitária nas Faculdades de Comunicação, a partir do exemplo da Gazeta AM, enquanto ambiente que contribui no ensino de rádio realizado ao longo da graduação. Os dados coletados foram registrados pessoalmente por meio de gravações de áudio, ou, ainda, em formato eletrônico, no caso das entrevistas realizadas por e-mail. Nas entrevistas, buscamos um formato aberto, de forma que os entrevistados pudessem expressar suas experiências e impressões espontaneamente. Suas transcrições completas estão nos anexos deste trabalho.

Estruturamos esta tese em três capítulos que virão a abordar diversos aspectos do ambiente laboratorial de forma a explicitar a questão em curso e corroborar a hipótese levantada.

No capítulo 1, "Um sonho que ganha vida": o rádio, Cásper e a Gazeta AM", buscamos resgatar o surgimento do rádio e da Educadora Paulista, que, posteriormente, se tornaria a Gazeta AM. Destaque para a figura de Cásper Líbero, um empresário da comunicação e visionário que, ao falecer, deixou um jornal, a Rádio Gazeta AM e, em testamento, o desejo que fosse criada uma Fundação com seu nome e uma escola de Jornalismo. Após a criação da Fundação Cásper Líbero, a Faculdade se tornou realidade em 1947; a Rádio Gazeta AM, por sua vez, seguiu por vários rumos ao longo dos anos, até que, em 2009, passou a ser dirigida pela Faculdade Cásper Líbero, assumindo desde então a missão de contribuir na formação dos alunos da faculdade.

No capítulo 2, "Regulamentação do meio e a função do rádio brasileiro", nos atentamos aos aspectos inerentes à regulamentação da radiodifusão no Brasil, trazendo à superfície as possibilidades de produção de rádio em cada uma das modalidades possíveis. As novas tecnologias criaram novas oportunidades para o meio; nessa perspectiva, ressaltamos como a Gazeta AM pode encontrar caminhos para se vincular a novos públicos.

No capítulo 3, “Cultura radiofônica e o ambiente laboratorial da Rádio Gazeta AM”, dissertamos sobre a cultura radiofônica e como as pessoas consomem e se vinculam ao meio, sejam elas ouvintes, ou profissionais em situação comunicacional com a sociedade por profissão. Também observamos a programação da Gazeta AM e pontuamos com o objetivo de apresentar o ambiente laboratorial da emissora.

Por fim, é possível concluir que a emissora contribui na formação dos estudantes da Faculdade Cásper Líbero com uma programação que atende às expectativas da legislação atual, além de desempenhar um papel fundamental no cumprimento da missão da Faculdade. Pontuamos, contudo, o fato de haver momentos em que observamos dificuldades em entender quem é seu público: a emissora, localizada na região central da cidade de São Paulo, tem seu transmissor localizado na Zona Sul, com pequeno alcance e abrangência; consequentemente, a rádio só pode ser sintonizada nesta região. Com a acessibilidade pela Internet, em contrapartida, a rádio pode ser sintonizada em todo mundo. Cada uma das formas de transmissão, no entanto, possui públicos específicos, e entendemos que esse pode ser o aspecto mais problemático da emissora. Independentemente dos problemas de público, entendemos que o ambiente laboratorial é eficiente.

CAPÍTULO 1

"UM SONHO QUE GANHA VIDA": O RÁDIO, CÁSPER E A GAZETA AM

O rádio foi patenteado pelo italiano Guglielmo Marconi, que, em 1896, apresentou a inovação na Inglaterra, vislumbrando a importância da telegrafia sem fio. Pesquisas, contudo, apontam que a descoberta do rádio ocorreu no Brasil, com o Padre Landell de Moura, que realizou testes pelas ondas de rádio nas cidades de Santos, Campinas e São Paulo, emitindo sinal entre a região da Avenida Paulista e o Alto de Santana. “Por suas experiências, muito a frente de seu tempo, é chamado de feiticeiro, louco e Padre renegado. Na verdade é um grande cientista e constrói aparelhos de rádio, que expõe publicamente aqui na capital de São Paulo, em 1893” (ADAMI, 2014, p.33).

Como meio de comunicação de massa, o rádio surgiu nos Estados Unidos em 02 de novembro de 1902. Nascem as pesquisas da Escola de Sociologia de Chicago nos Estados Unidos no início dos anos 1910, que buscaram entender o “boom da comunicação” e a “transformação da noção de comunicação” em todos os campos do saber. A comunicação já influenciava na conduta da sociedade e no comportamento das pessoas. O modelo de produção de conteúdos em rádio foi um sucesso, pois atendia aos interesses comerciais dos empresários de comunicação e informação.

No Brasil, os testes de radiotelefonia já ocorriam no final do século XIX, mas emissões foram plenamente iniciadas no dia 06 de abril de 1919 na Rádio Clube de Pernambuco, fundada por Oscar Moreira Pinto em Recife.

No entanto, oficialmente, a primeira transmissão de rádio no Brasil ocorreu em meio as comemorações do primeiro centenário da Independência do Brasil, em 1922: a empresa Westinghouse trouxe equipamentos de rádio da Inglaterra, para que a novidade fosse apresentada à população. O transmissor de 500 watts, localizado no alto do Corcovado, transmitiu óperas diretamente do Theatro Municipal.

O médico, antropólogo, poeta e professor Edgard Roquette-Pinto entusiasmou-se com os novos equipamentos e vislumbrou o futuro: ele já tinha participado de expedições pelo Brasil e sabia quanto os brasileiros necessitavam de conhecimento, além da inviabilidade de transmiti-lo pela formalidade dos livros ou,

ainda, por jornais ou revistas. Vera Regina Roquette-Pinto, no texto “Roquette-Pinto, o rádio e o cinema educativos”, constata que, ao ter o contato com o rádio, Edgard Roquette-Pinto indaga: “Como é que a gente não aproveita isso para levar o pensamento por toda essa extensão de terra, levando essa gente toda que está morrendo por aí afora de ignorância?” (Roquette-Pinto *in* MEDINA: 2003, p. 12). Convicto do papel educativo do rádio, Roquette-Pinto sensibilizou a Academia Brasileira de Ciências e fundou, em 1923, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro com o prefixo PRA-A, com caráter educativo-cultural e manutenção por meio de doações dos associados.

A primeira emissora de rádio paulista surge no dia 30 de novembro de 1923. A PRA-6 Sociedade Rádio Educadora Paulista, sob a presidência do então Ministro da Saúde Dr. Belisário Pena, tinha sua sede no Clube de Engenharia de São Paulo e posteriormente se tornaria a Rádio Gazeta AM. As primeiras transmissões da emissora foram realizadas com um pequeno transmissor de 10 watts. Logo em seguida, em 06 de março de 1924, a Sociedade Rádio Educadora Paulista, instalada no Palácio das Indústrias no Parque D. Pedro II, emite seu primeiro programa musical com a veiculação de música erudita. A emissora tinha como finalidade “educar o povo sob o ponto de vista artístico, intelectual e cívico, por meio da radiotelephonia”⁶ conforme o discurso inaugural de seu vice-presidente, F. Vergueiro Steidel. Já em 1925, a Educadora foi a primeira a cobrir as cotações da bolsa de valores, iniciando e conferindo ao radialismo um caráter mais profissional (ADAMI, 2014, p.46-47).

Era difundida, na época, a concepção de que era preciso educar o povo brasileiro, e o rádio, nesse sentido, era visto como o meio que possibilitava a disseminação do conhecimento e a transformação do homem em vários sentidos: desde a instrução em aspectos da higiene básica até a complexa construção da cidadania, tais aspectos possibilitariam levar o brasileiro a transformar o próprio meio em que vive em um ambiente que estivesse de acordo com os moldes positivistas que idealizavam uma sociedade industrial, técnica e organizada.

Por volta de 1927, já era sabido o poder de persuasão e influenciador do rádio; nisso, o objetivo dessas emissoras era ter grande audiência dentro dos seus

⁶ GURGUEIRA, Fernando. **A integração nacional pelas ondas: o rádio no Estado Novo** (Dissertação de Mestrado). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, USP, 1995, p. 59.

públicos-alvo, criando vínculos com seus ouvintes para, então, explorar comercialmente suas programações.

Após a inauguração do rádio no Brasil e no mundo, que ocorre, no geral entre os anos 1920 e 1930, muitas e grandes transformações são sentidas em termos sociais, políticos e econômicos, e percebe-se a capacidade do meio para conglomerar milhões de pessoas, e daí, o uso político e comercial que advém dessa característica (ADAMI, 2014, p. 34).

Nesse momento, o rádio já era uma febre não só em São Paulo, mas também em todo o Brasil, influenciando a população não só comercialmente, mas também em termos de conscientização política, econômica e social. No sentido político, A Rádio Educadora Paulista apoiou a candidatura de Júlio Prestes para a Presidência do Brasil, seguindo o apoio do então presidente Washington Luís. Prestes foi eleito, mas não assumiu o cargo em decorrência da Revolução de 1930. No comando da Revolução, Getúlio Vargas assume o poder.

Em 1930, A Gazeta apoiava o governo do (fim) da Primeira República, contra a revolução liderada por Getúlio Vargas. Como resultado, em 24 de outubro do mesmo ano, suas instalações são empasteladas por forças favoráveis ao novo governo. A oposição do jornal a Vargas continua e em 1932, juntamente com o jornal O Estado de S. Paulo, lidera o movimento conhecido como a Revolução Constitucionalista de 1932 (GUERRINI JR. 2009, p. 26).

O início da década de 1930 foi marcado por guerras políticas entre a sociedade paulista e o Brasil, e a Rádio Gazeta esteve envolvida na luta contra Getúlio Vargas. Em 1932, Vargas aprovou a veiculação de propagandas comerciais no rádio; assim, as emissoras conseguiram mais investimentos financeiros e, por consequência, as concessões de rádio tornaram-se moeda de troca política para Getúlio na busca de maior bancada no Congresso Nacional e de aprovação das suas propostas políticas. Com isso, muitas emissoras foram concedidas a pessoas que possuíam jornais e revistas, pois poderiam influenciar na opinião da população de forma a contribuir para o governo de Getúlio, o que culminou na formação de um grande conglomerado de comunicação presente até os dias atuais. As radioclubes com interesses públicos, aos poucos, acabaram por se tornarem meios privados interessados no consumo.

Apesar de ser ainda um setor incipiente, Vargas já tinha em mente seus planos para a radiodifusão, expressos no interesse em manter o monopólio para a União e na promoção de sua unificação em torno de uma rede com finalidade político-educativa. Tais objetivos, contudo, só poderiam ser atingidos mediante estímulos financeiros para que a radiodifusão pudesse

ser viável. Nesse momento em que buscava apoio para seu governo provisório, Vargas concede a radiodifusão à iniciativa privada, mantendo sobre ela rígido controle (CHAGAS, 2012, p.4).

De acordo com a Legislação, a programação das emissoras deve abranger três grandes interesses: informar, educar e entreter. É notável, portanto, que emissoras com foco em conteúdo educacional passaram também a informar e oferecer entretenimento, relegando à educação pouca presença na programação das rádios. Entretanto, muitas emissoras surgiram e muitos aparelhos de rádio foram vendidos para a população, proporcionando a chamada “Era de Ouro do Rádio”, que marcou as décadas de 1930 e 1940. O rádio foi transformado de um meio de cultura, arte e educação para um de comunicação de massa.

Como a Rádio Educadora Paulista havia apoiado a candidatura de Júlio Prestes para a presidência do Brasil, sua diretoria foi destituída pelo governo provisório; sua nova direção foi muito criticada por jornalistas, dentre eles o autor Mário de Andrade, e, com o passar dos anos, a situação da emissora se agravou. Vários artigos foram publicados em crítica à rádio desde a programação até a atuação da diretoria. Conforme cita Irineu Guerrini Jr. (2009, p.24), “depreende-se dos artigos de Mário de Andrade que a situação da emissora não era boa. Aparentemente, esse estado precário foi se arrastando até 1943” até quando foi vendida para o jornalista Cásper Líbero e a Sociedade Rádio Educadora Paulista se tornou a PRA6 Rádio Gazeta trazendo novos horizontes para a emissora”.

Cásper Líbero nasceu em Bragança Paulista no dia 02 de março de 1889. Formou-se na Faculdade de Direito da Faculdade São Francisco em 1908 e atuou como advogado por dois anos, quando fundou com outros parceiros seu primeiro jornal, *Última Hora*, na cidade do Rio de Janeiro, que rapidamente se tornou de grande circulação. Aos 23 anos, criou a primeira agência de notícias do Estado de São Paulo, a *Agência Americana*, que atuava somente com notícias nacionais. Em 1918, o jornal *A Gazeta* foi vendido para Cásper Líbero por Antônio Augusto de Covello, terceiro dono do jornal.

Com a compra do jornal, Cásper Líbero o modernizou com novas tecnologias e modelos de distribuição, organizando-o de maneira a se tornar um dos maiores órgãos da imprensa da época. É perceptível que Cásper era um empreendedor da comunicação através do trabalho diário de administração do jornal de conduzir e

orientar outros jornalistas no exercício da profissão, o que o torna um grande apoiador das lutas da classe da época.

Enquanto homem de jornalismo, Cásper manteve-se ligado a todos os movimentos da classe, onde a discussão sobre a necessidade de se investir na formação profissional ocupa toda a década de 1930. De sua parte, se por um lado julgava fundamental para os futuros rumos da Nação investir na formação cultural do povo e das elites, por outro, não tinha dúvidas quanto à influência do jornalismo nesses rumos. Daí o apoio incondicional às teses que defendiam o aperfeiçoamento na formação do jornalista com o objetivo de aprimorar a qualidade do jornalismo praticado. Além disso, dá pistas de acreditar que, participando da formação daqueles que futuramente integrariam os quadros d'A Gazeta, a tarefa de administrá-la se tornaria muito mais fácil (HIME, 2005, p.1).

Ao longo da vida, Cásper Líbero foi um renovador do jornalismo brasileiro, sempre buscando melhorias para a profissão e seus profissionais, inclusive, na implantação do ensino de Jornalismo. Cabe aqui mencionar o empenho do Professor Doutor José Marques de Melo⁷ na compilação de alguns esforços de Cásper para que a profissão de jornalismo pudesse contar com uma escola que contemplasse as aspirações e necessidades de conhecimento daqueles futuros profissionais.

Cásper iniciou sua atuação no rádio com uma versão radiofônica do Jornal A Gazeta, chamada *Jornal Falado d'A Gazeta*, transmitido pela Rádio Cruzeiro do Sul em 1934. No ano de 1943, Cásper adquire a Rádio Educadora Paulista e a transforma na Rádio Gazeta AM; porém, em agosto do mesmo ano, Cásper morre em um acidente aéreo, mas deixa um testamento que lega todos os seus bens à criação de uma fundação.

Em seu testamento, Cásper manifesta o desejo de que, após seu falecimento, fosse criada uma Fundação que teria, nos propósitos culturais, a criação de uma escola para jornalistas.

Objetivo cultural de criar e manter uma escola de jornalistas e ensinamentos de humanidades, particularmente Português, prosa, estilo, literatura, eloquência, história e filosofia, em cursos de grandes proporções, a começar pelo secundário e finalizar pelo superior (NUZZI, 1997, p.22)

Então, com o falecimento de Cásper Líbero, foi criada a “Fundação Cásper Líbero” no dia 10 de agosto de 1944, no Cartório do 4º Ofício de Registro de Títulos e Documentos, contando como membros: 1) Dr. Nelson Líbero, médico, solteiro; 2)

⁷ José Marques de Melo é jornalista, professor universitário, pesquisador científico. Foi o primeiro acadêmico a se doutorar em comunicação no Brasil.

Dr. José Líbero, médico, desquitado; 3) Dr. Pedro Monteleone, médico, casado; 4) João Francisco Ferreira Jorge, contador, casado; 5) Dr. Sílvio Margarido, advogado, casado. Dentre os objetivos, a Fundação não teria fins lucrativos e atuaria na formação com excelência de jornalistas. Em 1947 foi criada a Faculdade de Comunicação, a pioneira no Brasil.

A *Rádio Gazeta* formava seu complexo de comunicação antes de seu falecimento. Conforme o desejo de Cásper, Fundação Cásper Líbero passou a administrar a Rádio Gazeta. No momento de sua aquisição, Cásper já idealizou que a emissora contemplaria várias vertentes musicais em sua programação. Para isso, convidou o pianista Souza Lima a ser o primeiro diretor artístico para rádio, que assumiu o slogan: “a emissora de elite” e contou com vários artistas renomados em seu elenco, como Camargo Guarnieri.

Informamos a todos que a direção da Rádio Gazeta foi entregue, entretanto, a um grupo de velhos jornalistas que saberão, auxiliados pela tradição brasileira. Pela nossa cultura, pelo patriotismo da nossa gente e pelo amor a São Paulo e ao Brasil, conduzir a Rádio Gazeta às suas finalidades intelectuais, artísticas e patrióticas (LÍBERO, 1943).⁸

Souza Lima atendeu às expectativas de Cásper, pois ofereceu uma programação voltada à música clássica, mas sem esquecer outros segmentos musicais e públicos que a emissora poderia conquistar.

Fui convidado, novamente pelo grande jornalista Cásper Líbero, para ser o primeiro diretor artístico da nova emissora que estava fundando. Em nosso primeiro contato pareceu-me estar um tanto receoso, julgando que minha atuação só iria interessar-me na programação da música clássica. Ficou radiante quando expus minha programação, que compreendia todos os gêneros: clássico (orquestra, câmara, solistas), folclórico, sertanejo, popular e música de outros países. Foi assim que depois de muito trabalho, dedicação e observação, dotei a nova estação de excelente orquestra, excelente conjunto sertanejo, cantores populares os de maior evidência; enfim, abordei todos os aspectos da música em todas as suas modalidades (LIMA, Souza *in GUERRINI JÚNIOR*, 2009, p.45).

Assim, a programação da Rádio Gazeta contemplava vários segmentos da música, além de outras modalidades, como: aulas de inglês pelo rádio, radioteatro, transmissões de partidas de futebol, programas com o noticiário esportivo, além de jornais com notícias do cotidiano.

Com o tempo, esses programas deixam de ser produzidos, e a Gazeta

⁸ Discurso de Cásper Líbero na inauguração da Rádio Gazeta AM no dia 15 de março de 1943. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pX2g5_dyfqo>. Acesso em: 14 mar. 2017.

passa a caracterizar-se como uma emissora eminentemente musical, mas mantém algumas rubricas não-musicais, vários boletins jornalísticos diários e um radiojornal diário de meia hora, aproveitando a infraestrutura que lhe proporcionavam os dois jornais do mesmo grupo (GUERRINI JR., 2009, p.55).

Figura 1: “Cortina Lírica, o belo programa radiofônico na Rádio Gazeta PRA 6”.



Fonte: Jornal A Gazeta de 05 mar. 1945, p.10.

Na programação voltada à música, vários desses programas contemplavam a música clássica, tais como *Cortina Lírica*, que apresentava óperas curtas ou compactas com cantores brasileiros e estrangeiros; *Grande Soirée de Gala*, que exibia concertos musicais regidos pelo diretor artístico da emissora Souza Lima; *A Música dos Mestres*, que levava aos ouvintes uma programação musical organizada por gêneros, como música sinfônica, música de câmara, música lírica, etc.; *Teatro*

de *Opereta*, programa de muito prestígio em que se apresentava músicas de opereta⁹; e *A Sala e o Concurso de Piano Schwartzman*, um concurso musical para pianistas realizado no auditório da emissora que revelou importantes músicos, como Rosinha Spiewak Brener, João Carlos Martins, José Eduardo, Gilberto Tinetti, Caio Pagano, Eudóxia de Barros, entre outros (GUERRINI JR., 2009, p.45-73).

Outros programas tratavam de músicas populares no formato ao vivo, como o *Jazz Gazeta* e outros, que recebiam cantores solistas ou em grupo e instrumentistas dos mais variados estilos que participavam regularmente ou apenas em edições especiais.

A programação também contemplava programas de entrevistas, informações, prestação de serviços e cultura. São eles: *Enciclopédia no ar*, que entrevistava personalidades e especialistas que falavam de suas atividades; *Entrevistas médicas*, em que os profissionais convidados, ao falar de suas especialidades, levavam informações relevantes à sociedade; *Dicionário da indústria*, que praticamente consistia em um editorial da FIESP¹⁰; e *Nhô Bento*, um programa caipira em que o poeta que levava seu nome ao programa declamava seus versos com grande aceitação do público.

Por vinte anos, a programação da Rádio Gazeta contemplou a música clássica com o foco em óperas, concertos e sinfonias; a partir do ano de 1963, a rádio passou a veicular programas mais voltados para o esporte. Cásper Líbero sempre foi um incentivador do esporte: foi criador de eventos esportivos que ocorrem na cidade de São Paulo, como a Corrida Internacional de São Silvestre, a Prova Ciclística de 9 de Julho, a Travessia de São Paulo a Nado e os Jogos Universitários Brasileiros. Inspirados nessa vocação de Cásper, a Rádio Gazeta passa a focar o esporte visando também o crescimento do jornalismo esportivo no país, pois o ano de 1962 foi marcado pelo bicampeonato mundial do Brasil no futebol masculino, apresentando uma geração de jogadores que fizeram história no futebol mundial.

O lance do esporte já é uma tradição do nome Gazeta. Eu mesmo, quando entrei em 1998, eu não trabalhava só na faculdade, eu trabalhava na

⁹ Nos anos 1950, o programa *Teatro de Opereta* foi intitulado *Opereta Real*, pois era patrocinado pela *Real Aerovias*, uma empresa de aviação nacional da época.

¹⁰ Federação da Indústria do Estado de São Paulo.

Gazeta Esportiva. E já é uma tradição da própria instituição, da Fundação Casper Líbero. O próprio Casper Líbero, que adorava esportes, que promoveu tudo quanto foi esportes, inclusive a Gazeta Esportiva, a prova de natação, São Silvestre... isso tem aqui. Isso está no DNA da instituição e da Rádio, e até pelos profissionais do meio esportivo que ela forma e que estão hoje no mercado, e são muitos (VAZ FILHO, informação verbal).¹¹

Nesse período, foram criados programas como o *Disparada no Esporte*, em 1968. É um dos programas mais historicamente importantes para a emissora, pois representa o reconhecimento do jornalismo esportivo de qualidade e a manutenção da tradição esportiva que a Rádio Gazeta AM possui. *Disparada no Esporte* está no ar atualmente com a apresentação de Regiani Ritter, e seu formato será mais aprofundado no momento em que discutirmos o ambiente laboratorial na rádio universitária. À época, o programa surgiu sob o comando do jornalista esportivo Pedro Luiz e contava com profissionais renomados que levavam informações diárias sobre os grandes clubes do futebol paulista para o público: São Paulo, Palmeiras, Corinthians, Portuguesa e Santos. As apresentações eram estruturadas com profissionais setoristas que acompanhavam os clubes em treinamentos, realizavam entrevistas e estavam envolvidos diariamente nessa dinâmica. Em 1994, a pesquisadora Edileuza Soares exibiu o funcionamento de *Disparada no Esporte* em sua contemporaneidade:

A receita básica era o acompanhamento do cotidiano dos cinco principais clubes paulistas de futebol (São Paulo, Palmeiras, Corinthians, Portuguesa e Santos), onde as estações mantinham setoristas. Esses repórteres informavam diariamente aos ouvintes a situação de cada time, treinos, contratações de jogadores, renovação de contratados, preparação física dos atletas, etc. (SOARES, 1994, p.81).

O sucesso da emissora contribuiu para que a Rádio Gazeta configurasse uma equipe com os principais profissionais do jornalismo esportivo da década de 1970, tais como Pedro Luiz, Flávio Prado, Silvio Luiz, Galvão Bueno, entre outros. Nesse período, a programação da emissora era intitulada “A Dona da Bola”: além de programas futebolísticos e transmissão de jogos ao vivo, a rádio valorizava o esporte em várias outras modalidades, como ciclismo, atletismo, vôlei e basquete. O mesmo período assinalou a emissora como uma das principais no segmento com altos índices de audiência.

¹¹ VAZ FILHO, Pedro Serico Vaz. Informações colhidas em entrevista ao autor em: 15 set. 2016.

A programação esportiva esteve presente na emissora até o ano de 1990. No ano seguinte, a Rádio Gazeta AM – somente a transmissão em Amplitude Modulada – foi locada para a Igreja Pentecostal Deus é Amor, presidida pelo Missionário David Martins Miranda até o ano de 2001.

Em 1996, o Professor Antônio Guerreiro, que lecionava a disciplina de radiojornalismo, com o auxílio de dois estagiários que recebiam bolsa de estudos no valor integral da faculdade, exibia, através das Ondas Curtas da emissora, boletins informativos de hora em hora, das 07 às 13 horas, de segunda a sexta. Como a transmissão em Ondas Curtas era composta apenas por programação musical, esse projeto inicial deu uso à emissora, além de oferecer aos estudantes a oportunidade de gerar conteúdos que fossem veiculados. Com a entrada do Professor Pedro Serico Vaz Filho, o projeto foi ampliado e os boletins geraram o primeiro programa com caráter educacional na Faculdade Cásper Líbero, o *Jornal da Gazeta AM*, que faz parte da programação da emissora até os dias atuais.

eu comecei a observar bem aquele processo, e trabalhar eu e os dois alunos – que eram dois estagiários que recebiam bolsa integral para trabalhar -, e aí eu falei “gente, vamos tentar ampliar essa nossa produção. Vamos continuar fazendo a hora cheia mas vamos fazer programas, matérias, reportagens.”, e aí a gente começou a ampliar. Então, a malha musical foi diminuindo. A gente começou a falar mais no rádio e pensar temas que são diversos, de vários segmentos, de gêneros e formatos (VAZ FILHO. Informação verbal).¹²

Em 2002, a estrutura da Rádio Gazeta AM foi utilizada pela Faculdade Cásper Líbero em uma experiência de quatro meses, embora não houvesse transmissão dos programas realizados. Ali foi germinada a ideia de se utilizar a emissora como um ambiente laboratorial. Entre os anos 2002 e 2004, a emissora foi locada novamente, desta vez para a *Canção Nova*, uma comunidade católica que segue as linhas da Renovação Carismática¹³. A locação era somente do espectro em Amplitude Modulada; em Ondas Curtas, a rádio mantinha a programação musical e a transmissão de conteúdos obrigatórios.

Em 2005, a direção da Fundação Cásper Líbero reativou a Rádio Gazeta AM e convidou artistas renomados do rádio e da televisão para compor seu elenco –

¹² VAZ FILHO, Pedro Serico Vaz. Informações colhidas em entrevista ao autor em: 15 set. 2016.

¹³ Renovação Carismática é um movimento da Igreja Católica Apostólica Romana surgido nos Estados Unidos em meados da década de 1960 e espalhado por todo o mundo pela influência do Movimento Carismático da Igreja episcopal protestante, dentro de um pensamento ecumênico, porém mantendo os dogmas do Catolicismo Romano.

dessa vez, com o foco não somente a busca de público, mas também formar o estudante da Faculdade Cásper Líbero no exercício da profissão. Regiani Ritter e Zé Bettio, então, passaram a apresentar programas na Rádio Gazeta AM: Zé Bettio apresentava seu programa matutino e, diariamente, falava seus bordões “Vamos levantar!”, “Gordo!, oh, gordo!” e “Joga água nele!” na emissora; Regiani Ritter, por sua vez, aceitou comandar o tradicional programa da emissora *Disparada no Esporte*, em que já havia atuado quando a programação era voltada para o esporte. A apresentadora conta como foi seu retorno à Gazeta AM:

Voltei em 2005, com uma ligação do superintendente Sérgio Felipe dos Santos, que me pediu para ligar o Rádio. Liguei e sintonizei na Gazeta, estava tocando música. Fiquei extremamente (...) está sendo demais, porque eu tomei um susto quando me disseram que o intuito era ressuscitar o *Disparada no Esporte*, fiquei feliz, porque é um programa com quase 50 anos no ar, e o segundo objetivo era trabalhar com os alunos da Faculdade Cásper Líbero, e trazê-los para a prática tudo o que eles aprendiam em sala de aula na parte teórica (RITTER, Regiani. Informação Vebal).¹⁴

Com uma equipe de alunos liderada pelo Professor Pedro Serico Vaz Filho, a Faculdade foi vencedora do programa Top TV¹⁵ da Rede Record de Televisão no ano 2000. Ainda no mesmo ano, foi contemplada com o primeiro lugar no IV Lusocom¹⁶ com um documentário sobre os 500 anos do Brasil. Em 2001, a emissora recebeu o Premier Premio San Pablo Paulus Radio, promovido pela Editora Paulus. Em 2003, a Faculdade Cásper Líbero recebeu o primeiro lugar na X Expocom promovida pelo Intercom¹⁷. Esses projetos foram liderados pelo professor de rádio e executados pelos alunos.

Então a gente fez um documentário radiofônico sobre os 500 anos do Brasil. E nós inscrevemos esse documentário no LUSOCOM, e ganhamos o primeiro lugar, e aí a gente começou a exibir documentários. Depois houve também alguns projetos de EXPOCOM, e fizemos alguns projetos para inscrição no EXPOCOM, foram alguns, com temas variados, e nós também ganhamos junto com os alunos (VAZ FILHO, Informação Verbal)¹⁸.

¹⁴ RITTER, Regiani. Informações colhidas em entrevista ao autor em 22 fev 2017.

¹⁵ Top TV foi um programa de televisão que teve duas fases de exibição: a primeira versão foi exibida entre 1992 e 1994 pela TV Rio; a segunda versão foi exibida pela TV Record entre os anos 2000 e 2001. Era um programa no formato de *game show*, onde estudantes de comunicação se enfrentavam numa gincana com provas relativas a programas de televisão no formato dos anos 1950. Nesta última versão, o programa foi apresentado por Dalton Vigh, e, posteriormente, por Ricardo Corte Real.

¹⁶ Federação Lusófona de Ciências da Comunicação.

¹⁷ Exposição de Pesquisa Experimental em Comunicação promovida pelo INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

¹⁸ VAZ FILHO, Pedro Serico Vaz. Informações colhidas em entrevista ao autor em: 15 set. 2016.

Os eventos mencionados corroboraram a eficácia no trabalho experimental realizado. A Faculdade começou a oferecer o curso de Rádio e TV em 2002, contribuindo para que o ambiente da rádio tivesse maior participação dos alunos. Nesse ínterim, a rádio estava locada para a Canção Nova; entretanto, com a saída da comunidade católica em 2004, o sinal da Gazeta AM voltou a transmitir apenas músicas.

Entre os anos de 2006 e 2008, a Rádio Gazeta AM, com sua equipe mesclada por profissionais e estudantes, criou produtos radiofônicos premiados: em 2006, a emissora conquistou segundo lugar na XIII Expocom com reportagem; em 2007, o terceiro, segundo e primeiro lugares no X Troféu São Paulo Capital Mundial da Gastronomia¹⁹ com reportagens, além de ser finalista no Prêmio CAIXA de Jornalismo Pautas Sociais, também com uma reportagem realizada pelos alunos e funcionários da emissora; em 2008, a Rádio Gazeta AM foi finalista na XV Expocom com o projeto da emissora, que apresentou para toda comunidade acadêmica a experiência laboratorial que ocorria no ambiente da rádio.

Em meados de 2009, a Rádio Gazeta AM passou a ser dirigida pela Faculdade Cásper Líbero. Antes, a direção da Gazeta AM era a mesma da Gazeta FM: A partir de 2009 passou a ser gerenciada pelo Professor Pedro Serico Vaz Filho, sob a direção da Professora Tereza Cristina Vitale. Apesar da direção da Faculdade, os setores de tecnologia da informação e o departamento tecnológico dos estúdios da Fundação Cásper Líbero continuam dando suporte à emissora; porém, os estúdios e equipe técnica são dirigidos pela faculdade, pois estão diretamente ligados ao conteúdo veiculado pela emissora universitária. Em um primeiro momento, a produção dos programas passou a ter a colaboração de estudantes; depois, a programação passou a ter mais características universitárias e, por fim, foi consolidada uma equipe de trabalho que tem como característica a formação dos estudantes. Alguns programas haviam sido criados quando a rádio ainda não tinha esse perfil estudantil; outros, por sua vez, oriundos das épocas em que a Rádio Gazeta tinha altos índices de audiência, foram relançados para contribuir com o nome construído pela emissora ao longo da sua história. A partir da criação da Rádio Universitária Gazeta AM, vários outros programas foram criados,

¹⁹ O Troféu São Paulo Capital Mundial da Gastronomia foi criado pela Câmara Municipal e tem por objetivo incentivar a mídia especializada a divulgar a gastronomia paulistana.

seja pela própria equipe, seja por colaboradores que sugerem e têm, na emissora, a oportunidade de pôr em prática seus projetos.

A equipe de trabalho idealizada é composta por uma mescla entre profissionais e estudantes dentro da produção de cada programa, e tem como premissa a orientação aos funcionários da emissora de que devem se atentar não só às suas funções práticas do trabalho diário, mas também à orientação da produção, acompanhando o estagiário ao longo do processo de produção dos conteúdos radiofônicos.

Atualmente, a emissora também transmite online a programação em tempo real pelo site da emissora e pelo aplicativo para smartphone, além de disponibilizar programas especiais e entrevistas em seu site para streaming ou download. Os profissionais não estão diretamente ligados à área acadêmica, mas executam funções educacionais, orientando os alunos na prática radiofônica. Neste sentido, entendemos que a Rádio Universitária Gazeta AM se torna uma rádio-escola ao possibilitar um ambiente de aprendizado que desperta o interesse do aluno na participação, criação e produção de conteúdos radiofônicos que o integram ao mercado de trabalho.

Porque a questão da escola, quando a gente fala escola, não é aquela escola fora da universidade, ela está no contexto de ensino, num contexto de aprendizado. Então é uma escola para quem está fazendo, ela tem essa coisa do escolar. Então eu não diferencio a rádio escola da rádio universitária porque é toda uma questão de ensinamento e de aprendizado, inclusive para o ouvinte também. O ouvinte tem outras formas de aprendizado em outros segmentos. No caso da rádio escola e da rádio universitária, como tudo vai para o ar, e ele recebe essa informação de quem está aprendendo e muitas vezes ele sabe o que as pessoas estão aprendendo (...) é um ambiente de aprendizado, de laboratório e de experimentação. É laboratorial, experimental, de ensinamentos e aprendizado; e, consequentemente, de formação de opinião (VAZ FILHO. Informação verbal).²⁰

No final do ano de 2016, o Professor Pedro Serico Vaz Filho deixa a emissora, e o ex colaborador, estagiário e aluno Leonardo Levatti assume a supervisão de produção da Rádio Gazeta AM. Leonardo é radialista e jornalista formado pela Faculdade Cásper Líbero; atuou como narrador esportivo na Rádio Nova Difusora de Osasco e em Web Rádios, foi repórter e produtor do programa *Jovem Pan no Mundo da Bola*, com Flávio Prado, pela Rádio Jovem Pan, e

²⁰ VAZ FILHO, Pedro Serico Vaz. Informações colhidas em entrevista ao autor em: 15 set. 2016.

desempenhou a mesma função na TV Gazeta no programa *Vem Comigo*, com Goulart de Andrade. Além disso, atuou na TV Globo em produção, passando por atrações do entretenimento e pelo jornalismo da emissora.

No sentido geral, eu acho que, a Rádio Gazeta AM, por ser universitária ela tem um privilégio muito grande, ela se permite ousar mais, porque por um lado ela não está necessariamente pressionada por aqueles mecanismos tão fortes do mercado, no sentido de: -Me dê audiência! -Me dê resultado para ontem. É um privilégio, e por outro lado, ela consegue, sem perder a essência do que é rádio, pensar em inovação de formato, de estilos, de narrativas radiofônicas, e um outro aspecto que é fortíssimo, tem a constante rejuvenização, a gente tem sempre os alunos, com novas ideias, com o frescor ali da mente, sugerindo. Então, eu vejo a Gazeta AM, sem qualquer tipo de demagogia, como um futuro da comunicação, no sentido de que ela se permite ousar mais que as demais, e no sentido que ela tem uma formação pedagógica inovadora, em desenvolvimento radiofônico, por parte daqueles que usam o espaço para de desenvolver, e fazem parte desse universo, radiofônico (LEVATTI, Leonardo. Informação verbal)²¹.

Além de Leonardo Levatti, a rádio conta com profissionais que trabalham em conjunto, cada um em sua função:

- Mônica Pinto (assistente administrativa): administradora de empresas responsável pelas inserções de peças dos intervalos da Rádio Gazeta AM e outras atividades correlatas ao setor. Teve significativa atuação na Discoteca da Rádio Gazeta AM, em que atuou por doze anos;

- Antonio Roberto Baia Vilela Júnior (supervisor técnico): estudante do curso de Rádio, TV e Internet da Faculdade Cásper Líbero e supervisor de operações da Rádio Gazeta AM. Atua como radialista desde 1992: possuindo histórico em diversas emissoras de rádio, tais como Atual AM, Record AM, Ômega FM, Metropolitana FM, Rádio América AM, Rádio Capital AM e a rádio web Rede Blitz. Trabalha na Fundação Cásper Líbero desde 1998, no cargo de sonoplasta e instrutor técnico.

Entre os sonoplastas, temos:

- Agnoel Santiago de Souza: estudante do curso de Rádio, TV e Internet da Faculdade Cásper Líbero e radialista pela Radioficina – Escola de Rádio e Televisão. Atua como sonoplasta nos programas Disparada no Esporte e Revista Geral;

²¹ LEVATTI, Leonardo. Informações colhidas em entrevista ao autor em: 24 mar. 2017.

- Artur de Souza Meira Júnior: publicitário formado pela Universidade Metodista de São Paulo e radialista pela Radioficina – Escola de Rádio e Televisão. Atua como sonoplasta dos programas *Almanaque Gazeta*, *Jornal da Gazeta AM* e todos programas semanais que vão ao ar das 17h00 às 19h00;
- Marcelo Franco Fernandes: radialista formado pela Universidade São Judas Tadeu; atua como sonoplasta nos programas *Bom Dia Gazeta* e *Jornada Esportiva*.

Na equipe de produção e apresentação, temos:

- Gilles Raphael Sonsino: radialista formado pela Faculdade Cásper Líbero; atua na apresentação dos programas *Almanaque Gazeta* e *Discoteca Gazeta*, além de coordenar equipes de programas produzidos e apresentados por colaboradores;
- Heloísa Rocha: jornalista formada pela Universidade Tiradentes, pós-graduada pela Faculdade Cásper Líbero. Redatora do site da Rádio Gazeta AM, acompanha os quadros radiofônicos dos estudantes;
- Márcio de Paula: jornalista formado pela Universidade Metodista de São Bernardo do Campo e pós-graduado em Relações Públicas pela Faculdade Cásper Líbero. Coordena o Núcleo de Pesquisa Fonográfica *A discoteca da Rádio Gazeta AM* e, semanalmente, participa do programa *Discoteca Gazeta*, abordando diversos temas na área musical;
- Regiani Ritter: apresentadora dos programas *Disparada no Esporte* e *Revista Geral*, atua desde a década de oitenta na crônica esportiva. Recebeu diversas premiações. É pioneira entre as jornalistas na realização de cobertura esportiva. Ela é também reconhecida pela Associação dos Cronistas Esportivos do Estado de São Paulo, que criou, em 2010, o Troféu Regiani Ritter para agraciar as jornalistas que se destacam na editoria de esportes dos mais variados veículos de comunicação do país;
- Renata Cristina Câmara: jornalista e radialista pós-graduada pela Faculdade Cásper Líbero, atua na apresentação do programa *Bom Dia Gazeta* e na coordenação da *Jornada Esportiva*;
- Tatiane Cristina Ferreira: auxiliar administrativo da rádio Gazeta AM. A profissional possui o segundo grau completo e atua no Núcleo de Pesquisa Fonográfica coordenado pelo jornalista Márcio de Paula.

Como o apoio às produções e inseridos na atuação da rádio universitária para a formação dos estudantes da Faculdade Cásper Líbero, a emissora mantém contratos de estágio e monitoria com os seguintes estudantes durante a vigência desta pesquisa, a iniciar pelos estagiários:

- Arthur Beltrame Garcia: estudante de jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, estagiário da Rádio Gazeta AM e auxiliar na produção dos programas *Jornal da Gazeta AM* e *Almanaque Gazeta*;
- Breno Zonta de Souza Barreto: estudante de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, estagiário da Rádio Gazeta AM e auxiliar na produção dos programas *Disparada no Esporte* e *Revista Geral*;
- Bruno Capozzi Montalvão: estudante de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, estagiário da Rádio Gazeta AM e auxiliar na produção dos programas *Bom Dia Gazeta* e *Jornada Esportiva*;
- Lucas Herrero Pedroso: estudante de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, estagiário da Rádio Gazeta AM e auxiliar na produção dos programas *Disparada no Esporte*, *Revista Geral* e *Jornada Esportiva*;
- Marcos Antonil Pelaez Capuano: estudante do curso de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, estagiário da Rádio Gazeta AM e auxiliar na produção dos programas *Disparada no Esporte*, *Revista Geral* e *Jornada Esportiva*.
- Os monitores são:
 - Leandro Sanches Mezzarano: estudante do curso de Rádio, TV e Internet da Faculdade Cásper Líbero, monitor da Rádio Gazeta AM e auxiliar na produção dos programas *Disparada no Esporte* e *Revista Geral*;
 - Luciana de Lira Mendes: estudante de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, monitora da Rádio Gazeta AM e auxiliar na atualização do site e das redes sociais da emissora;
 - Otávio Augusto Silva Rodrigues: estudante de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, monitor da Rádio Gazeta AM e auxiliar na produção dos programas *Bom Dia Gazeta* e *No Vestíario*.

Pontuamos, então, que a equipe é formada por um supervisor de produção, uma assistente administrativa, coordenador fonográfico e uma assistente, três apresentadores fixos que coordenam equipes para seus programas e produções

para programas específicos, um supervisor técnico, três sonoplastas, cinco estagiários e três monitores. Neste novo projeto liderado por Leonardo Levatti, foram selecionados trinta e seis colaboradores que contribuem para as produções por três horas diárias no período de dois meses e recebem horas complementares por essas atividades; trinta e quatro colaboradores atuam na produção de programas semanais, especiais ou programetes que são exibidos ao longo da programação, e dois atuam nos estúdios da rádio, aprendendo e colaborando com o trabalho dos sonoplastas. Estes são instruídos pelo supervisor técnico e acompanhados diretamente por ele. A princípio, as atividades dos colaboradores no departamento técnico estão mais ligadas à gravação e edição de conteúdos para arquivo.

Embora eles não façam serviços de sonoplasta, são duas meninas no caso, elas estão fazendo um trabalho absolutamente nobre, e encantador, que é de mexer nos arquivos de som da rádio, então, são locuções da década de 70, de 80, que estão sendo ocupadas minuciosamente por elas, e elas estão adoram isso, e elas estão retrancando esses materiais, quer dizer, mexendo no nosso rico acervo, e dando nomes aos bois, então hoje a função delas é essa, em um estúdio de sonoplastia, uma máquina inteiramente dedicada para isso, o que é legítimo e necessário. (LEVATTI, Leonardo. Informação verbal)²².

No caso dos funcionários atuais, faz-se necessário pontuar que Leonardo Levatti, Gilles Raphael Sonsino, Renata Cristina Câmara e Heloísa Rocha foram colaboradores e também passaram pelo processo de aprendizagem no ambiente laboratorial da emissora. Hoje são eles quem contribuem para o ensino e orientam produções na Gazeta AM.

1.1 O ensino do Jornalismo

O ensino de Comunicação surgiu com o ensino de jornalismo nos Estados Unidos, seis anos após o início das transmissões de rádio no país. Em 1908, surge na Universidade de Missouri, o curso de jornalismo, e, em 1912, o curso na Universidade de Columbia. Com o crescimento dos meios de comunicação, passou-se a pensar na necessidade de se estudar não só esse fenômeno, mas também o próprio meio com suas características e potencialidades. O surgimento dos cursos de Comunicação se dá em função das necessidades do consumo que foi trazido e ampliado pelo meio rádio nos EUA.

²² LEVATTI, Leonardo. Informações colhidas em entrevista ao autor em: 24 mar. 2017.

Em 1908, o da Universidade de Missouri, e quatro anos depois o da Universidade de Columbia, em Nova York, ambos ligados a jornalistas e a empresários dos media que desejavam contribuir para a formação de quadros capazes de suprir as necessidades da indústria. No caso da Universidade de Missouri, o criador do curso e, mais tarde, reitor da instituição, Walter Williams, era um jornalista de modestos recursos mas de imensa visão: ele idealizou um currículo voltado para as exigências práticas da profissão (COSTA in MARQUES, 2009, p.316).

O curso envolvia a abordagem do pensamento humano e a construção de uma visão da sociedade em análise; por outro lado, também preparava o aluno para as questões práticas, fazendo com que ele fosse capaz de levar à sociedade informação adequada. Em suma, tratava-se de um curso que buscava instrumentalizar os estudantes de forma abrangente para atuarem nos meios de comunicação.

A universidade criou inclusive um jornal, o *Minessourian*, ainda existente hoje (acrescido, com o tempo, de uma rádio e de uma televisão universitárias), que servia de sala de aula para a aprendizagem das matérias ligadas à investigação e à redação dos diferentes gêneros jornalísticos (COSTA in MARQUES, 2009, p.316).

Entendemos que, para que um estudante possa atuar no campo da Comunicação, é necessário que se entenda princípios sociais que trarão a ele o entendimento de suas responsabilidades sociais não só como cidadão, mas como um ator social de credibilidade. Nesse sentido,

Ética Jornalística foi, aliás, uma das disciplinas que integraram o currículo inicial do curso oferecido pela Universidade de Columbia, junto com história da imprensa, direito da imprensa, gêneros literários e jornalísticos, além de matérias realizadas à administração e à produção de empresas jornalísticas (COSTA in MARQUES, 2009, p.316).

Percebemos, então, que a formação em Comunicação, desde o início de sua existência, tem perspectivas administrativas, teóricas e práticas. Os estudos de Comunicação no Brasil, por sua vez, sempre foram influenciados pelos estudos europeus, graças, em grande parte, à bibliografia existente na Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro, criada em 1810. Já no início do século XX, com o avanço do jornalismo e o surgimento de novas tecnologias, o rádio cresceu cada vez mais no mercado profissional de comunicação, acarretando a necessidade de aprofundamento dos estudos sobre esse campo de pesquisa.

Com o curso de Jornalismo criado em 1947, a Faculdade Cásper Líbero é a Faculdade de Comunicação mais antiga do país. A instituição surgiu sob os

princípios da ABI - Associação Brasileira de Imprensa, que idealizava, desde 1908, a criação de uma escola de Jornalismo.

Gustavo Lacerda, brilhante jornalista nascido em Santa Catarina, idealizador da entidade e seu primeiro presidente, ao tomar posse, em 7 de abril de 1908, propunha em seu discurso que se criasse, em nosso país, uma escola de formação de jornalistas, para que a "profissão de redator ocupasse o lugar de relevo que lhe cabia dentre as demais atividades" e o "Jornalismo deixasse de ser - o que ocorria - uma profissão subalterna" (NUZZI, 1997, p.20).

A ideia de uma escola de Jornalismo não vigorou em um primeiro momento. Em 1918, no 1º Congresso dos Jornalistas realizado no Rio de Janeiro, a proposta foi novamente apresentada, mas, como anteriormente, não foi efetivada. Entre as décadas de 1920 e 1930, houve esforços para que fosse criada a escola de Jornalismo a fim de explorar esse campo de atividade intelectual; somente em 1938, contudo, com os esforços da ABI, houve a criação do Decreto-Lei nº 910. Como nos casos anteriores, a iniciativa não foi materializada: apesar de promulgar a criação de escolas de jornalismo, nenhuma foi por conta dela criada; os profissionais, por sua vez, para atuarem como jornalistas, não obstante esse obstáculo, deveriam ter essa formação. Nesse Decreto-Lei, o artigo 17 diz:

O Governo Federal, de acordo com os governos estaduais, promoverá a criação de escolas de preparação ao jornalismo destinadas à formação dos profissionais de imprensa.

Parágrafo único - Criadas as escolas de que trata este artigo, a inscrição no registro de profissão Jornalística só se fará para os novos profissionais em face do diploma do curso feito ou exames prestados em tais escolas (NUZZI, 1997, p.21).

Se as escolas não foram criadas no período que se sucedeu à promulgação, nos fica a pergunta: como os novos profissionais poderiam obter o registro para o exercício profissão jornalística? Isso seria possível somente nos anos 1940, década em que o ensino de jornalismo efetivamente começou a existir no Brasil. Há um ensejo logo no primeiro quinquênio, com o decreto-lei nº 5.480, a saber:

A 13 de maio de 1943, na sede da entidade, o então Ministro da Educação e Saúde, Senhor Gustavo Capanema apunha, solenemente, sua assinatura do Decreto-lei nº 5.480, instituindo o curso de Jornalismo no sistema de ensino superior do Brasil. O artigo 3º desse Decreto-lei determinava que: O curso de Jornalismo será ministrado pela Faculdade Nacional de Filosofia, com a cooperação da Associação Brasileira de Imprensa e dos sindicatos representativos das categorias de empregados e de empregadores das empresas jornalísticas (NUZZI, 1997, p.21).

O curso de Jornalismo da Faculdade Nacional de Filosofia, embora estivesse assegurado pela Lei, nunca funcionou, contudo; finalmente, em 1947, a Fundação Cásper Líbero, ao cumprir a vontade deixada no testamento de seu patrono, estruturou e enfim viabilizou o curso, assim como a sua regulamentação.

Nesse tempo, era Ministro da Educação o Prof. Ernesto de Souza Campos, ilustre integrante dos quadros docentes da Universidade de São Paulo e colaborador de A GAZETA, o qual, procurado pelos dirigentes da Fundação e posto a par dos planos de criação do Curso Superior de Jornalismo, assegurou-lhes que tomaria providências para a regulamentação do Decreto-lei 5.480-43. S. Exa. foi além: autorizou o Prof. João Baptista de Souza Filho a adotar as medidas necessárias ao concurso vestibular para que o Curso pudesse ser iniciado o mais breve possível (NUZZI, 1997, p.25).

E assim se deu a gênese do curso de Jornalismo: com a duração de três anos, apresentava a seguinte grade curricular, a saber:

- A primeira série compreendia a formação básica: Português e Literatura, Francês ou Inglês, Geografia Humana, História da Civilização, Ética, História e Legislação de Imprensa, e Técnica de Jornalismo;
- A segunda série contemplava uma seção de aperfeiçoamentos com as seguintes disciplinas: Português e Literatura, Sociologia, Política, História do Brasil, História da Imprensa, e Técnica de Jornalismo.
- Já a terceira e última série consistia em uma extensão cultural, por meio do oferecimento das seguintes disciplinas: Português e Literatura, Psicologia Social, Economia-Política, Noções de Direito, Organização e Administração de Jornal, e Técnica de Jornalismo.

Além das disciplinas curriculares, o curso também oferecia disciplinas de livre escolha, dentre as quais os alunos deveriam cursar duas por ano. São elas: Introdução à Filosofia, História Contemporânea, História da América, História das Artes, História da Música, Direito Constitucional, Direito Administrativo, Educação comparada e Estatística. O curso também exigia do aluno um estágio em uma organização jornalística, inserido, por sua vez, na disciplina de Técnica de Jornalismo.

Observamos que o curso contemplava não somente disciplinas práticas do jornalismo, mas também conferia uma formação básica que proporcionava ao aluno um conhecimento de humanidades que o tornasse apto para interpretar os fatos do cotidiano e levar essa informação para a sociedade. Conforme o testamento de

Cásper Líbero, a Faculdade de Cásper Líbero foi criada na busca de um ensino que aliasse formação técnica humanística, então sob influência direta da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; vislumbrava-se que a união das duas temáticas proporcionaria ao novo profissional uma visão social passível de ser materializada em notícias tecnicamente preparadas, de forma que os profissionais por ela preparados pudessem executar efetivamente o papel de comunicador social.

Funcionando em início ligado à Faculdade de Filosofia de São Bento, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, o curso idealizado por Cásper Líbero seguiu parâmetros de seus antecessores americanos: aliava o conhecimento acadêmico, ministrado por catedráticos de renome no meio universitário, com aulas de professores de reconhecida prática profissional (COSTA *in* MARQUES, 2009, p.317).

Como no início não havia acadêmicos provenientes da área de jornalismo, o campo prático era ministrado por profissionais renomados. Posto que o ambiente de produção se transforma diariamente, seja por mudanças tecnológicas ou de produção, o curso, seguindo essa linha de raciocínio, buscava então criar ambientes de aprendizagem mútua para que fossem testadas inovações em novos métodos e formatos de produção.

Mais do que introduzir novas disciplinas na grade do curso, a questão passa por criar um ambiente de ensino e de aprendizagem por meio das novas tecnologias e não pelo aumento de carga horária em matérias que tratasse destas novas ferramentas. Até porque essa disciplina teria sua ementa ultrapassada no decorrer de um ano letivo. Pois, como ensina Elias Machado, professor da Universidade Federal de Santa Catarina, a adoção das novas tecnologias pode se dar como ferramenta auxiliar no processo de ensino-aprendizagem. Nestas comunidades, professores e alunos aprendem em conjunto, “porque cabe ao aluno construir a própria autonomia e ao professor reinventar as práticas pedagógicas à medida que testa teorias, metodologias e plataformas tecnológicas de ensino” (MACHADO, 2007, p.13) (COSTA *in* MARQUES, 2009, p.321-322).

O propósito de possibilitar ao aluno a construção de sua própria autonomia está presente na atuação da Rádio Gazeta AM nos dias atuais. A emissora, nesse contexto, realiza aquilo que estava presente desde o início da educação de rádio no Brasil: o ambiente educacional que se inspira no mercado profissional e em suas técnicas para inovar e oferecer ao mesmo mercado profissionais preparados não só para atuar, mas também para inovar nos vários segmentos da comunicação.

O que era antes concebido como uma sala de aula em que se repassava conhecimento, agora ganha a dimensão de um laboratório de pesquisas para a experimentação e a criação de linguagens, processos, técnicas, tecnologias e aplicativos. A dicotomia teoria e prática tende a desaparecer porque, através da reconstrução e da construção do conhecimento, a teoria

constitui uma esfera de compreensão de limites e da necessidade de atualização da prática, e a prática funciona como espécie de campo de provas para testar as hipóteses teóricas e apontar as lacunas existentes nas teorias estabelecidas (MACHADO, 2007, p.17 (COSTA *in* MARQUES, 2009, p.321-322).

Atualmente, o curso de Comunicação abrange várias áreas além do Jornalismo em si. O estudante de Comunicação também pode se habilitar em Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Rádio e Televisão, Produção Editorial e Cinema.

Além do oferecimento dos cursos de graduação supracitados, a instituição também oferece cursos de Pós-graduação na modalidade Lato Sensu (Jornalismo, Teorias e Práticas da Comunicação, Marketing e Comunicação Publicitária, Comunicação Organizacional e Relações Públicas), além do Mestrado em Comunicação na área “Comunicação na Contemporaneidade”, apresentando duas linhas de pesquisa: a Linha A – Processos Midiáticos: Tecnologia e Mercado, e a Linha B – Produtos Midiáticos: Jornalismo e Entretenimento. Todos os alunos da Cásper Líbero podem ingressar como colaboradores e atuar na rádio, mas o maior índice no time de colaboradores pertence aos alunos da graduação, principalmente dos cursos de Jornalismo e Rádio, TV e Internet.

Os cursos de bacharelado em Comunicação são oferecidos em oito semestres, sendo o estágio não obrigatório. Há diversas habilitações oferecidas nos cursos, o que proporciona maior foco nas habilidades a serem ensinadas. Cabe ressaltar que o campo da Comunicação está cada vez mais ligado à tecnologia, que vem transformando as comunicações em seu jeito de fazer e de pensar.

As novas tecnologias de comunicação (envio de mensagens via internet, procedimentos com telefones celulares, operações com redes computacionais, em suma, toda a série de inovações técnicas) vieram complicar ainda mais os estudos e as pesquisas em comunicação. A eletrônica firmava-se como uma nova tecnologia que tornava obsoletos tanto os equipamentos quanto os métodos anteriores de investigação. Era preciso uma nova teoria da comunicação (MARCONDÉS FILHO, 2008 p.150).

A partir desse pensamento, constatamos as constantes mudanças nas comunicações influenciadas pelo avanço tecnológico, provocando transformações no fazer, no pesquisar e também no produto da pesquisa em Comunicação, como ocorre nesta tese. Uma rádio universitária tem uma função educadora muito importante, pois ela educa quem vai educar a sociedade: ela educa, em última instância, o educador (no caso, o educador social, o jornalista, radialista, enfim, o

profissional de Comunicação). Para Edgard Morin, no livro intitulado *A Cabeça bem-feita* (2003, 102-103), os pontos essenciais da missão de ensinar são:

- fornecer uma educação que permita distinguir, contextualizar, globalizar os problemas multi dimensionais, globais e fundamentais, e dedicar-se a eles;
- preparar as mentes para responder aos desafios que a crescente complexidade dos problemas impõe ao conhecimento humano;
- preparar as mentes para enfrentar as incertezas que não param de aumentar, levando-as não somente a descobrirem a história incerta e aleatória do universo, da vida, da humanidade, mas também promovendo nelas a inteligência estratégica e a aposta em um mundo melhor;
- educar para a compreensão entre os próximos e os distantes;
- ensinar a cidadania terrena, ensinando a humanidade em sua unidade antropológica e suas diversidades individuais e culturais bem como em sua comunidade de destino, própria à era planetária, em que todos os animais enfrentam os mesmos problemas vitais e mortais (MORIN, 2003b, p.102-103).

Tal desafio se traduz nos seguintes temas: multidisciplinaridade e preparo para uma realidade incerta, com entendimento do outro, numa perspectiva de toda a sociedade. Percebemos que esses eixos de pensamento estão presentes na missão da Faculdade Cásper Líbero, pois, ao atuar unicamente na área da Comunicação, ela busca o ensino, a pesquisa e a extensão desses eixos.

O desenvolvimento de atividades de ensino, pesquisa e extensão na área da Comunicação Social, oferecendo cursos de nível superior que contribuam para a compreensão da variedade das demandas sociais e estimulem a capacidade crítica frente à complexidade do mundo contemporâneo. Fomentando a produção do conhecimento e do saber por meio de quatro habilidades – Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Rádio, TV e Internet –, a instituição prioriza a formação ética e humanística e o aperfeiçoamento das habilidades e das competências profissionais, estreitando os laços da academia com o mercado de trabalho (FACULDADE CÁSPER LÍBERO)²³

As habilitações dos cursos de graduação somam-se aos cursos de Pós Graduação Lato Sensu e Stricto Sensu (Mestrado), de forma a atuar com os seguintes princípios:

Respeito à ética; compromisso com o desenvolvimento da cidadania; promoção de valores humanos e de uma cultura voltada à paz e à preservação da vida; desenvolvimento da consciência para a responsabilidade social e direito à diversidade. Além dos valores: tradição; integração, excelência e profissionalismo. (FACULDADE CÁSPER LÍBERO, 2017)²⁴

²³ Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/informacoes-institucionais/>>. Acesso em: 01 abr. 2017.

²⁴ Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/informacoes-institucionais/>>. Acesso em: 01 abr. 2017.

Pretendemos nos aprofundar na missão, princípios e valores da Faculdade Cásper Líbero ao longo deste trabalho, posto que eles também norteiam a Rádio Gazeta AM na busca, em sua atuação, por contribuir na formação do profissional de forma que ele esteja apto a observar e compreender a sociedade, traduzindo-a em conteúdos radiofônicos, e, assim, cumprir com o estatuto que a rege.

Como dizia magnificamente Durkheim, o objetivo da educação não é o de transmitir conhecimento sempre mais numerosos ao aluno, mas o de “criar nele um estado interior e profundo, uma espécie de polaridade de espírito que o oriente em um sentido definido, não apenas durante a infância, mas por toda a vida (MORIN, 2003b, p. 47).

O bacharelado em Comunicação é escolhido a partir de aptidões e/ou futuros interesses profissionais. É um curso que estuda diretamente a interação social entre as pessoas, trazendo conteúdos que contemplam a observação da sociedade e a compreensão de suas necessidades para então, através dos meios de comunicação, oferecer uma informação que contribua para a melhoria da sociedade; outra vertente de atuação do profissional de comunicação é a de oferecer entretenimento, gerando divertimento e passatempo à população; há, ainda, a oportunidade do exercício do papel educacional – mas não no sentido formal, e sim na promoção de práticas. É evidente que o profissional de comunicação executa muitas tarefas prévias à atuação na comunicação em si, e os cursos de Comunicação devem oferecer ao estudante o conhecimento necessário para que ele possa levar à sociedade conteúdos informativos, de entretenimento e educativos que promovam melhorias para a população.

No caso da educação específica por rádio, para que um estudante aprenda verdadeiramente como é atuar em uma emissora de rádio, é necessário dominar a teoria e a prática radiofônica, proporcionando vivências efetivas na programação de uma emissora. É sabido que o trabalho em rádio envolve atendimento ao ouvinte, produção, operação de áudio, sonoplastia, reportagem, programação, apresentação e muitas outras atividades. Nisso, o ambiente laboratorial contribui na experimentação e aprimoramento da atuação em rádio para que esse aluno esteja preparado para o mercado profissional.

Ao longo do curso, as Faculdades de Comunicação se preocupam em ensinar o papel das emissoras de rádio, sua história e atuações, teorias e funcionalidade. Buscam, ainda, trabalhar a prática de rádio nas disciplinas que envolvem esse meio. Porém, como afirma Edgar Morin na obra “Cabeça Bem Feita”, a educação superior

deveria se dedicar à disseminação das condições humanas para que o indivíduo formado em Humanidades, área em que a Comunicação se inclui, tenha uma formação que seja plenamente caracterizada pelo vínculo em si.

Paradoxalmente, são as ciências humanas que, no momento atual, oferecem a mais fraca contribuição ao estudo da condição humana, precisamente porque estão desligadas, fragmentadas e compartimentadas. Essa situação esconde inteiramente a relação indivíduo/espécie/sociedade, e esconde o próprio ser humano. Tal como a fragmentação das ciências biológicas anula a noção de vida, a fragmentação das ciências humanas anula a noção de homem (MORIN, 2003b, p.41).

Eis aí o momento que pensamos sobre a educação de rádio: ela deve ser prática, teórica ou ambas? Essa preocupação é apresentada por Ferraretto (2009, p.31): “como articular a teoria e a prática na unidade de conhecimento de rádio, não raras vezes encarada como uma área de contornos predominantemente técnicos?” A voz deste e de outros pesquisadores tem motivado muitos outros a se dedicarem a estudar o meio, produzindo mais referências para os atuais e próximos profissionais do rádio. Maluly (2013, p.6) nos atenta que “Havendo formação – acadêmica ou técnica, obrigatória ou não – o que é preciso ensinar? Qual ênfase: a teoria ou a prática? Como e até que ponto é possível articulá-las em projetos pedagógicos?”.

O ensino de rádio é “um dos mais instigantes desafios que se impõe atualmente” (PRATA in ZUCOLOTO, 2016, p. 204), pois é um meio que depende de estrutura técnica, com estúdios que dificilmente conseguem acompanhar a velocidade da evolução tecnológica; da mesma forma no que diz respeito à didática, às diretrizes curriculares e ao preparo do corpo docente. Ferraretto (2008, p. 11) aponta que o ensino de rádio deve contemplar seis contextos: o da história do veículo; geográfico; social; ético-jurídico; teórico e técnico.

A produção científica em rádio tem crescido verticalmente principalmente depois dos anos 1990, o que propicia melhores condições e maior gama de materiais científicos para que os professores de rádio possam tentar sanar o problema apresentado pelos pesquisadores acima.

É possível distinguir no curso dos registros impressos sobre o rádio brasileiro algumas fases marcadamente distintas – a dos manuais de programas (em especial os jornalísticos) nos anos 1940 e 1950; a dos livros-depoimento nas décadas de 1960, 1970 e 1980 e das pesquisas acadêmicas a partir da década de 1990. Cada uma dessas fases equivale, de certo modo, à forma de percepção do rádio como meio de comunicação pela sociedade. Vejamos: o primeiro período (1940/1950) corresponde ao

predomínio das técnicas, no próprio momento dos experimentos com o meio; a segunda fase (dos anos 1960 aos anos 1980) é fruto da concorrência estabelecida pela televisão, quando radialistas pioneiros publicam suas memórias; finalmente, nos anos 1990, o rádio é percebido pela academia. Esta o elege como objeto de pesquisa de campo e de estudos teórico-metodológicos em dissertações e teses. Assim o rádio entra no século XXI: com status de tema de estudo frequente entre as áreas de investigação no campo da Comunicação (MOREIRA, 2005, p. 124).

O grupo de trabalho sobre rádio Intercom tem especialmente colaborado com o aumento quantitativo das pesquisas sobre o meio: em 1991, foi criado o Grupo de Trabalho Pesquisa em Rádio, atualmente chamado Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora. Para o pesquisador Antonio Adami (*in* ZUCULOTO, 2016, p. 128), no entanto, os trabalhos possuem pouca relevância científica e interesse social, pois “é notória, infelizmente, segundo nossa análise, a repetitividade das pesquisas”

Bibliografias sobre o assunto tem sido publicadas, mas ainda há muita dificuldade em realizar estudos sobre o meio durante o período letivo de rádio e acrescentá-los à prática radiofônica. Somente quando o discente domina a funcionalidade do meio, pode criar conteúdos radiofônicos com qualidade e/ou diferenciados.

CAPÍTULO 2

REGULAMENTAÇÃO DO MEIO E A FUNÇÃO DO RÁDIO NO BRASIL

A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, primeira emissora oficial do país, foi aberta com financiamento da Academia Brasileira de Ciências, sem vínculos governamentais, com o objetivo de promover educação e cultura. Nos anos seguintes, surgiram várias emissoras de rádio e, com o desenvolvimento da sociedade e sua inclinação voltando ao consumo, várias emissoras, não só no Brasil, passaram a destinar suas programações a este propósito.

Com o discurso de regulamentar a radiodifusão no Brasil e delimitar a exploração comercial do espaço no espectro radiofônico, Getúlio Vargas criou a primeira Lei deste segmento de modo a centralizar as outorgas e renovações de outorgas ao Poder Executivo Federal; em outras palavras, ele trouxe para si, enquanto Presidente, o poder de conceder ou não a concessão de emissoras, e isso contribuiu para que o meio fosse utilizado também como barganha política no país.

A primeira Lei de Radiodifusão foi o Decreto 20.047, de 27 de maio de 1931²⁵, que determinava que a radiodifusão era de interesse nacional e deveria ter como premissa levar informação, educação e entretenimento à população.

Com esse decreto, Getúlio Vargas inaugurou uma nova forma de fazer política. A constituição da radiodifusão atrelada ao Estado, portanto na forma de um instrumento de poder, insere um elemento satélite, uma força ativa no cenário político que, a partir de então, passa a auxiliar na construção da História nacional. Essa força adicional foi configurada no artigo 5º, que reserva à União a exploração dos serviços (CHAGAS, 2012, p. 12 e 13).

No ano seguinte, em 01 de março de 1932 o Decreto número 21.111²⁶ definiu regras e procedimentos para as outorgas de rádio. Esses dois decretos foram as principais Leis até 1962, tendo como principais características:

- Prazo de concessão de 10 anos;
- As renovações de concessões estão “a juízo do governo”;

²⁵ Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-20047-27-maio-1931-519074-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em 10 abr. 2016.

²⁶ Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-21111-1-marco-1932-498282-publicacaooriginal-81840-pe.html>>. Acesso em 10 abr. 2016.

- A diretoria das emissoras deve ser composta por, no mínimo, dois terços de brasileiros;
- As empresas devem ser obrigatoriamente nacionais;
- A publicidade deve compor, no máximo, 10% da programação, e cada inserção deve ter o tempo máximo de 30 segundos;
- as concessões são intransferíveis (direta ou indiretamente).

Assim, podemos verificar que a necessidade de renovação das concessões colocava os proprietários das emissoras na dependência do Governo. Caso a emissora tivesse algum problema de comunicação e/ou denúncia do Governo, se tornaria mais difícil a renovação. Quanto à possibilidade de ter 10% de publicidade na programação, é importante observar que o crescimento do meio fez com que a propaganda passasse a estar presente apenas neste espaço reservado para a publicidade, mas ao longo da programação.

Evidentemente isto iria modificar o caráter do rádio, que se torna cada vez mais um veículo comercial, a ponto de alguns anunciantes se transformarem em verdadeiros produtores de programas, como foi o caso da Standart Propaganda e da Colgate Palmolive, que contratavam atores, escritores e tradutores de radionovelas. (ORTIZ, 1994, p.40)

As próximas Constituições (1934, 1937, 1946) não alteraram significativamente o mecanismo das concessões de outorgas de radiodifusão. Com a publicidade, surgem também mais emissoras. Posteriormente, em 1952, alterou-se o percentual da publicidade na programação para 20%, potencializando e concretizando o caráter popular do meio. Percebemos, nos dados a seguir, que o número de emissoras cresceu vertiginosamente e, com isso, o rádio se consolidou como o grande meio de comunicação da época.

Tabela 1: Número de emissoras entre 1944 e 1950.

Ano	1944	1945	1946	1947	1948	1949	1950
Nº de emissoras	106	111	136	178	227	253	300

Fonte: (ORTIZ, Renato. 1994, p. 40)

Em 1953, deu-se início à composição do Texto das Telecomunicações, que somente se tornaria Lei em 1963, com o Código Brasileiro de Telecomunicações, sob o número 4.117, que tratava dos meios de comunicação eletrônica, da telefonia

e outras tecnologias de transmissão de dados. O Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963²⁷, aprova o regulamento dos serviços de Radiodifusão sob a sanção do presidente João Goulart, no qual compete somente à União dispor acerca dos seguintes assuntos referentes aos serviços de radiodifusão: da finalidade dos serviços; da classificação dos serviços; das definições; da competência de outorga (execução e fiscalização); do processo para a outorga de concessões e permissões (das formalidades a serem preenchidas pelos pretendentes à execução dos serviços de radiodifusão, do exame das propostas, das autorizações e permissões); da instalação das estações (das irradiações experimentais, da vistoria e da licença); do funcionamento das estações (das normas e condições técnicas de funcionamento, da interferência, do horário, das interrupções e do pessoal encarregado do funcionamento); das irradiações (da expressão do pensamento, da programação, da propaganda eleitoral e política, das irradiações em idioma estrangeiro, das retransmissões e das emissoras retransmissoras); das redes de radiodifusão; das transferências de concessões e permissões (direta e indireta); das alterações estatutárias ou contratuais e das transferências de cotas ou ações; do aumento da potência; da renovação, perempção e caducidade das concessões e permissões; das desapropriações e requisições; das taxas; das infrações e penalidades (multa, suspensão ou cassação); da competência para a aplicação de penas; dos recursos; da representação; do direito de resposta; da reparação por danos morais; do abuso de autoridade; dos crimes; dos serviços auxiliares de radiodifusão.

É importante observar o item de processo que corresponde à outorga de concessões e permissões. Das formalidades a serem preenchidas pelos pretendentes a radiodifusores, há um exame dessas propostas para que sejam autorizadas e permitidos seus respectivos funcionamentos. Nessas propostas, diz no Artigo 10 que: “A outorga para execução dos serviços será precedida de processo licitatório, observadas as disposições legais e regulamentares.”²⁸

Em 25 de fevereiro de 1967, já com o Governo Militar, foi criado o Ministério das Comunicações através do Decreto-Lei 200, que foi utilizado administrativamente para determinar várias mudanças no meio radiofônico nacional. No mesmo ano, o

²⁷ Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/antigos/d52795.htm>. Acesso em 15 de mar. 2017.

²⁸ Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D2108.htm#art1>. Acesso em 15 mar. de 217.

Código Brasileiro de Telecomunicações recebeu grandes mudanças pelo Decreto-Lei 236, que tratava alguns preceitos estratégicos para a segurança nacional. As áreas mais alteradas foram a imposição de limites de propriedade, a criação da modalidade educativa e o endurecimento na transferência de propriedade. Neste momento, os meios de comunicação passavam a ser absolutamente controlados pela Ditadura Militar.

Com o fim da ditadura, foi promulgada a nova Constituição Federal de 1988, que manteve a competência para a União de conceder outorgas de funcionamento para emissoras de rádio sob a votação do Congresso Nacional. Essa Carta Magna, contudo, alterou significativamente as regras de outorgas ou renovações e reforçou as questões educativas e culturais das emissoras. É importante ressaltar que o meio continuava sendo um instrumento de interesse político, ou seja, os meios dependiam do Governo para existirem.

À luz dessas observações, torna-se possível inferir que os concessionários de radiodifusão buscaram proteger seus interesses à sombra da Constituição Federal, sobretudo por tratar-se de um modelo de documento que, como descrito anteriormente, necessita de quorum qualificado para ser modificado. Correia (2008, p.79-97) lembra que tal proteção foi assegurada por influência dos próprios parlamentares radiodifusores. “De forma inconstitucional, o controle da radiodifusão foi mantido com os parlamentares da Carta de 1988. Além do próprio Presidente José Sarney, signatário da Carta, nomes de quatro senadores e três deputados constituintes constavam na lista de proprietários de empresas de radiodifusão”. É flagrante a contradição dos parlamentares, visto que na mesma Constituição inclui-se que deputados e senadores não poderão, desde a expedição de diploma, “firmar ou manter contrato com pessoa jurídica de direito público, autarquia, empresa pública, sociedade de economia mista ou empresa concessionária de serviço público, salvo quando contrato obedecer a cláusulas uniformes.” (CHAGAS, 2012, p. 88, 89).

Com a privatização da Telebrás, foi criada a ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações) em 1997, que passou a atuar na gestão e fiscalização da radiodifusão.

A radiodifusão, segundo a legislação brasileira, compreende os serviços destinados a serem recebidos direta e livremente pelo público em geral e é dividida em radiodifusão sonora (rádio) e radiodifusão de sons e imagens (televisão). Cabe à Anatel elaborar, manter e atualizar os planos de canais a serem usados pelos prestadores de radiodifusão, bem como dos serviços aniliares e correlatos a esta atividade (como é o caso das repetidoras de TV). A outorga dos serviços, por outro lado, é de competência do Ministério das Comunicações. Fazem parte das atribuições da Anatel, entre outras, as seguintes funções: 1)regulamentação técnica: expedição de regulamentos com as características técnicas a serem seguidas pelos radiodifusores; 2) administração dos planos básicos: gerenciamento dos planos de canalização da radiodifusão, considerando as características técnicas dos

diferentes prestadores, com o objetivo de permitir a prestação dos serviços com qualidade e sem interferências; e 3) expedição de autorização para uso de radiofrequências para os prestadores do serviço de radiodifusão. (ANATEL - Agência Nacional de Telecomunicação²⁹).

Em 19 de fevereiro de 1998, o então presidente Fernando Henrique Cardoso assinou a Lei 9.612/98, regulando a radiodifusão comunitária. Desde então, a Legislação Brasileira não alterou significativamente as regras para o funcionamento de emissoras de rádio. Enfim, a Legislação atual prevê três tipos de rádios: comercial, comunitária e educativa. Para entendermos onde a rádio universitária se encaixa, precisamos entender o papel de cada tipo de emissora, o que será abordado a seguir.

Para participar do processo de licitação, independentemente do caráter da emissora, seus diretores devem ser brasileiros ou naturalizados há mais de dez anos, estar em dia com a justiça civil, criminal e de protestos de títulos; há, ainda, a exigência de os transmissores da emissora serem homologados pela ANATEL.

Em 16 de janeiro de 2012, a Presidenta Dilma Rousseff assinou o Decreto nº 7.670, que altera dispositivos do Regulamento dos Serviços de Radiodifusão outrora aprovado pelo Decreto nº 52.795 de 31 de outubro de 1963.

Uma dessas alterações é a orientação para os critérios de classificação de propostas enviadas para a obtenção de uma concessão de radiodifusão. Essa mudança traz uma vertente acerca da importância do conteúdo da programação a ser veiculada. Os ítems constam no parágrafo primeiro:

- A. Tempo destinado a programas educativos - máximo vinte pontos;
- B. Tempo destinados a serviço jornalístico e noticioso - máximo vinte pontos;
- C. Tempo destinado a programas culturais, artísticos, educativos e jornalísticos a serem produzidos no município - máximo trinta pontos; e
- D. Tempo destinado a programas culturais, artísticos, educativos e jornalísticos a serem produzidos por entidade que não tenha qualquer associação ou vínculo, direto ou indireto, com empresas ou entidades executoras de serviços de radiodifusão - máximo trinta pontos (DECRETO-LEI 7.670, de 16 de janeiro de 2012).³⁰

²⁹ Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalNivelDois.do?codItemCanal=677>>. Acesso em 11 abr. 2016.

³⁰ Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Decreto/D7670.htm#art5>. Acesso em 15 mar. 2017.

Observamos que esta pontuação busca valorizar a programação que aborda questões da sociedade, diminuindo, assim, a pontuação de emissoras que apenas tocam música constantemente. Essas medidas também valorizam o profissional do rádio, pois uma programação que contempla programas educativos, jornalísticos e culturais demanda maior tempo de produção, e, consequentemente, para uma emissora atuar nesse formato, necessitará de mais e bons profissionais.

Outra mudança gira em torno dos pedidos de renovação e/ou transferências de cotas e ações, além das permissões de serviços de radiodifusão, que devem ser encaminhados ao Ministério das Comunicações para que esse processo seja realizado por completo; com isso, o processo se torna mais rápido e técnico, pois não precisa da autorização pessoal do Presidente.

É importante ressaltarmos que, quanto ao conteúdo a ser gerado, a emissora se compromete a respeitar a Lei de Radiodifusão Decreto 52.795/63, que orienta no capítulo II sobre a programação.

Art. 67. As concessionárias e permissionárias de serviços de radiodifusão, observado o caráter educacional desse serviço, deverão na organização dos seus programas, atender, entre outras, às seguintes exigências:

1. manter um elevado sentido moral e cívico, não permitindo a irradiação de espetáculos, trachos musicais cantados, quadros, anedotas ou palavras, contrários à moral familiar e aos bons costumes;
2. limitar a um máximo de 25% (vinte e cinco por cento) do horário da sua programação diária, o tempo destinado à publicidade comercial;
3. destinar um mínimo de 5% (cinco por cento) do horário de sua programação diária para a transmissão de serviço noticioso (DECRETO-LEI 52.795, de 31 de outubro de 1963)³¹.

Percebemos que esta orientação impede que as emissoras veiculem palavras e/ou músicas que desvalorizem os chamados “bons costumes”. Já o segundo item se refere diretamente às emissoras comerciais, de forma a impedir que comercializem mais de 25% da programação, o que denotaria a falta de interesse na prestação de serviços à comunidade a que se destina. Quanto à exigência de manutenção de ao menos 5% da programação jornalística diária, em comparação, tal número se traduz em 72 minutos de informação, pouco mais de uma hora por dia.

³¹ Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/antigos/d52795.htm>. Acesso em: 15 mar. 2017.

Já o Art. 68 orienta as emissoras quanto à obrigatoriedade de se retransmitir o programa *A Voz do Brasil*, produzido pela EBC³².

Art. 68. As emissoras de radiodifusão, excluídas as de televisão, são obrigadas a retransmitir, diariamente, das 19 às 20 horas, exceto aos sábados, domingos e feriados, o programa oficial de informações dos Poderes da República.

Parágrafo único. Do programa organizado trinta minutos serão reservados aos Poderes Executivo e Judiciário e os outros trinta minutos, às duas Casas do Poder Legislativo (DECRETO-LEI 52.795, de 31 de outubro de 1963)³³.

Ao zapearmos pelo dial, é possível ouvir algumas emissoras que não a transmitem no horário previsto, pois se beneficiam de recursos ao prestar serviços importantes à população neste horário para a localidade que abrangem. Essas emissoras retransmitem o programa *A Voz do Brasil* em horários alternativos, como na madrugada.

Como complemento à Lei de Radiodifusão – Decreto 52.795/63, o Decreto Nº 88.066, de 26 de janeiro de 1983³⁴, traz mais orientações sobre o caráter da programação. Algumas são:

- Não permitir programas que atentem contra o sentimento público, expondo pessoas a situações que, de forma alguma, redundem em constrangimento, ainda que seu objetivo seja jornalístico. A não exposição dessas situações, mesmo que em caráter jornalístico, garante que a emissora evite julgar alguém, pois esta não é a função da imprensa;
- Integrar gratuitamente as redes de radiodifusão, quando convocadas pela autoridade competente. É assegurado, neste item, a função dos meios de comunicação de radiodifusão enquanto canais de comunicação das autoridades com a população;
- Obedecer às instruções baixadas pela Justiça Eleitoral referentes à propaganda eleitoral. Em período eleitoral, as emissoras devem transmitir o horário eleitoral gratuito, além de propagandas eleitorais ao longo de sua programação. Nisso, é possível entrever a ideia de que a radiodifusão é uma

³² EBC - Empresa Brasileira de Comunicação mantida pelo Governo Federal.

³³ Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/antigos/d52795.htm>. Acesso em: 15 mar. 2017.

³⁴ Disponível em: <www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1980-1987/decreto-88066-26-janeiro-1983-438203-norma-pe.html>. Acesso em 15 mar. 2017.

comunicação realizada através do espectro sonoro pelo ar – ou seja, trata-se de um bem público;

- Irradiar diariamente os boletins ou avisos do serviço meteorológico, posto que é um serviço de utilidade pública informar questões meteorológicas para que a população se organize no seu dia a dia.

Não vamos nos atentar a todas as orientações, pois um número considerável delas é redundante. Elas nos ajudam, contudo, a entender que as leis também indicam caminhos para uma programação satisfatória em termos qualitativos, não só contribuindo para que ela corresponda aos interesses do Governo e tenha sua concessão renovada, mas também proporcionando diretrizes para que a emissora trabalhe conteúdos informativos, educativos e de entretenimento em sua grade. Ao estudarmos a programação da rádio Gazeta AM, objeto deste estudo, procuraremos observar atentamente se a emissora contempla essas diretrizes e conteúdos de forma adequada.

Uma rádio comercial, por definição, é direcionada a empresários da comunicação que possuem liberdade para explorá-la comercialmente. As concessões são operadas pela iniciativa privada, seja ela fundação de direito público ou privado, e é concedida através de processo licitatório junto ao Ministério das Comunicações. As emissoras comerciais representam a maior parte das emissoras existentes, e muitas rádios que estão em funcionamento foram outorgadas através de alianças políticas ao longo da história.

As emissoras comerciais possuem como principal diferencial das outras categorias o poder direcionar o tempo máximo de 25% de sua programação à veiculação de comerciais publicitários, ou seja, a cada hora, é permitido a ela veicular quinze minutos de propagandas. Outra característica reside no fato de elas buscarem ter em suas programações públicos determinados por faixa etária, estilo musical, gênero, localidade em que vivem, etc – contudo, não devem deixar de cumprir com as obrigatoriedades legais de programação com conteúdos educativos e informativos.

Uma rádio comunitária, por sua vez, apenas pode ser administrada por fundações e associações comunitárias sem fins lucrativos sediadas na comunidade em que atuam.

e por seu ministro das Comunicações Sérgio Motta em 19 de fevereiro de 1998, diz que Rádio Comunitária é um tipo especial de emissora de rádio FM, de alcance limitado a, no máximo, 1 km a partir de sua antena transmissora e com potência de transmissão irradiada máxima de 25 watts. As emissoras de rádio comunitária devem ser administradas apenas por fundações e associações comunitárias sem fins lucrativos, sediadas na comunidade a servir; seus dirigentes devem ser brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos (SILVA, 2010, p. 18).

A emissora comunitária é um serviço de radiodifusão de baixa potência destinada a uma localidade específica, tais como aldeias, distritos, vilas e pequenas cidades. Foi regulamentada em 1998, através da Lei 9.612, pelo Presidente Fernando Henrique Cardoso, e deve ser operada por Associações Comunitárias ou Fundações sem fins lucrativos. Sua outorga de funcionamento é dada através de processos de pedido de concessão ao Ministério das Comunicações. Sua programação deve estar vinculada aos interesses da comunidade, promovendo discussão dos assuntos de interesses coletivo, destacando e incentivando a cultura local e abrindo espaço em sua programação para as mais variadas manifestações, mesmo que religiosas, e assuntos jornalísticos, sempre atendendo às necessidades comunitárias.

Tal categoria de emissora não pode negar ou dificultar espaço para uma entidade local; antes, deve buscar a pluralidade de assuntos e interesses. Por definição, é impedida de manter vínculos religiosos ou partidários políticos e deve localizar-se na área onde pretende prestar os serviços comunitários, uma vez que pode operar com no máximo 25 Watts e a sua torre não pode ultrapassar a 30 metros de altura, o que confere uma capacidade de emissão de sinal num raio de um quilômetro.

O serviço de radiodifusão não pode ser explorado comercialmente e só pode veicular anúncios através de apoios culturais que se configuram na divulgação institucional sem finalidade ou compromissos publicitários.

A rádio educativa se configura como uma emissora que atende exclusivamente interesses de entidades ligadas aos setores da educação e cultura. Sua programação deve conter exclusivamente programas educativo-culturais que atendam à população no que tange à divulgação e promoção de atividades de setores como: festas culturais, eventos esportivos, peças teatrais, produções cinematográficas, coberturas jornalísticas e auxílio à população de alcance.

É o serviço de radiodifusão, tanto em frequência modulada (FM) quanto de

sons e imagens (TV), que se destina à transmissão de programas educativo-culturais, tendo por objetivo a atuação em conjunto com os sistemas de ensino visando à promoção e ao fortalecimento da educação. Para atendimento da finalidade exclusivamente educativa do serviço, as autorizações desta modalidade não podem possuir caráter comercial ou fins lucrativos, sendo que esta previsão deve constar do estatuto social da entidade interessada. (Ministério das Comunicações, 2017).³⁵

A concessão de radiodifusão educativa é direcionada a órgãos públicos ou fundações públicas ou privadas; nisso se incluem as universidades, que possuem preferência na obtenção de outorgas. Seus diretores, por sua vez, não podem manter vínculos religiosos ou partidários com nenhuma outra entidade. Embora estejam impedidas de cultivarem aspirações financeiras, é a elas permitida a veiculação de anúncios através de apoios culturais. As emissoras educativas ligadas a entidades educacionais são, por definição, as rádios universitárias, sejam elas públicas ou privadas, e sua programação não só pode se dedicar inteiramente ao aprendizado de rádio, mas também deve se preocupar com seus ouvintes, proporcionando uma programação de qualidade e que atenda a Legislação vigente. Para a Lei Brasileira de Radiodifusão, a emissora educativa se destina a:

Transmissão de programas educativo-culturais, que além de atuar em conjunto com os sistemas de ensino de qualquer nível ou modalidade, vise a educação básica e superior, a educação permanente e formação para o trabalho, além de abranger as atividades de divulgação educacional, cultural, pedagógica e de orientação profissional. (AGERT - Associação Gaúcha de Emissoras de Rádio e Televisão³⁶).

A rádio educativa é regulada por três principais documentos:

- Decreto-Lei 236, de 28 de fevereiro de 1967;
- Decreto nº 2.108 de 24 de dezembro de 1996;
- Portaria Interministerial nº 651 de 15 de abril de 1999 .

Esses documentos estabelecem que a radiodifusão educativa, sendo ela de rádio ou televisão, seja contemplada por uma programação educativa-cultural que, além de atuar em conjunto com sistemas de ensino de qualquer nível ou modalidade, tenha atenção à educação básica e superior, trabalhe

³⁵ Disponível em: <http://www2.mcti.gov.br/documentos/espaco-radiodifusor/CARTILHA_RADIODIFUS%C3%83O_EDUCATIVA - SITE-08012015.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2017.

³⁶ Disponível em: <http://www.agert.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=15964:o-que-e-uma-radio-educativa&catid=14:fique-por-dentro>. Acesso em 30 nov. 2013.

permanentemente na educação e formação para o trabalho e na divulgação educacional-cultural, pedagógica e de orientação profissional.

Nos últimos anos, tem-se tentado aumentar a fiscalização no intuito de evitar que uma rádio educativa seja utilizada como comercial. O Ato Normativo nº 1 de 2007 da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI) da Câmara dos Deputados tornou obrigatória a apresentação de vínculo entre a emissora e a Instituição de Ensino ou Fundação para o pedido de outorga ou renovação de outorga de radiodifusão educativa para Fundação pública ou privada.

Em uma outra vertente, por sua vez, novas possibilidades de audição do rádio foram possíveis graças ao avanço da Internet e a chegada da web, que uniu textos, vídeos, áudios, fotos na rede, possibilitando uma convergência no ciberespaço³⁷.

A ideia de “meios de comunicação” na cultura da convergência é bastante abrangente, e se refere desde as mídias de massa, como o cinema e a televisão, até as mídias digitais e as interações do ciberespaço. A convergência não significa que um meio novo destrua ou invalide um meio antigo, mas entende que ambos se modificam mutuamente em uma *interseção* da qual emergem novos significados (MARTINO, 2014, p.36).

Ao falarmos de rádio no ambiente virtual, podemos entender essas emissoras de duas formas: as emissoras que possuem o sinal do *dial* e utilizam a Internet para compartilhar sua programação por um meio alternativo; ou, ainda, as emissoras que se comunicam exclusivamente via *web*, posto que não possuem outorga de funcionamento do Ministério das Comunicações, e, consequentemente, não possuem espaço no *dial*.

Englobando seus desdobramentos, o rádio on-line atua em três modalidades:

1. Rádio na web – uma emissora tradicional transmite, através da Internet, sua programação ao vivo. Dessa forma, independe o meio pelo qual a emissora é alcançada por parte do ouvinte (online ou no rádio convencional), pois o conteúdo é o mesmo;

2. Web rádio – emissora focada apenas na comunicação online. Nesta modalidade, a emissora não há transmite sua programação pelas ondas hertzianas;

³⁷ Ciberespaço é o espaço de interação criado no fluxo de dados digitais em redes de computadores; *virtual* por não ser localizável no espaço, mas *real* em suas ações e efeitos.

3. Podcasting e outras práticas semelhantes – são exemplos de áudios que se utilizam do formato de programas radiofônicos. Os arquivos são disponibilizados na internet e podem ser baixados ou ouvidos online.

O rádio na Internet se tornou possível a partir do surgimento da WEB2.0 e da ascensão da linguagem digital associados a uma conexão cada vez mais veloz, possibilitando uma convergência das mídias.

Apesar da programação visual das Web Rádios, ao clicar o *link mídia Rádio*, imediatamente o ouvinte-internauta está diante de uma peça radiofônica, denominada *chamada*, que apresenta as novas edições dos programas da grade de programação, acompanhada da programação musical da semana ou da programação especial sazonal. Assim, o encontro entre os dois modos de produzir radiofonia, foi possível manter a predominância do código sonoro em relação à programação visual sempre fixa enquanto os elementos sonoros podem ser dinamizados, tanto ao estabelecer o contato com a emissora quanto ao navegar pela grade de programação das emissoras radiofônicas web (JOSÉ, 2015, p.63-64).

Pela Internet, todos podem se tornar emissores e/ou receptores. É possível ao indivíduo criar um site com textos, fotos, vídeos e sons com conteúdos dos mais variados assuntos caso deseje. Ela extrapola os formatos promulgados pelos meios tradicionais, em que o jornal fazia o papel de jornal, a TV, de TV, e o rádio, de rádio: na Internet, esses meios se cruzam e interagem entre si, possibilitando novas formas de comunicação.

No caso brasileiro, em uma perspectiva talvez otimista em demasia é um público diferente do de tempos anteriores: transformou-se, mesmo que em nível de senso comum, sobre uma noção de cidadania desde a Constituição Federal de 1988, assimilando discussões a respeito dos direitos do consumidor, dos idosos, das mulheres, dos negros, de crianças e adolescentes... Por um viés quiçá mais pessimista, ao contrário do que pensam alguns entusiastas da convergência e da tecnologia (...), talvez não seja tão ativo assim, tendo apenas uma variedade de alternativas maior à disposição e possuindo mais instrumentos, através da internet, para buscá-las. No entanto, é certo que mudou e se libertou de algumas imposições da mídia de gosto, comuns nos veículos de comunicação de massa. Pode, agora, por exemplo, escolher centenas de músicas e ouvi-las na sequência e frequência que desejar. Pode fazer o mesmo aliás, com conteúdos radiofônicos disponibilizados via *podcasting*. Pode também assumir o papel de emissor, sem a necessidade de outorgas governamentais, e gerar conteúdo do quarto da sua casa, via rede mundial de computadores, para o mundo (FERRARETTO, 2010, p. 552-553).

Como não é necessária uma concessão para a web, a comunicação passa a se tornar cada vez mais interativa e participativa, mudando os padrões comunicativos antes existentes, pois o receptor pode passear livremente entre os textos, fotos, vídeos, sons e conteúdos através da rede.

A comunicação interativa e coletiva é a principal atração deste espaço e a teia estabelecida pela Internet é a principal plataforma através da qual se torna realidade esse nível de comunicação. Nela é possível a coexistência e a complementaridade de diversas mídias, que ligado a estrutura do Hipertexto, possibilita ao receptor, uma nova forma de acesso e leitura da informação (CARVALHO, 2007, p. 2).

Com os avanços no acesso às Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), surgem várias emissoras de rádios na Internet utilizando várias formas de distribuição de conteúdo. A rádio que está conectada na Internet não tem mais as amarras da territorialidade, pois em qualquer parte do mundo o indivíduo pode ouvi-la desde que esteja on-line. Além da desterritorialização do meio, podemos também observar a perda do sentido de tempo que sempre caracterizou o rádio.

Entendemos que cada *medium*, como o rádio, articula os indivíduos vinculados, especialmente quando esses desenvolvem ações diferentes. Isso quer dizer que a divisão do trabalho e a simultaneidade das ações permitem a convivência de milhões de indivíduos em uma metrópole como São Paulo (MENEZES, 2007, p.67).

Quando pensamos o rádio tradicional, duas questões são importantes: o tempo e o espaço. Quando estamos ouvindo ou produzindo o conteúdo radiofônico, o produtor de conteúdo e o ouvinte, embora distantes fisicamente, se vinculam na fala, na programação em si. Como no ciberespaço esse ambiente é virtual, ou seja, não localizável, os vínculos locais nem sempre são importantes. Quando estabelecidos por uma localidade, cultura e fatos de uma determinada sociedade ou comunidade influenciam na busca por conteúdos de informação e passam a competir com outros elementos, como a busca por interesses e afinidades que não necessariamente estejam vinculados a questões geográficas. Por um lado, “a era digital cria indivíduos que levam uma vida abstrata e digitalizada em vez de partilhar experiências juntos” (LIPOVETSKY, 2011, p.45); por outro, é possível consumir conteúdos provenientes de outros lugares e, assim, adquirir novas referências. Além da possibilidade de consumo, há ainda a da geração de conteúdos: as pessoas passam a criar seu próprio ambiente para audição, adequando-o às suas necessidades individuais e se desvinculando sonoramente daqueles que a cercam no ambiente físico.

A convergência tecnológica a que se aludia anteriormente remeteria a uma esfera que, graças à globalização, não conhece barreiras, nem limites de acesso ao “som universal”, um som no qual, obviamente, se encontra o som radiofônico (PAEZ, 2011, p.64).

As pessoas passam a criar seu próprio ambiente para audição, adequando-o às suas necessidades individuais e se desvinculando sonoramente daqueles que as cercam fisicamente.

Esta situação é, na verdade, muito surpreendente no momento presente, dado que a integração e o caráter concomitante de diferentes dispositivos eletrônicos-digitais desenham um novo ambiente na recepção das mesmas auditivas e propiciam o aparecimento de novos hábitos de escuta, que superam e rompem os limites das formas tradicionais (PAEZ, 2011, p.64).

Essa mudança na forma de ouvir acontece porque o rádio não gera somente conteúdos online onde os ouvintes acompanham a programação simultaneamente. Os conteúdos são disponibilizados e consumidos em qualquer tempo ou local que o ouvinte desejar, permitindo que se crie e recrie o espaço individual adequado para que se ouça determinado conteúdo através de seus aparelhos eletrônicos.

Este conceito de sonosfera digital é resultado de uma “pesquisa que busca definir e especificar os cenários comunicativos que se apresentam para a exploração e transmissão de novos conteúdos sonoros, bem como a experimentação com novos formatos” (ADAMI in ZUCULOTO, 2016, p.132-133). O pesquisador ainda complementa que:

O rádio se atualiza em novos formatos, plataformas e experimentações deixando de ser ouvido pelo meio tradicional, mas um rádio que é selecionado pelos ouvintes e consumido quando este desejar a partir de novos hábitos de escuta possibilitados pela tecnologia. Quando dissemos que o rádio rejuvenesceu é porque aprendeu mais que qualquer outro meio de comunicação a dialogar neste contexto dos Millennials, principalmente no contexto cultural da “sonosfera digital”. Aliás, este conceito deve ser mais bem aclarado aqui, para que se evite sua utilização de forma inexata, proliferando e perpetuando-se pela internet. (ADAMI in ZUCULOTO, 2016, p.132)

Ao ouvir conteúdos que não estejam ao vivo ou próximos geograficamente, o indivíduo passa a ter a sensação de não mais estar naquele local e tempo presente, mas em um outro espaço, em uma nova esfera criada a partir do som. Essa nova cultura do exercício de ouvir é cada vez mais comum; basta observarmos os jovens no metrô, andando de bicicleta ou mesmo caminhando pelas ruas, cada um em sua audição específica, que não está presa a uma grade de programação oferecida por uma emissora, e sim uma opção escolhida pelo ouvinte. O fone de ouvido se tornou acessório indispensável para que este novo ouvinte se encontre e se vincule aos seus pares. Os Podcasts e outros formatos apresentam-se com conteúdos cada vez mais específicos, que se comunicam com públicos cada vez menores e

direcionados, gerando fidelidade e companheirismo, ou seja, vínculos mais fortes com as novas gerações que os possíveis a uma rádio tradicional.

Na era da rádio na web e da webradio, vive-se uma ampla oferta de forma de emissões, alterando a lógica inicial de oferta e também de demanda. O podcasting é um dos exemplos claros dessa mudança, pois se trata, muitas vezes, de material digitalizado disponibilizado via internet de um conteúdo já transmitido. A nova ferramenta, que teve início com a criação dos ipods da Apple, é considerada por alguns pesquisadores como máxima expressão da liberdade do ouvinte, que pode escolher conteúdos e o momento em que quer ouvi-los. Trata-se de um processo que oferece formas particulares de interação. (CURY, 2016, p. 19)

Na pesquisa “Percepção sobre carreiras inteligentes: diferenças entre as gerações y, x e *baby boomers*”, os autores Elza Fátima Rosa Veloso, Joel Souza Dutra e Lina Eiko Nakata nos apontam algumas características dessas gerações e suas relações com meios e produtos culturais:

- Até 1964: geração dos baby boomers. Estão mais motivados, são otimistas e workaholics. Eles têm um senso de procura por oportunidades de inserção econômica em diversas ocupações no campo do trabalho social. Aplicaram seus esforços escolares em carreiras que prometiam facilidades na busca de posições garantidas no universo empresarial. Valorizam o status e a ascensão profissional dentro da empresa, à qual são leais. No Brasil, eles correspondem a 34% da população economicamente ativa.
- Entre 1965 e 1977: geração X. Adotam postura de ceticismo e defendem um ambiente de trabalho mais informal e hierarquia menos rigorosa. Ao mesmo tempo, essa geração carrega o fardo de ter crescido durante o florescimento do downsizing corporativo, o qual afetava a segurança no emprego. A percepção de que adultos leais à empresa perderam seus postos estimulou a tendência de desenvolver habilidades que melhorem a empregabilidade, já que não se pode mais esperar pela estabilidade. No Brasil, esse grupo é representado por 34% da população economicamente ativa.
- 1978 em diante: geração Y. Cresceram em contato com as tecnologias de informação e são mais individualistas. Defendem suas opiniões e priorizam o lado pessoal em relação às questões profissionais. Quando as pessoas dessa geração começaram a nascer, encontraram o Brasil passando por grande instabilidade econômica e, pouco depois, reinstalando a democracia; no cenário mundial, a cultura da impermanência e a falta de garantias, com mercados voláteis. Esse grupo mais jovem é equivalente a 33% da população economicamente ativa (VELOSO, 2016, p. 90).

Grande parte dos jovens que frequentam hoje o ensino superior nasceu a partir dos anos 1996 e possui em 2017, em torno de 21 anos; podemos observar, ainda, que o jovem, em média, ingressa na faculdade entre os 17 e 18 anos de vida – ou seja, os novos ingressantes nasceram em torno dos anos 2000 – sendo ambos os grupos etários, portanto, pertencentes à geração Y.

A principal característica do comportamento dessa geração com a sonosfera é o acesso a uma oferta incomparavelmente maior de rádios para se ouvir, o que a faz buscar cada vez mais um conteúdo com maior qualidade de produção.

(...) o uso de telemóvel como dispositivo preferido consolida-se e estende-se, subtraindo protagonismo a outros componentes electrónicos que há pouco tempo gozavam de uma grande aceitação entre o público jovem (como o mp3, o mp4 ou o iPod). Este facto incide sobre os hábitos de escuta de rádio, mas não há dúvida de que o alto grau de utilização do telemóvel responde, entre outras coisas, às suas amplas possibilidades para a recepção sonora através de distintos formatos e plataformas online (podcast, YouTube, Spotify ou outras formas de streaming) (PAEZ, 2011, p. 75)

A possibilidade de se ouvir rádio e realizar outras atividades ao mesmo tempo se amplia, e é desenvolvido o costume do uso de fones de ouvido, o que possibilita a cada um criar a própria “bolha sonora”, e, com o avanço tecnológico cada vez mais veloz, surgem novos aplicativos e mecanismos para se encontrar novas emissoras que poderão atender suas necessidades, criando novos vínculos sonoros mais especializados.

No contexto da *sonosfera* digital, e em função dos dados obtidos nesta investigação, são várias as lógicas que atravessam o consumo de rádio pelos jovens, que parecem dar uma grande importância a três fatores: a oferta das emissoras, a capacidade de ‘multitarefa’ que o meio oferece e a portabilidade dos diferentes canais ou dispositivos que permitem a recepção radiofónica (PAEZ, 2011, p. 69).

Com isso, a preocupação desta pesquisa se torna cada vez mais instigante, pois o sinal da Rádio Gazeta AM não tem a qualidade sonora demandada por esses novos tempos e são poucos os ouvintes que acompanham a produção sintonizando pelo *dial*, sendo eles enquadrados em uma faixa etária mais avançada.

Eu acho que o público da rádio AM 890 é um público mais velho, um público dos seus 50 anos para cima, que são ouvintes há um bom tempo da rádio. Sabe, ouvintes que já acompanham já há boas gerações (SONSINO, Gilles Raphael. Informação verbal).³⁸

É importante que a rádio universitária se dedique a este público, mas é preciso que ela também observe e cative o público da geração Y por duas razões: é ele o potencial público-alvo da Gazeta AM com qualidade sonora através da internet e, ainda, dentro da esfera universitária, é o jovem estudante de ensino superior quem consome rádio por esta plataforma, de forma a reverberar o trabalho da

³⁸ SONSINO, Gilles Raphael. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

emissora para que novos estudantes também se interessem pela profissão e pela Instituição.

A sonosfera digital intervém decisivamente na construção do perfil do chamado nativo digital, a que estão ligadas referências como a adopção da tecnologia desde cedo, comunicação e sociedade a necessidade de constante adaptação à rápida evolução da tecnologia, a mudança das relações sociais – que passam a ser mediadas através da participação em redes como o Facebook –, a dependência deste tipo de plataformas e serviços (com uma necessidade constante de estar ligado) e a exclusão social pelo facto de não fazer parte deste contexto (PAEZ, 2011, p. 74-75)

Cumpre ainda ressaltar que o conteúdo radiofônico na Internet passou a ser disponibilizado através de *download*³⁹ ou *on demand*⁴⁰, através de páginas da Internet para todo mundo. Nisso, o rádio ganha novos territórios para a transmissão, criando novas possibilidades de vínculos com seus ouvintes.

O rádio via Internet é essencialmente desterritorializado e não-massivo. Permite a recepção a partir de pontos remotíssimos do globo, beneficiando diretamente população que, por motivos diversos, moram fora de seus países de origem e que antes só dispunham das limitadas ondas curtas (KISCHINEVSKY, 2007, p.116).

Assim, um conteúdo produzido do outro lado do mundo pode ser consumido por qualquer um desde que esteja conectado na Internet, da mesma forma que uma emissora de rádio não depende da sua localidade ou apenas dos seus vínculos territoriais para atingir determinado público. Com isso, percebemos o favorecimento do surgimento de muitas emissoras que buscam se comunicar com públicos cada vez mais delimitados por interesses muito bem determinados.

As emissoras de rádio tradicionais, por sua vez, para se adequar às novas tendências, criaram *sites* e mecanismos de disponibilizar suas produções para que os ouvintes possam acompanhar suas produções mesmo fora da área de cobertura da rádio ou do horário de determinado programa.

Para a criação de uma emissora online, é necessário apenas um computador com acesso à Internet. Isso possibilita a criação de várias emissoras com os mais variados conteúdos; a partir disso, surgem mais emissoras de rádio universitárias com propostas e definições próprias. Essa possibilidade de criação também faz

³⁹ Download é baixar o arquivo para o computador e então poder ser executado, no caso de um arquivo de rádio, ouvido.

⁴⁰ *On demand* é uma tecnologia que possibilita a transmissão de conteúdos gravados que as pessoas podem acessar, via streaming quantas vezes quiser, desde que ainda esteja disponibilizado o arquivo na Internet. O ouvinte ouve o áudio sem precisar baixar o arquivo para seu computador.

surgir novos ambientes em que a produção dos estudantes possa aparecer e ser compartilhada, proporcionando maior troca de conteúdos e mais avanços na criação de novos gêneros e formatos radiofônicos.

A Internet e as redes sociais digitais transformaram a sociedade, que cada vez mais compartilha informação e conteúdos audiovisuais. A rádio universitária, a princípio um espaço simples no sentido de criação, pode ser potencializado pela perspectiva inventiva que o próprio ambiente acadêmico proporciona com a reflexão e surgimento de ideias, partindo da premissa de que, no ambiente acadêmico, deve haver experimentação e descobertas, seja de novos formatos, seja de novos talentos. Com a emissora online, os alunos podem exibir seus conteúdos e sentir o prazer de divulgar seus trabalhos para a comunidade fora da academia, testando assim suas produções.

A partir de então, podemos partir do princípio que a programação de uma rádio universitária deve cumprir seu papel de meio de comunicação social; o interesse educacional interno, contudo, também deve ser tratado com atenção, de forma que a preocupação educacional possa ser também a de preparar os profissionais do futuro.

2.1 A Concessão e o funcionamento da Rádio Gazeta AM

A Fundação Cásper Líbero se localiza na Av. Paulista, 900 - Cerqueira César, São Paulo/SP. No mesmo prédio estão alocadas todas as unidades de negócio que a Fundação administra: TV Gazeta, Rádio Gazeta FM, Gazeta Esportiva.Net e a Faculdade Cásper Líbero, que por sua vez, dirige a Rádio Gazeta AM. A Faculdade se distribui entre o terceiro e o quinto andares do prédio e a Gazeta AM. Seus transmissores estão instalados no bairro Guarapiranga, Zona Sul de São Paulo.

A Rádio Gazeta AM possui concessão comercial e tem todas as obrigações governamentais; ela atua, contudo, como uma rádio educativa universitária, pois segue algumas diretrizes em sua atuação: contribuir para o desenvolvimento humano e social da população que alcança, colaborar com comunidades necessitadas e oferecer aos alunos da Faculdade Cásper Líbero um ambiente laboratorial para o aprendizado, experimentação e exercício da prática radiofônica.

A concessão é comercial, mas ela não é uma emissora comercial. Ela não tem contratos comerciais. Ela pode receber do governo, como todas as

rádios podem receber, por exemplo, produções, inserções, que o governo envia sobre doenças, sobre a questão do Ministério da Saúde, o Ministério das Comunicações. Tem toda uma abordagem, como a propaganda política. Nós também fazemos a divulgação de projetos sociais, e isso não tem custo, é uma filantropia, um auxílio. Então essa produção passa por isso. Então essa possibilidade ela vem... e a gente acaba se assemelhando a uma rádio comercial, porque as rádios comerciais também recebem do Estado e fazem propaganda política. Também podem trabalhar com auxílio de utilidade pública, com prestação de serviços que alguma instituição peça e a gente atende. Se um hospital que está fazendo uma campanha de doação de sangue, de doação de órgãos, ou uma instituição, ou organização não governamental, alguma assim a gente pode atender. Mas esse atendimento, normalmente, é feito uma pesquisa... Chega uma instituição e diz "quero fazer uma campanha para arrecadar alimentos..."; ok, aí a gente vai investigar essa instituição, pra saber se ela é idônea, se ela está bem, se ela existe de fato... Não é assim chegar e já ir fazendo. A gente vai analisar a instituição, e quem analisa não sou eu. No caso da Gazeta, e da Fundação Casper Líbero, tem um setor de cidadania empresarial e uma assistente social que é gerente desse setor, que é a Márcia Firmon, e ela analisa e procura saber quem são essas instituições, se ela é realmente idônea, se ela tem toda uma lisura no processo dela, e ela diz "Pedro, pode fazer...". Aí sou autorizado a realizar o spot, seja do hospital, seja de onde for (VAZ FILHO, informação verbal).⁴¹

Percebemos, assim, que a Rádio Gazeta, quando se trata de campanhas educativas e de prestação de serviços, atua dentro da esfera da filantropia conforme a autorização da Fundação que a mantém. No que se refere ao aprendizado de rádio, contudo, a emissora funciona como uma rádio educativa.

Atualmente, a emissora não possui anúncios publicitários; entretanto, conforme o depoimento do Diretor Carlos Roberto da Costa, ela pode vir a tê-los, desde que se caracterizem como campanhas com foco educacional, seja ele formal ou informal.

Na realidade lucram bastante, dinheiro nesse meio a gente não vai ter, a gente tem uma consciência que a rádio pode ser, e deve se tornar convidativa para o público que interessa, que pode estar sendo impactado por essa programação. A negociação da Renault não se deu porque o Carlos Ferraz que era o homem de imprensa da Renault, saiu e foi pra outra empresa, não me recordo o nome, aí quando saiu de uma empresa, todo projeto era voltado para a educação, para o trânsito, sabe do tipo, aconteceu no meio tempo uma reformulação que eu tive que fazer com o curso de comunicação de Rádio e TV. (COSTA, Carlos Roberto da. Informação verbal)⁴².

A Fundação Cásper Líbero tem três grandes objetivos: Patrióticos (promover campanhas pela grandeza da pátria), Culturais (manter a escola de jornalismo e o

⁴¹ VAZ FILHO, Pedro Serico Vaz. Informações colhidas em entrevista ao autor em 15 set. 2009.

⁴² COSTA, Carlos Roberto da. Informações colhidas em entrevista ao autor em 13 mar. 2017.

ensino de humanidades) e Jornalísticos (desenvolver prestígio nos meios de comunicação).

A Rádio Gazeta AM emite sua programação em:

- AM – Amplitude Modulada – 890 KHz sob o prefixo ZYK 690 – Rádio Gazeta AM. Ela opera sob a frequência de 890 KHz, com um transmissor de 50 Kw de potência para a programação diurna, e outro auxiliar com 10 Kw de potência que irradia a programação noturna.
- OC – Ondas Curtas
 - 49 Metros, sob o Prefixo: ZYE 962 – Rádio Gazeta Ondas Curtas, com Frequência em 5.955 KHz e um transmissor com potência de 10 Kw;
 - 31 Metros, sob o Prefixo: ZYE 963 – Rádio Gazeta Ondas Curtas, com Frequência em 9.685 KHz e um transmissor com potência de 7,5 Kw.
- Internet (através do site da emissora no domínio: www.gazetaam.com⁴³). O site da rádio Gazeta AM reproduz toda a programação da emissora, além de disponibilizar um acervo das matérias, reportagens e programas nela produzidos.
- Aplicativo para smartphones (iOS, Android e Windows Phone), que transmite a programação ao vivo.

A programação da rádio Gazeta AM pode ser ouvida no ar principalmente nas regiões de Campo Limpo, Santo Amaro e Capela do Socorro; o público de interesse, contudo, conforme a emissora, apresenta o seguinte perfil: residente na cidade de São Paulo e demais localidades vizinhas, como ABC e Osasco, de faixas etárias, sexo, escolaridade e classes sociais variadas.

Segundo informações da diretoria da emissora, no site o público é jovem, universitário e na rádio, o público é formado pela população das classes “C”, “D” e “E”, com destaque para a audiência, na seguinte ordem, Zona Sul, Oeste, Leste, Norte e Centro. A preferência diante da faixa etária e sexo é de mulheres, a partir do 40 anos (MALULY, 2011).⁴⁴

Com um público variado, a emissora expõe ter uma programação também vasta de forma a abranger vários assuntos, com pautas culturais, educativas, de

⁴³ Disponível em: <<http://www.gazetaam.com>>. Acesso em 01 abr. 2017.

⁴⁴ Revista PJ-BR. Disponível em: <<http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/monografias14f.htm>>. Acesso em 01 abr. 2017.

inclusão social, acessibilidade e, de modo geral, promoção da cidadania. O ex-gerente da emissora traz esses dados sobre os ouvintes:

Mas se convencionou que a gente tem um público, e a gente não se preocupou em forma esse público, o público jovem, o público mais velho. Nós temos um público adulto, principalmente na linha que a gente analisa da maioria, se a gente colocar num gráfico, a maior parte dos ouvintes da rádio Gazeta AM é o público feminino. Vamos dizer que 60% feminino, e 40% masculino. A média de idade vai dos 30 aos 40 anos, o público principal, é alguém que está em atividade, fazendo coisas, é um público adulto. A gente percebe que esse público é adulto, é um público da classe C, e ele mora principalmente na Zona Sul de São Paulo (SERICO VAZ, Informação verbal...)⁴⁵

No caso da Rádio Gazeta AM na web e aplicativo, ela é basicamente acessada por estudantes para ouvir a transmissão. Em uma emissora, é importante que todos os envolvidos saibam muito bem quem é seu público, com quem se fala, para que tudo o que for produzido possa ser efetivo.

Mas, em termos de classe, a gente tenta fazer muita coisa... o perfil da AM pelo nosso estilo de tocar muita música, muita MPB, samba, pagode, dentro de música brasileira tem um leque bem grande. Então a gente imagina que, pelo que sempre falam, não é específico “é uma rádio para idosos”, mas a gente sabe que tem bastante público mais idoso. Dificilmente um jovem vai ouvir a Rádio Gazeta AM, a não ser que seja Jornada Esportiva (MONTAVÃO, Bruno Capozzi. Informação verbal)⁴⁶.

A definição do público molda toda a programação, que deve ser concisa e coerente. A questão de um jovem só ouvir a Gazeta AM se for para acompanhar a *Jornada Esportiva* demonstra que a faixa etária em questão não é fator determinante para delimitar o público da emissora. Porém, na região em que a emissora pode ser ouvida no ar, há um público carente de notícias e informações, mesmo elas tratando de futebol.

A gente vai voltar à rádio, vai discutir como atender ou criar um público novo, além do público que a gente já tem, o público que a gente já tem, que é o público da Zona Sul, que é identidade mais pro Norte e Nordeste, a gente teve o Nordeste Futebol Clube, teve uma série de ações, eles tem clubes de forró de encontros. A gente não tem que fazer cobertura ao vivo, a gente tem que entrevistar as pessoas que vão, ter esse público na nossa atenção, embora todos os alunos que vão lá estão pensando em fazer transmissão de jogo, coisas e tal, a gente tem que forçar que o leque é mais rico, então, o público externo, depois tem a questão do nosso público interno (COSTA, Carlos Roberto da. Informação verbal)⁴⁷.

⁴⁵ VAZ FILHO, Pedro Serico Vaz. Informações colhidas em entrevista ao autor em 15 set. 2016.

⁴⁶ MONTAVÃO, Bruno Capozzi. Informações colhidas ao autor em 16 set. 2016.

⁴⁷ COSTA, Carlos Roberto da. Informações colhidas em entrevista ao autor em 13 mar. 2017.

Assim, a Gazeta AM encontra um público determinado para se vincular e se comunicar; por outro lado, não se pode esquecer que a emissora também é uma rádio universitária que atua na formação dos estudantes da Faculdade Cásper Líbero, intermediando o ambiente acadêmico e a prática radiofônica. O meio acadêmico é um ambiente de reflexão e observação, e a rádio pode então refletir e experimentar se se voltar para públicos que nem sempre são lembrados pela grande mídia.

O que eu acho que nós temos um público mal atendido, há rádios piratas, que é o público latino americano que mora em São Paulo, com forte incidência de um público boliviano, peruano, você tem muito de outras etnias, como paraguaia, e etc. (...) a inclusão não é só a inclusão de pessoas com carência, pessoas que são deficientes, são pessoas que não tem acesso à cidadania, então, essa é uma olhada da rádio (COSTA, Carlos Roberto da. Informação verbal)⁴⁸

Na observação do diretor Carlos Roberto da Costa, entendemos que há em São Paulo vários públicos que estão sendo esquecidos e merecem ser observados e atendidos. Com isso, é possível inferir que a atuação da rádio universitária é também formar pessoas envolvidas com o trabalho em comunidade, dando voz a essa parcela da população.

A discriminação que os setores populares realizam no terreno do consumo radiofônico, entre essa modalidade comunicativa e a que caracteriza outras emissoras locais, fala do auto-reconhecimento como setor impugnado, “de segunda”, que busca e encontra na cultura de massa a revalorização e integração possível de conseguir em outros âmbitos (MATTA *in* MEDITSCH, 2005, p. 275).

Percebemos que há dúvida em saber qual é o público da rádio entre quem faz a programação diária. Por exemplo, se analisarmos os depoimentos da equipe de produção do programa *Almanaque Gazeta*, já observamos que o estagiário ainda não tem conhecimento do público da emissora.

A rádio universitária não busca ouvintes específicos. Ela não briga por audiência, mas a gente tem ouvinte porque eles gostam do que a gente apresenta. Então a gente tem que seguir uma certa linearidade das coisas, mas claro que o principal é o aluno gostar de fazer a rádio universitária de aprender. Então tem que englobar tudo. Ao meu ver tem que ter, falando jornalisticamente, tem que ter o esporte, que envolve jornalismo, entrevista da mais variedade, desde você conversar com um juiz, até o seu amigo que estudou com você que faz alguma atividade especial que vale apresentar para o ouvinte. Então, o principal de se apresentar numa rádio universitária é unir o que você gosta de fazer com o que o ouvinte pretende ouvir

⁴⁸ COSTA, Carlos Roberto da. Informações colhidas em entrevista ao autor em 13 mar. 2017.

(GARCIA, Arthur Beltrame. Informação verbal)⁴⁹.

Na fala de Arthur Beltrame Garcia está presente a ideia de que a rádio é feita para os estudantes, posto que, se ele lá estuda, acaba consequentemente produzindo a programação para satisfazer seu gosto pessoal. Por outro lado, ao citar que é preciso produzir o que o ouvinte pretende ouvir, nós perguntamos: “Qual ouvinte?”

Eu acho que o público da Rádio AM 890, é um público mais velho, um público dos seus 50 anos para cima, que são ouvintes há um bom tempo da rádio. Sabe, ouvintes que já acompanham já há boas gerações, então a gente tem que se preocupar com esse ouvinte. A gente não pode esquecer dele. A gente tem que falar para ele (SONSINO, Gilles Raphael. Informação verbal)⁵⁰.

Uma vez conhecido o público, torna-se possível pensar nas notícias interessantes e nas pautas que podem ser criadas no diferencial da programação das emissoras comerciais, fazendo uma triagem do que é interessante a ele. Entretanto, ao pensar no público estudantil que faz a rádio e tem interesses em questões próprias, Gilles acrescenta que, quando algo não vai ao encontro do público que ouve a Gazeta AM no ar, a produção pode ir diretamente para o site da emissora: “A gente faz um especial só para o site, a gente faz um especial só para as redes sociais” (SONSINO, Gilles Raphael. Informação verbal)⁵¹.

(...) de maneira paradoxal, que se pensa sempre com o corpo: o discurso que alguém me faz sobre o mundo (qualquer que seja o aspecto do mundo de que ele me fala) constitui para mim um *corpo-a-corpo* com o mundo. O mundo me toca, eu sou tocado por ele: ação dupla, reversível, igualmente válida nos dois sentidos. (ZUMTHOR *in* MEDITSCH, 2005, p. 250).

Para um ouvinte, não existe a rádio que comercial, universitária ou comunitária: existe simplesmente a rádio, a emissora que ele ouve e a qual se vincula. Todas as emissoras estão no *dial* concorrendo entre si, cada uma buscando atender um público específico por meio das tecnologias acessíveis a cada público.

Além de emitir através das ondas hertzianas, a Gazeta AM opera como uma rádio na web e através de podcasts disponibilizados no próprio site da emissora, o permite que ela possa ser ouvida em outros locais além da região Sul da cidade de São Paulo. Como a emissora possui muita produção dos alunos, o site é um meio

⁴⁹ GARCIA, Arthur Beltrame. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

⁵⁰ SONSINO, Gilles Raphael. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

⁵¹ SONSINO, Gilles Raphael. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

para que o estudante possa ouvir seu trabalho no ar e compartilhá-lo com amigos e familiares pelas redes sociais. A página inicial da emissora apresenta, em seu campo superior, a Rádio Gazeta AM: exibe elementos constituintes da memória, premiações, galeria de fotos, programação, contato e trânsito.

Figura 2 – Destaque do site da Gazeta AM com dados do dia 05 abr. 2017.



Fonte: site da emissora.

Ao clicarmos no link para informações sobre o trânsito, somos redirecionados para a página do aplicativo Waze, na localização do endereço da emissora na Avenida Paulista; embora seja uma região em que a rádio não pega no *dial*, tal redirecionamento pode ser útil para o estudante da Faculdade Cásper Líbero, que sempre se locomove por esta região da cidade.

Percebemos que as redes sociais são utilizadas pela rádio, pois a conta do twitter da emissora atua no intuito de chamar os ouvintes para acompanhar determinada programação. A emissora possui apenas 1.161 seguidores e 366 curtidas⁵²; a conta existe desde janeiro de 2010 e, desde então, fez 17,1 tweets.

⁵² Dados com base no dia: 05 abr. 2017.

Figura 3 – Página no Twitter da Rádio Gazeta AM com dados do dia 05 abr. 2017.



Fonte: <http://www.twitter.com/gazetaam>

As redes sociais são meios utilizados principalmente para o público universitário. Nesse sentido, a rádio deveria explorá-las melhor, posto que, por exemplo, não possui nenhuma página no facebook. Na página inicial da Rádio Gazeta AM, o link correspondente ao perfil do facebook redireciona o usuário em maio de 2017, na verdade, para a página da Faculdade Cásper Líbero.

Figura 4 – Widget do Facebook na página inicial da Gazeta AM



Fonte: site da emissora.

A gente tem uma estrutura bem bacana para uma rádio universitária. Eu imagino que talvez até grandes rádios comerciais não tenham isso tudo de estrutura. Mas acho que investir um pouquinho mais em mídia também. A gente tem o twitter que é pouco usado. Não tem uma página no facebook. Divulgação. Mesmo que a gente... a gente não é comercial, não vai ter uma divulgação em outros lugares, não vai ter outdoor falando de rádio Gazeta mas aproveitar as redes sociais que são de graça, em teoria. Eu acho que é isso (RODRIGUES, Otávio. Informação verbal)⁵³.

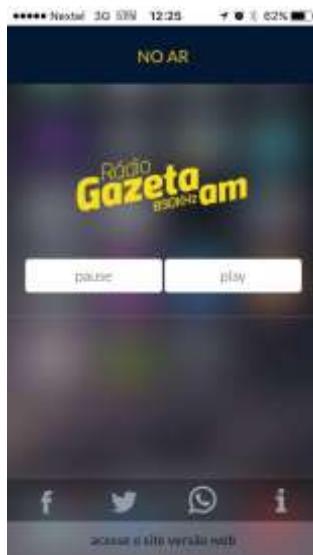
O aplicativo da rádio é bem simples: apresenta uma interface que destaca o nome da Rádio Gazeta AM e botões de “play” ou “pause” para a transmissão ao vivo. Na parte inferior da imagem, há links de compartilhamento: para o Facebook, que permite que o usuário compartilhe o aplicativo em sua timeline, e para o Twitter

⁵³ RODRIGUES, Otávio. Informações colhidas em entrevista ao autor em 15 set. 2016.

e o Whatsapp, que, por sua vez, o redirecionam para uma comunicação direta com a emissora.

Neste sentido, observamos que a emissão via site ou aplicativo tem a finalidade apenas para que os estudantes ouçam seus trabalhos no ar ou possam ouvir e baixar programas já exibidos. Caso a rádio tivesse uma página no Facebook, seria possível marcar os estudantes envolvidos nas produções e divulgar pela rede suas atividades.

Figura 5 – Interface do aplicativo da Rádio Gazeta AM.



Fonte: print screen – acervo pessoal. Dados com base no dia: 05 abr. 2017.

A sonosfera digital manifesta-se também como um ambiente que pode ajudar a dar resposta às necessidades de criatividade e inovação que são reivindicadas no campo da comunicação radiofónica, em geral, e da publicidade sonora em particular, especialmente porque desterra a rádio como único emissor deste último tipo de mensagens (PAEZ, 2011, p. 75).

Além de ser um ambiente em que é possível buscar produzir mais conteúdos diferenciados que talvez não interesse ao ouvinte do *dial*, como afirmou Gilles Raphael Sonsino em entrevista, “a gente tem várias outras opções. A gente não deixa a ideia acabar. A gente vai lapidando a ideia”⁵⁴. Mas será que o ato de lapidar também não estaria evitando que um experimento fosse realizado e talvez com ele fosse possível encontrar um novo formato, algo diferente?

Não obstante, de nada servirá o que permite a tecnologia se não se apostar em fórmulas de transmissão dos conteúdos que tomem partido da ilimitada

⁵⁴ SONSINO, Gilles Raphael. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

riqueza informativa e expressiva dos principais componentes da criação sonora: a voz, a música, os efeitos e o silêncio, assim como, entre outras coisas, o valor semântico da planificação e das principais figuras da edição sonora (PAEZ, 2011, p. 75)

Diante do exposto, é inevitável concluir que o ambiente virtual da Gazeta AM é valioso e merece ser melhor observado.

CAPÍTULO 3

RÁDIO E CULTURA

O rádio contribuiu para um novo funcionamento social nas mais variadas esferas da sociedade, tais como: arte, economia, educação e política. Foi o primeiro e principal meio de comunicação de massa e proporcionou acesso ao conhecimento a grande parcela da sociedade, chegando a analfabetos e povos distantes. O rádio conversa com os rincões do Brasil em sua programação local, regional, nacional ou internacional. Nesse sentido, uma emissora de rádio partilha a cultura da sociedade em que ela está inserida.

É pela rádio que conhecemos diferentes manifestações artísticas e culturais, que em princípio só se produzem localmente, regionalmente e não chegam aos meios de comunicação nacionais. Estas expressões artísticas, seja na música, dança, folclore, tão ricas neste país gigante, plural e mestiço, não têm espaço na grande mídia, mas encontra no rádio uma maneira de se fazer ouvir. (ADAMI, 2013, p.507)⁵⁵

Considerando a citação acima, o rádio consegue interagir com os cidadãos, participa de um tecido cultural. Tenta entender seu público para conhecer o grupo social em que atua. Nessa perspectiva, estudar os meios de comunicação – em particular o rádio – é também estudar a cultura e buscar entender os caminhos e possibilidades da sociedade em geral.

Contudo, eles não são apenas formas, mas meios de produção, uma vez que a comunicação e os seus meios materiais são intrísecos a todas as formas distintivamente humanas de trabalho e de organização social, constituindo-se assim em elementos indispensáveis tanto para as forças produtivas quanto para as relações sociais de produção (WILLIAMS, 2011, p.69)

Desde sua primeira transmissão nos anos 1920, o rádio é um meio de comunicação que narra a história humana.

A participação na comunicação é um mecanismo facilitador da ampliação da cidadania, uma vez que possibilita a pessoa tornar-se *sujeito* de atividades

⁵⁵ Tradução livre de: “Es por la radio que conocemos diferentes manifestaciones artísticas y culturales, que a menudo sólo se producen localmente, regionalmente y no llegan a los medios de comunicación nacionales. Estas expresiones artísticas, ya sea en música, danza, folclore, tan rica en este gigante país, plural y mestizado, no tienen espacio en la grande media, pero encuentra en la radio una manera de hacerse oír.”

de ação comunitária e dos meios de comunicação ali forjados, o que resulta num processo educativo, sem se estar nos bancos escolares. A pessoa inserida nesse processo tende a mudar o seu modo de ver o mundo e de relacionar-se com ele (PERUZZO *in* BARBOSA, 2007:189).

O rádio não é um meio apenas informativo: ele tem um papel específico não apenas na disseminação da informação em uma escala global, mas também na busca em atender os interesses de seu público delimitado e não seguir somente os padrões de informação destinados pelas agências de notícias ou interesses privados de uma classe específica.

Como membros do enfoque crítico, os culturalistas partem da certeza de que as mensagens dos meios de comunicação reproduzem a ideologia da classe dominante e buscam manipular ao receptor para que pense que vive em um sistema social justo, equilibrado e democrático (ainda que a realidade seja outra). (LOZANO RENDÓN, 2007, p.166).

No tocante à rádio convencional (presente no *dial*), cada vez menos há uma programação em que se incentive o pensar. Se observarmos a programação musical das emissoras, por exemplo, perceberemos que tudo é pasteurizado, como se o público fosse homogêneo no ouvir, no pensar e no acreditar no que se ouve. Já no ambiente virtual, há vários exemplos de podcasts instrutivos e reflexivos que poderiam ser explorados pela emissora universitária, pois já proporcionam, em sua gênese, um ambiente propício à reflexão e ao debate de ideias.

Quando não há incentivo ao debate, com discordâncias de opinião e reflexões aprofundadas, o ouvinte apenas absorve aquele único ponto de vista e o toma como verdade caso não filtre o que ouve através de suas mediações socioculturais. “A maior parte do que aparece nos noticiários ou documentários é pré-digerido e apresentado num formato estereotipado para uma dentada rápida, como *fast food*.” (KERCKHOVE, 1995, p.49).

A imprensa deve incentivar o pensar e fiscalizar os órgãos governamentais, buscando atender aos interesses da população. Como vimos acima, a mensagem pode manipular e ser manipulada; se as mensagens veiculadas não atendem aos cidadãos, é possível distorcer o que é ou não a verdade sobre os fatos.

Ora, se a imprensa é um poder fiscalizador dos outros, a fiscalização falhará se também esse poder fiscal descolar-se da sua missão, se se deixar comandar pelos interesses, influências e pressões dos três Poderes e de tantos outros aos quais a imprensa também fiscaliza, como é o caso do poder econômico. As leis do mercado emanam dos controles do Estado, mas também da própria economia de mercado, interessam a todos ou, pelo menos, a grande contingentes populacionais (SILVA *in* MOTA, 2001, p.49).

Percebemos, então, a importância do rádio como meio de comunicação e manipulação, quando ele é utilizado para não informar, não educar ou não entreter a população dentro de seus interesses coletivos. Em outras palavras, ao invés de atender aos interesses públicos, ele acaba por atender aos interesses privados a partir do momento em que ele pauta somente aquilo que interessa aos seus proprietários, fazendo com que outros assuntos deixem de ser discutidos e, consequentemente, saiam da lista de demandas da sociedade.

À medida que a cultura assume forma de mercadoria, e só assim, ela se transforma propriamente em “cultura” (como algo que faz de conta que existe por si mesmo), pretende-se ver nela o objeto próprio de discussão e com o qual a subjetividade ligada ao público entende a si mesma (HABERMAS, 2003, p.44).

A venda de espaços publicitários possibilita que uma emissora de rádio possa gerar lucro e sobreviver enquanto empresa; porém, o exagero dessa venda demonstra que, para essas rádios, não importam os interesses públicos das pessoas com as quais ela se comunica, e sim quanto de lucro elas podem gerar. Nesse sentido, o rádio se torna uma fábrica que não produz produtos físicos, mas sim produtos simbólicos, cultura. "O espírito capitalista e racional penetra dessa forma a esfera cultural e organiza a produção nos mesmos moldes empresariais da indústria" (ORTIZ, 1994, p.55).

No caso do gênero radiojornalismo, uma entrevista que teria como objetivo inicial informar e prestar serviços à população pode ser realizada com o objetivo de incentivar o consumo ou a opinião da população sob determinada ótica que corresponde aos interesses da emissora, ou, ainda, de clientes. Nesse tipo de prática, podemos entrever, em uma situação hipotética, que o rádio gera um conhecimento sobre uma determinada questão ao longo da entrevista ou matéria e, ao final, já no intervalo comercial, vem um anunciante que, coincidentemente, traz a solução para o problema tratado ou criado logo antes, e tal solução está vinculada ao consumo de seus produtos ou serviços. Percebemos uma tendenciosidade, muitas vezes, imperceptível. O sociólogo Guy Debord (1967) chama de “Sociedade do Espetáculo”; em tempos mais recentes (2013), por sua vez, Mario Vargas Llosa atualiza esse pensamento demonstrando sua preocupação a partir do ponto em que a espetacularização e o fetichismo da mercadoria levam a sociedade à alienação.

Debord, (...) qualifica de “espetáculo” aquilo que Marx, em seus *Manuscritos econômicos e filosóficos* de 1844, chamou de “alienação” ou alheamento

social resultante do fetichismo da mercadoria, que, no estágio industrial avançado da sociedade capitalista, atinge tal importância na vida dos consumidores que chega a substituir, como interesse ou preocupação central, qualquer outro assunto de ordem cultural, intelectual ou política (VARGAS LLOSA, 2013, p.20).

Tal alienação nos leva a observar que sua amplitude extrapola o caráter individual e se consolida na esfera do grupo, impedindo reflexões mais aprofundadas.

A *civilização do espetáculo*, ao contrário, está cingida ao âmbito da cultura, não entendida como mero epifenômeno da vida econômica e social, mas como realidade autônoma, feita de ideias, valores estéticos e éticos, de obras artísticas e literárias que interagem como o restante da vida social e muitas vezes são a fonte, e não o reflexo, dos fenômenos sociais, econômicos, políticos e até religiosos (VARGAS LLOSA, 2013, p.22).

Não só a publicidade radiofônica realizada nos intervalos comerciais gera a necessidade de determinados produtos que estimulam um consumo cada vez maior; a própria programação da emissora é voltada para esse incentivo, e, como um jogo psicológico, faz com que o desejo pela compra não seja algo vinda da propaganda, mas sim da natureza do indivíduo.

A publicidade insere um fator perturbador na regularidade cotidiana da vida, um desejo que não nasceu espontaneamente das vontades das pessoas, mas foi criado por estratégias de captura e convencimento (MARCONDES FILHO, 2008, p. 136).

O rádio, com o seu poder de influenciar no cotidiano do indivíduo, promove, através da publicidade desenfreada e muitas vezes irresponsável, o consumo exacerbado, sem limites e inconsciente. Por isso é que podemos analisar o rádio como influenciador da cultura, costumes e práticas sociais.

A radiofonia brasileira não adquire a forma de rede, o que favorece o desenvolvimento da radiofonia local. O que acontecia era que algumas emissoras mais potentes se limitavam a irradiar seus programas a partir de sua base geográfica, mas elas não se constituíam em centro integrador da diversidade nacional. (ORTIZ, 1994, p. 54)

Cada vez mais as emissoras de rádio se segmentam para públicos específicos e, uma emissora se mantém no ar por ter uma programação que se direciona exatamente a determinado público por meio de diferentes estratégias: musicais, jornalísticas, entretenimento, etc.

Pensar o rádio hoje é pensar também na informação, na educação, na economia e em sua particularidade enquanto inserido na cultura; nisso, podemos

analisar como esse público ouve e o que esperam da emissora, de modo que a programação da emissora atenda suas expectativas. Em outra via, segundo Adami (2003), muitas vezes o público busca algo além de um conteúdo que lhe diz respeito: um novo senso de audição, novas propostas sonoras, possibilidades que o rádio e as mídias sonoras podem proporcionar.

Desde o momento em que o rádio foi legalizado nos anos 1930, ele se tornou um mediador da cultura brasileira. Tanto as notícias veiculadas ganhavam notoriedade quanto as propagandas eram absorvidas pela população, levando-as ao consumo. Foi o período chamado “A Era de Ouro do Rádio Brasileiro” (1930-1940), em que a programação tinha na arte a criatividade com radionovelas, música e informação. Com a chegada da televisão nos anos 1950, o rádio passou a se comunicar não mais diretamente com a família, pois o ambiente da sala passou a ser ocupado pelo televisor. Nisso, entre os anos 1950 e 1990, o rádio passou a se comunicar em outros momentos da vida das pessoas: em uma “mudança de casa para o carro, do consumo primário para o consumo secundário. A música (popular, sobretudo) que é o consumo mais secundário que podemos imaginar, ajudou a reforçar a relação entre rádio e acumulação” (Meneses, 2012, p.65).

Podemos afirmar que este foi o primeiro momento em que o rádio passou por dificuldades e se reinventou, buscando novos vínculos sonoros com uma programação mais popular, com repetição de músicas vindas da indústria fonográfica que, por sua vez, incentivava esta programação em troca de patrocínio. A produção de radionovela se transferiu para a televisão, e a telenovela tem, até os dias atuais, grandes índices de audiência. O jornalismo radiofônico, desde então, encontra no ouvinte que está em trânsito grande aceitação; o crescimento das grandes cidades e o tempo que se gasta no trajeto entre a casa e o trabalho faz com que o rádio seja o grande companheiro ao oferecer informação e entretenimento, nisso inclusa a prestação de serviço com orientações sobre o trajeto.

Na observação da programação destinada a um público mais popular, podemos citar os programas voltados às donas de casa sob o comando de grandes comunicadores que, por sua vez, personificavam seus programas, como, por exemplo “O Show do Paulo Lopes” e o “Programa do Eli Correia”. Esses comunicadores passaram a fazer sucesso entre os anos 1960 e 1970, e seus programas traziam do rádio dos anos 1940 a interpretação e os textos elaborados que, com trilhas e efeitos, envolviam os ouvintes. As narrações dos comunicadores

são enfáticas e próximas do espectador, elevando-os ao status de amigos e companheiros: alguns comunicadores utilizam slogans marcantes, a exemplo de Eli Correa, “O homem sorriso do rádio”, Paulo Lopes, “O amigão das mulheres”, ou, ainda, “O maior amor de São Paulo”, entre outros. Quanto a Paulo Lopes, seus programas são voltados, em maioria, para as mulheres, e seus picos de audiência são pela manhã, pois estima-se que era o horário em que um percentual estariam em casa realizando as tarefas do lar e teriam, nos programas, a companhia diária.

A chegada do rádio FM nos anos 1970 trouxe novas possibilidades de vinculação com os ouvintes por meio de uma melhor qualidade sonora. Muitas das emissoras FM tocavam músicas em toda a programação e passaram a buscar públicos específicos conforme o estilo musical, vindo a constituir o foco majoritário da frequência. Nisso, o comunicador perdeu importância: o trabalho do locutor passou a ser anunciar e desanunciar as músicas exibidas, informar as horas e alguma nota informativa; o principal vínculo das emissoras com seus ouvintes passou a ser, então, o estilo musical das canções exibidas.

Toda a programação é delineada para conquistar e manter a audiência e a rentabilidade econômica ou de serviços. A programação está concentrada em torno de dois grandes eixos: o da cobertura da atualidade (e temática), e do musical (HERREROS *in* MEDITSCH, 2008, p. 338).

No início do século XXI, a digitalização e a chegada do formato MP3 fez com que o indivíduo não mais precisasse da rádio para ouvir aquele estilo musical preferido. Ele poderia carregar consigo uma programação completa. A chegada da internet, que facilitou a troca de arquivos musicais, e dos aparelhos portáteis com cada vez mais memória para o armazenamento de músicas fizeram com que as rádios buscassem novos vínculos com seus ouvintes. Temos observado, então, um novo momento de mudança na programação das rádios musicais, que têm inserido programas que contemplam uma conversa que extrapola o levar ao ouvinte conhecimento sobre áreas as quais englobam também o campo musical. A linguagem é bem específica e cria laços de amizade e companheirismo com o ouvinte. No caso das emissoras jornalísticas, elas estão cada vez mais ocupando o FM. Podemos afirmar, então, que o rádio atual tem se inspirado nas experiências do passado para se vincular mais e melhor com seus ouvintes.

Estamos neste momento de transição em que muitas emissoras já estão também no ambiente virtual e outras atuam somente na Internet; por outro lado,

outras e novas possibilidades de audição de rádio vêm surgindo. Essas novas possibilidades são não só para o ouvinte, mas também para a atuação dos geradores de conteúdo, dado que a busca e estabelecimento de vínculos com o público não está mais associada à localidade, faixa etária e/ou preferências musicais. Na internet, o espaço é infinito para a geração de conteúdos sonoros, e a concorrência entre as emissoras não é mais com as outras emissoras AM ou FM. É incontável a quantidade de emissoras de rádio que se utilizam também da internet, seja por site, aplicativos de celular ou podcasts disponíveis para o ouvinte escolher, além das webradios e produtos sonoros produzidos e distribuídos como podcasts. Tal fato, por um lado, pode provocar dificuldades para definir a quem se vincular; por outro, há ainda a demanda de o programa escolhido para ser ouvido atender totalmente às expectativas do ouvinte.

A última pesquisa de consumo de rádio, apresentada em fevereiro de 2017 pela Kantar Ibope Media⁵⁶, demonstra que o rádio alcança 89% das pessoas nas 13 regiões metropolitanas onde a audiência é aferida, o equivalente a 52 milhões de indivíduos; 52% dessa população são mulheres, enquanto 48% são homens. Quanto às classes sociais, 36% são provenientes da Classe A, 16%, da Classe B e 47%, da Classe C. A faixa etária de 10 a 19 anos representa 11% da audiência de rádio, a de 20 a 29, 18%; a de 30 a 39 anos, 20%, a de 40 a 49 anos, 18%, a de 50 a 59 anos, 16%; por fim, as pessoas com 60 anos ou mais representam 17% da audiência de rádio.

No caso de São Paulo, onde a Gazeta AM está inserida, o índice de 11,81% (IA) representa quanto de rádio os paulistas escutam e a sua alta afinidade com o meio, posto que, em vários ítems citados abaixo, os índices de audiência apontam números maiores que a média da região. A Participação no segmento (PS), por sua vez, é a representatividade de um segmento sobre o número total de ouvintes. Isto é, qual a porcentagem que tem aquela mesma característica ou comportamento entre os ouvintes: quanto maior for a participação no segmento, maior é a expressão da necessidade de abordagem do assunto na programação das emissoras na região.

⁵⁶ Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2017/02/Book-de-R%C3%A1dio_site.pdf> Acesso em 22 abr. 2017.

Tabela 2 – Opiniões e atitudes no consumo de rádio

Opiniões e atitudes	PS%	IA%
Sempre procuram o melhor em serviços e aplicações financeiras	41	12,52
Devido à vida agitada, não se cuidam como deveriam	47	12,10
Procuram estar sempre atualizados profissionalmente	59	12,05
Têm como prioridade a educação dos filhos	66	12,01
Acreditam que é muito importante estar bem informado	80	11,92
São fiéis às marcas que gostam	59	11,97

Os dados nos levam à percepção de que a programação informativa deve ser valorizada pelas emissoras, além dos assuntos sobre a educação dos filhos, trabalho, saúde e educação financeira. Quanto aos hábitos de consumo, os ouvintes de rádio apresentaram os seguintes resultados:

Tabela 3 – Hábitos e consumo de rádio

Hábitos e Consumo	PS%	IA%
Ouvem MPB	19	12,6
Pretendem comprar uma casa ou apartamento nos próximos 12 meses	7	12,53
Praticaram caminhadas ou exercícios nos últimos 12 meses	15	12,06
Frequentam Shopping centers como atividades recreativa	43	12,00
Ouvem música sertaneja	34	12,00
Frequentam restaurantes / saem para jantar	35	12,00

Já quanto aos hábitos e consumo, podemos entender que os maiores hábitos são a frequência nos shoppings e restaurantes, além da preferência musical – a sertaneja, seguida pela MPB.

Esses dados são importantes para que possamos entender o conteúdo a ser veiculado em uma emissora, pois eles apontam características, opiniões e atitudes do público, assim como seus hábitos de consumo. Uma emissora que consegue entender as demandas de seus ouvintes se vincula melhor e potencializa sua programação, assim como cativa novos ouvintes. Se uma emissora universitária

busca formar o profissional de rádio do futuro, ela deve instruí-lo também para entender o público a que a emissora se dedica, possibilitando que o estudante experimente formatos e programas pensados a partir do ouvinte.

A música, os efeitos sonoros e o silêncio compõem um universo de significação determinado pelo conjunto dos recursos técnico expressivos da produção sonora e o conjunto de fatores que caracterizam o processo de percepção sonora e imaginativo-visual dos radioouvintes. Não cremos que isto tenha mudado com o advento das tecnologias, o que foi alterado foi a maneira de consumir sons e, sem dúvida, as possibilidades de produção de conteúdos sonoros, em diferentes plataformas. Percebemos que o rádio atual não pode prescindir da arte e a dramaticidade do mundo, não somente presente na literatura, mas no jornalismo, no humorismo, no entretenimento (ADAMI in ZUCOLOTO, 2016, p. 132)

Então, quando estudamos comunicação radiofônica ou áudio na internet, estamos no mesmo campo da comunicação sonora, que possui uma linguagem com suas limitações e potencialidades que devem ser exploradas pela rádio universitária.

Capítulo 4

A Rádio Universitária e seu potencial educador

A Rádio Universitária é uma modalidade radiofônica que se enquadra como uma rádio educativa, uma vez que a Legislação prevê que a rádio educativa esteja ligada a entidades educacionais. A rádio universitária tem como gênese a atuação laboratorial que possibilita a prática radiofônica aos estudantes que ali atuam.

Falar de uma rádio universitária é tratar de uma tipologia de emissora que tem por principal público-alvo uma comunidade acadêmica e que apresenta características próprias das rádios comunitárias e das rádios educativas. Essas emissoras podem representar projetos globais de caráter institucional ou estar relacionadas com iniciativas de entidades mais restritas (organizações de alunos, por exemplo). (PIÑEIRO-OTERO, 2011, in COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE – REVISTA 20 p.95).

De acordo com Mario Kaplún, uma rádio universitária deve noticiar, discutir e informar assuntos que proponham melhorias não só para a comunidade acadêmica, como também para a sociedade em geral. A soma das áreas de comunicação a outras, sejam elas de humanas, exatas ou biológicas, alavancam a cidadania. Nesse sentido, observamos a importância do trabalho interdisciplinar e a troca de conhecimento, criando possibilidades para a prática de projetos acadêmicos e promoção da cidadania, diminuindo as desigualdades sociais. Os estudos de Kaplún ganham força ao observarmos sua trajetória profissional que sempre buscou:

garantir que a cidadania seja exercida na recepção e que grupos marginalizados do processo institucionalizado dos grandes veículos possam participar como emissores dos processos de produção de programas radiofônicos, televisivos ou de meios alternativos (BORTOLIERO, 1996: 187).

Para garantir que a cidadania seja exercida, é necessário criar vínculos entre os produtores de conteúdo, a programação e o público a quem a emissora se dirige. Dessa forma, podemos crer que a emissora pode transformar a sociedade através de conteúdos que contemplem a cidadania, o conhecimento e o entretenimento para o público. Através dessa programação, a rádio universitária cria vínculos sonoros que podem transformar a comunidade acadêmica, e, com o passar do tempo, impulsionar mudanças na programação das emissoras comerciais e, por consequência, na sociedade em geral. “Investigações que poderão nos ajudar a repensar posturas na compreensão dos vínculos sociais, das relações pedagógicas e das práticas dos profissionais da comunicação” (MENEZES, 2008, p.117). Com

essa inspiração, estudamos a rádio universitária como este ambiente que possibilita mudanças na atuação social das emissoras.

Esse ideal de que a rádio universitária desenvolve papel transformador da sociedade vem sido desenvolvido ao longo dos tempos, ao ouvirmos conteúdos produzidos e idealizados por antigos estudantes de comunicação e aprendizes nas emissoras universitárias e posteriormente presentes nas emissoras comerciais e se tornando referência na comunicação, somando-se ao crescimento das emissoras universitárias possibilitado pelos avanços da Internet e a criação de várias emissoras que atuam sem a necessidade de outorgas de funcionamento no *dial*.

O fenômeno da radiofonia universitária tem evoluído desde as primeiras estações de caráter experimental e hoje em dia apresenta, segundo Sauls, múltiplas configurações em função das suas opções de suporte tecnológico de difusão (FM, AM e Internet), de alcance (que pode ir desde um circuito fechado do próprio centro/universidade a uma comunidade de ouvintes mais ampla), de objetivos ou de modelos de gestão (para os quais Sauls propõe a classificação: adviser model, student model, manager model, student/profissional model, professional model, public affairs, model, incorporate model), entre outros (PIÑEIRO-OTERO, 2011, in COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE – REVISTA 20 p.95).

Assim, percebemos que, para se fazer uma rádio universitária, não é necessário estar à mercê dos trâmites políticos para realizar o exercício educacional. É possível trazer inúmeros ganhos na qualidade educacional, além de consolidar mais uma opção de experimentação e audição. A emissora universitária deve aceitar o erro e trabalhar em busca do amadurecimento desses novos profissionais. Segundo Paulo Freire, a relação com o aluno deve ser cuidadosa. “A educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é a transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados” (FREIRE, 1983 p. 69).

A educação e a comunicação juntas podem incentivar a população a viver com mais cidadania. Bortoliero afirma que esse pensamento de Kaplún está mais do que nunca no discurso atual; conforme a trajetória teórica e prática do autor, a comunicação deve garantir que a cidadania seja exercida na recepção, e que todos os grupos sociais possam participar como emissores nos processos de produção de programas radiofônicos, televisivos ou de meios alternativos (BORTOLIERO, 1996, p.187). Os avanços no campo da educação nos levam a afirmar que a consciência do trabalho inter e multidisciplinar nas mais variadas áreas do conhecimento pode inclusive, através da comunicação e do esforço conjunto, pôr em prática projetos

que possam aumentar a igualdade social, assim como sugere Morin, na obra “Cabeça bem Feita”.

A educação deve contribuir para a auto formação da pessoa (ensinar a assumir a condição humana, ensinar a viver) e ensinar como se tornar um cidadão. Um cidadão é definido, em uma democracia, por uma solidariedade e responsabilidade em relação a sua pátria. O que supõe nele o enraizamento de sua identidade nacional (MORIN, 2003b, p. 65).

A leitura de Edgard Morin nos remete a um grande pensador do rádio, Bertold Brecht, que afirma a necessidade de se ouvir o ouvinte, ou seja, de proporcionar essa autoformação da pessoa por ele proposta.

Para descobrir o positivo da radiodifusão, uma proposta para mudar o funcionamento do rádio: é preciso transformar o rádio, convertê-lo de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação (...) se conseguisse não só escutar o ouvinte, mas também pôr-se em comunicação com ele (BRECHT *in* MEDITSCH, 2005, p.42).

Quando a direção da emissora universitária ouve os produtores de conteúdo (alunos/colaboradores) e, por conseguinte, estes ouvem os ouvintes da emissora na busca de um acrescentar ao outro numa ajuda mútua, é o momento em que a teoria se torna prática. Em outras palavras, é fazer com que os estudos teóricos possam se tornar produtos radiofônicos divulgados com os quais o aluno exerce os temas debatidos em sala e os transforme em mensagens que possam influenciar a sociedade contemporânea.

A metodologia adotada na Educomunicação caracteriza-se não pelo interesse em respostas supostamente definitivas para os problemas que diuturnamente se nos apresentam, mas pelo aguçamento das contradições. Se entendermos por fim algo sobre o qual se tem clareza – as ações são pautadas pela intencionalidade – então, alterar a realidade em que se vive é o objetivo principal da Educomunicação (SOARES, 2006 p.1).

Conforme Mario Kaplún, “Todo programa educa, pode-se educar como na escola ou em casa – pode educar bem e pode educar mal” (KAPLUN, 1978, p. 20). Da mesma forma a atuação da rádio universitária é tão complexa.

A rádio não é um veículo e sim um instrumento. Sem dúvida, um instrumento de grande potencial educacional e de culturas populares, mas que, como todo instrumento, exige conhecê-lo, saber manuseá-lo, adaptar-se às suas limitações e às suas possibilidades. Usar bem a rádio é uma técnica e também uma arte (KAPLUN, 1978, p. 47)⁵⁷.

⁵⁷ “La radio no es un vehículo, sino un instrumento. Sin duda, un gran instrumento potencial de educación y cultura populares, pero que, como todo instrumento, exige conocerlo, saber manejarlo,

Ao refletirmos o pensamento de Kaplún, nos atentamos que essa formação do estudante de rádio para usar adequadamente o meio passa, na emissão da programação, pela observação e conhecimento do público que se tem. Conhecer profundamente e estar presente na dinâmica do dia a dia do ouvinte é necessário não somente para uma emissora universitária, mas para todo e qualquer tipo de comunicação que se faça; aquele que se propõe a ser um comunicador necessita ser mais que alguém que fala com uma determinada população: ele deve ser alguém que observa e entende as pessoas que fazem parte do grupo social a quem se dirige a palavra.

Em sua vida, Kaplún buscou várias maneiras para fazer com que o rádio pudesse ser um meio educacional: ele “uniu a razão e a poesia, o rigor e o humor” (GOBBI *in* MARQUES DE MELO, 2006, p. 23). Em outros termos, a educação não precisa ser algo rigoroso e flexível: ela pode ser alegre, criativa e amistosa, trazendo o ouvinte cada vez mais para ouvir e participar daquele conteúdo que, além de divertir e entreter, também educa. A partir da leitura de Mario Kaplún, podemos traçar caminhos para que a rádio universitária alcance os objetivos pedagógicos. Cada emissora tem como princípio estabelecer seus objetivos próprios ao encontrar uma pedagogia que proporcione não só conteúdos, mas também que interaja e utilize os ambientes educacionais da Instituição dentro e fora da programação.

Uma pedagogia interdisciplinar – interativa e colaborativa – requer antes de qualquer coisa uma inquietação, uma mentalidade que a provoque. Essa mentalidade requer, sobretudo ousadia e profissionalismo e parte dela deve ser assumida pelas escolas e pelas políticas públicas educacionais (MALULY, 2013 p.25).

Uma emissora de rádio universitária pode atuar de diferentes maneiras, mas sempre sua programação deve atuar como uma emissora educativa-cultural. Uma emissora pode transmitir em AM, FM, OC, OM, através da WEB ou até mesmo em um circuito interno, mas sua programação deve atender o seu público com uma abordagem educativo-cultural, sempre incentivando a cidadania.

O rádio precisa cumprir seu papel social informando, educando, formando, etc., mas sem esquecer que este processo deve ser prazeroso, agradável, espontâneo, permitindo que o ouvinte participe, relaxe e tenha seu lazer e

adaptarse a sus limitaciones y a sus posibilidades. Usar bien la radio es una técnica y un arte”. Tradução livre do autor.

entretenimento. E que todos os hábitos culturais de cada grupo sejam respeitados (ORTIWANO *in* MEDITSCH, 2008, p. 68).

A evolução da Internet possibilitou que várias emissoras universitárias pudessem ser criadas e, consequentemente, mais ambientes de rádios universitárias. Ao pensar a programação que cada emissora deve seguir, deve-se entender qual é o meio de transmissão e qual público se busca atender, seja a própria comunidade acadêmica ou o público em geral. Ao falarmos sobre o conteúdo a ser veiculado, como o ambiente universitário é um espaço apropriado para a experimentação e formação, a rádio universitária deve assumir esse papel inovador; é preciso também ter em mente, contudo, que ela é uma emissora que tem as suas obrigações de programação para com seus ouvintes. Quando uma emissora atua com uma programação criteriosa e cuidadosa, sendo acompanhada e observada por estudantes que estão ali aprendendo a atividade profissional, ela, de forma subjetiva, educa e conscientiza.

Essa programação repleta de experimentação se diferencia das emissoras comerciais por não se destinar ao público através dos gêneros e formatos; ela se transforma a cada programa, posto que não constitui uma sequência organizada, pensada e estruturada no gosto e nas necessidades do ouvinte. O ambiente experimental deve abrir as possibilidades para todos os gêneros e formatos sem discriminação, mas sempre atuando nos três pilares das funções do rádio: entreter, informar e educar. Ora, é conceitual o fato de ambiente universitário ser um espaço de pensar e refletir a sociedade. Nesse sentido, é preciso nos atentarmos ao papel social da rádio universitária, que deve contribuir para a formação daqueles que em suas comunidades estão sendo esquecidos pela grande mídia e merecem ser observados e orientados também para se comunicar com seus pares e ganharem voz na sociedade.

Comunitário é quem confere valor às relações sociais, religiosas, familiares e nacionais. Para o comunitário, a ligação não é a cadeia que o aprisiona e que limita sua liberdade, mas, ao contrário, o fio que liga aos outros e o sustenta. Comunitário é quem reconhece o seu lugar originário, assumindo-o como sua pátria; para ele não é insignificante ou fortuita a sua origem ou seu destino e suas relações... O comunitário, enfim, é aquele que confere importância ao sentir comum, aos ritos e costumes de um povo, não como uma visão sociológica ou folclórica, mas vital como podendo de referência para orientar-se (PAIVA *in* PERUZZO, 2004:64).

Assim, o ambiente da rádio universitária ultrapassa a questão de emissora que gera conhecimento e estimula a cidadania através da sua programação, pois ela

pode e deve buscar os mais variados grupos sociais para formá-los e estimulá-los a encontrarem em si próprios formas de alavancar a cidadania, melhorando assim a condição de vida de seus pares. Em outros termos, o ambiente educacional da rádio universitária se dá através das ondas sonoras, pois ela tem um público a atender; ademais, ela também se materializa através do seu ambiente universitário, pois contribui para a sua formação o estudante que busca conhecimento e aprimoramento profissional para ter a comunicação como profissão. Mais: este ambiente também se consolida na observação das comunidades e no oferecer conhecimento a elas para que encontrem em si mesmas possibilidades comunicacionais que possam melhorar suas condições de vida.

A rádio universitária pode ser um meio de visibilidade – ou, melhor dizendo, audibilidade, afinal, como sugere Norval Baitello Junior, uma credibilidade criada a partir da visibilidade morre rápido, e a proposta de uma audibilidade, em contrapartida, possui um tempo mais lento e, assim, vive mais em nossa sociedade perecível e descartável.

Fala-se também em visibilidade. Na vida pública, nas empresas, na publicidade e até mesmo dentro das próprias instituições universitárias e científicas uma das metas que se buscam é a visibilidade. Então, o que estamos fazendo aqui hoje, participando de uma discussão sobre o rádio, produz visibilidade... enquanto deveria trazer audibilidade (BAITELLO, 1997, p.7).

Se bem utilizadas, essas emissoras podem trazer essa audibilidade proposta, criando confiança na Instituição, como ocorreu com a Gazeta AM: um projeto que iniciou com a inserção de alguns boletins hoje tem uma programação inteira para atuar unindo características comunitárias e educativas.

Falar de uma rádio universitária é tratar de uma tipologia de emissora que tem por principal público-alvo uma comunidade acadêmica e que apresenta características próprias das rádios comunitárias e das rádios educativas. Essas emissoras podem representar projectos globais de caráter institucional ou estar relacionadas com iniciativas de entidades mais restritas (organizações de alunos, por exemplo) (PIÑEIRO-OTERO, 2011, *in* COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE – REVISTA 20 p.95).

O uso de rádios universitárias é parte fundamental para que a educação aconteça e seja parte integrante de um plano curricular, ou, ainda, incentivadora do exercício de cidadania. A educação na rádio universitária acontece não só dentro da emissora, mas também através de uma programação que contemple benefícios à comunidade de ouvintes.

Especialmente quando não estamos vendo fazendo rádio como um fim em si, podemos pretender usar o rádio com um propósito educacional. Não é possível abordar uma tarefa educacional, pelo meio que seja, sem ter claro previamente o tipo de pedagogia que vamos adotar e o que buscamos com esta nossa ação educativa⁵⁸ (KAPLÚN, 1978, p.25).

A ação educativa da rádio universitária pode acontecer tanto através da programação com uma educação que busque alavancar a cidadania, como também na atuação com conteúdos que envolvam a comunidade acadêmica com conteúdos que possam ampliar a aprendizagem.

Quem fará ecoar as vozes dos pobres, ou seja, dos quatro em cada cinco latino-americanos, de quatro em cada cinco caribenhos? Não queremos ser a voz dos sem-voz, pois o povo não é mudo. Ele sabe muito melhor do que nós o que quer e de que necessita. Só precisa de canal de expressão, o caramujo tecnológico, o rádio (LÓPEZ VIGIL, 2004, p. 495).

Como afirma Lópes Vigil, para que o profissional do rádio possa ecoar na sociedade proporcionando cidadania, é necessário que ele tenha percepção sobre a própria comunidade a quem ele se dirige. Para que esse profissional de rádio atenda as expectativas da sociedade e promova conteúdos de qualidade, ele deve ser educado a realizar essas atividades, daí a importância do tipo de emissoras que estudamos neste trabalho.

Sabendo das possibilidades do rádio enquanto meio de comunicação, o profissional atua neste meio. Ele, em especial o de rádio, constrói a sua expertise no dia a dia, observando e ouvindo as pessoas de todas as classes sociais, qualificações e idades. Ao ouvir a população, é possível conhecer as pessoas, entender como elas pensam e o que buscam, requisitos necessários para então se dedicar a uma parcela dela em uma programação. Cada vez mais as emissoras buscam públicos específicos; nesse sentido, mais que conhecer seu público, é necessário conhecer todos os públicos para diferenciá-los e, enfim, encontrar características próprias das pessoas a que pretende se vincular e conhecê-las profundamente.

Os locutores devem ter em mente o perfil de seus ouvintes e dirigir-se a eles como se estivessem fisicamente presentes através do olhar, corpo, tom

⁵⁸ “Máxime cuando no estamos viendo el hacer radio como un fine n sí mismo, sino que nos proponemos utilizarla con un fin educativo. No es posible abordar una tarea de educación, por el medio que sea, sin tener claro previamente el tipo de pedagogia que hemos de adoptar y qué función assignamos a nuestra acción educativa.” Tradução livre do autor.

de voz. No sentido fundamental, então, a radiodifusão (seja dando notícias, fazendo um comunicado político ou o que quer que seja) envolve uma conversa auto-construída projetada sob a demanda, o olhar e a receptividade dos ouvintes (GOFFMAN *apud* PRATA, 1981 p. 241 *in* MEDITSCH 2005, p.239).

Muitas vezes, a paixão pelo meio vem da infância: o costume familiar pelo meio provoca o fascínio em querer imitar os locutores, ter acervos musicais, gravar e brincar de fazer rádio. Cada um tem uma história de vida que o vincula ao meio. Temos acompanhado, ao longo dos anos que atuamos no ensino de Comunicação, que a maioria dos estudantes não está vinculada ao meio rádio no início de sua formação, mas quando se deparam com as atividades radiofônicas, com elas se encantam e passam a a elas se dedicar, ou, ao menos, ter no meio um carinho especial. Dizer que esta área é empolgante é pouco. No entanto, trabalhar nessa atividade requer esforço tanto de sua parte como da parte de sua família, pois existe uma hora para entrar, mas não para sair (CESAR, 2005, p.31). Quando um estudante se depara com um ambiente educacional para que ele experimente a prática radiofônica no ar, não apenas em um estúdio de gravação, cria-se nele o desejo de produzir, de estar presente e fazer rádio.

Algumas faculdades tem web rádios, mas a Gazeta AM está indo para o ar 24 horas por dia, via dial, isso é diferente, acho que tecnicamente pela magia, é quase uma coisa simbólica, hoje ouvir rádio no sentido clássico de girar lá o *botãozinho* dial. É diferente pelo som da AM, é diferente pela magia de sintonizar o rádio na mão, não só pelo aplicativo, a gente tem o site, a gente tem o aplicativo, mas a gente também equilibra esse trato profissional, você pode chegar para a sua avó no radinho de pilha dela, e conectar lá 890, no seu carro você vai lá AM 890 (LEVATTI, Leonardo. Informação verbal)⁵⁹.

A atividade do profissional de rádio não se restringe ao momento em que está presente na emissora ou quando está em uma entrevista. Um radialista está sempre observando o cotidiano da sociedade, os pequenos fatos por vezes invisíveis aos menos atentos. Outro requisito para este profissional é a existência de um bom repertório cultural, pois é por meio dele ele que o comunicador pode se tornar referência para seus ouvintes. A profissão tem lugar como grande influenciadora nos costumes e na cultura da sociedade; logo, saber de tudo o que está sendo comentado e produzido torna-se uma premissa para o seu exercício: “o radialista precisa conhecer todos os estilos de programação para não se segmentar nos seus

⁵⁹ LEVATTI, Leonardo. Informações colhidas em entrevista ao autor em 24 mar. 2017.

favoritos. Do brega ao clássico, do popular ao erudito, é importante conhecer" (CESAR, 2005, p.31).

No dia a dia da profissão, é necessário também flexibilidade, motivação e garra, carisma e inteligência emocional, autoconfiança e otimismo (CESAR, 2005, p. 32-33). No ar, não há programa pronto que não precise ser alterado, pois a qualquer momento pode ocorrer algum fato que provoque alterações inesperadas no roteiro. Cada dia proporciona um novo programa que deve sempre ser veiculado com empolgação e otimismo, de forma que o ouvinte sinta essa energia através das ondas radiofônicas e o vínculo existente possa ser alterado e fortalecido. O carisma atrai ainda mais vínculos com os ouvintes, fazendo com que muitas vezes eles tenham a sensação de que você tenha adivinhado o pensamento, fazendo, por exemplo, um questionamento a um entrevistado sobre o que ele (o ouvinte) gostaria de fazer.

Para que uma pessoa esteja preparada para executar qualquer uma das funções em uma rádio profissionalmente, é necessário, além da qualificação executada ao longo dos cursos de graduação, treinar muito para que suas habilidades vocacionais sejam desenvolvidas. Para trabalhar em rádio não basta apenas conhecimento: a profissão também exige prática e raciocínio rápido.

(...) trabalhar em rádio requer três condições fundamentais: inspiração, transpiração e emoção.

A inspiração vem do momento, dos acordes de uma música que toca, de uma notícia engraçada ou triste que se transmite.

Ela vem quando menos se espera. De repente, você sente que a palavra está na ponta da língua e o microfone se encarrega do resto. O mais surpreendente de tudo isso é sentir o impacto provocado em quem está do outro lado do rádio.

A inspiração prende, resgata e estimula as emoções de uma pessoa. Da mesma forma, sem esperar, vem a transpiração, quando você tem a responsabilidade de segurar um horário, sabendo que todos vão cobrar resultados (CÉSAR, 2005, p.7).

Outro ponto a ser levantado é que se espera, principalmente de uma rádio comercial, resultados de audiência que darão à emissora a possibilidade de obter mais patrocinadores. Nesse sentido, quando se está no ar, não se representa apenas uma pessoa física, mas também uma empresa que tem nessa atividade sua fonte de renda; nesse sentido, a questão fabril da emissora se destaca, pois quanto menos funcionários para se produzir a mesma programação, maior é o lucro para o proprietário da empresa.

Para a produção de rádio, também é necessário que se busque a notícia, que se ouça o sujeito que acompanha a programação para atendê-lo com eficácia. Quando o jornalista vai à rua em busca da notícia, ele pode ser surpreendido pelo inesperado, produzindo novas pautas com novos olhares. Somente quando *in loco* o jornalista pode transferir pelo som suas impressões vindas dos outros sentidos (visual, tato, olfato e paladar) além do sonoro.

A descoberta requer movimento incessante. A narrativa da vida era construída pelo movimento e pela experiência concreta do dia a dia. Cada jornada, uma narrativa tecida pelos pés. Foi com os pés que nossos ancestrais reuniram a experiência acerca do mundo. Foram os pés que transformaram o mundo em uma trama de caminhos, em uma narrativa experimentada, vivenciada (BAITELLO, 2012, p.34).

Conforme afirma Baitello, nossos ancestrais experimentaram o mundo com os pés. Eles caminharam e vivenciaram experiências que transformaram o mundo. Atualmente, contudo, boa parte do que é comunicado, inclusive na Universitária Gazeta AM, não vem das ruas ou das andanças de quem produz. A produção vem daquilo que já foi produzido por outros e está disponível na internet.

Como o jornalismo feito dentro das redações online é cada vez mais dependente do olhar do outro, muitas vezes sem pessoal para ir às ruas, a prática do pensamento crítico por parte dos profissionais de imprensa tende a se acomodar da mesma forma (DEIRO, 2014, p.7).

Ora, se a Rádio Gazeta AM se oferece como um ambiente laboratorial, por que sua produção não experimenta sair à rua em busca de pautas diferenciadas? Para o estudante, isso é uma ação que precisa acontecer, pois a sua não prática dificulta e empobrece o trabalho na rádio e, consequentemente, seu aprendizado. Lamentavelmente, é no exercício da sala que essa falha comum costuma ocorrer.

Reportagem, que é o que eu aprendo, que estou aprendendo agora nas aulas é... eu acho que é muito difícil de a gente fazer aqui. Muito difícil. (...) Por conta de... Primeiro não poder deixar o prédio, como o Bruno estava dizendo. Difícil a gente... fazer uma reportagem legal que não possa sair do ambiente da rádio. Só por telefone eu acho que fica bem fraca... bem pobre de conteúdo, fazer por telefone. É legal pegar a expressão da pessoa e poder contar isso e viver aquele momento; aqui dentro não fica legal. (RODRIGUES, Otávio Augusto Silva Rodrigues. Informação verbal)⁶⁰.

Este exercício de ir à rua em busca da pauta está presente na observação do ex-gerente não somente no sentido da produção de conteúdo, mas também na

⁶⁰ RODRIGUES, Otávio Augusto Silva. Informações colhidas em entrevista ao autor em 15 set. 2016.

postura que o estudante deve ter ao entrevistar alguém. Baitello argumenta, em sua obra “O pensamento sentado”, que os jovens são os mais afetados por este pensamento, pois foram educados, inclusive pela escola, a ficarem parados a esperar que algo viesse.

E nessas externas você tem que dar outras orientações. É inclusive em vários aspectos: no vestuário, no vocabulário, por exemplo. Então não dá para o aluno ir de bermuda, de óculos escuros, e de regata, entendeu? (...) O entrevistado dele, a entrevistada, ele não vai chegar lá contando a piada do papagaio ou contando uma gíria etc. Ele tem de estar com uma pauta elaborada, e agir respeitosamente com as pessoas (VAZ FILHO, Pedro Serico. Informação verbal)⁶¹.

Entendemos que deve haver um preparo para evitar constrangimentos, mas é na rua que o estudante pode ser desafiado a enfrentar dificuldades e encontrar possibilidades, fazendo com que o produto radiofônico seja melhor do que o esperado inicialmente.

o mais desafiador está fora das molduras dos retângulos e das janelas sintéticas. E por isso as janelas são também tão sedutoras, porque conduzem e nos desafiam a ver o que está escondido, conduzem-nos a imaginar o que não é mostrado (BAITELLO, 2012, p.55).

Com isso, podemos afirmar que os vínculos que se busca fortalecer com os ouvintes não podem se resumir ao deles a ouvir a rádio, mas devem englobar o entre quem faz a rádio em relação aos ouvintes em um esforço por entender suas realidades e dinâmicas de vida para então participar da comunicação.

⁶¹ VAZ FILHO, Pedro Serico Vaz. Informações colhidas em entrevista ao autor em 15 set. 2016.

Capítulo 5

A Gazeta AM e seu ambiente laboratorial

A Rádio Gazeta AM é mantida pela Faculdade Cásper Líbero; logo, é direcionada não só a informar, educar e entreter seus ouvintes, mas principalmente a preparar os alunos da Faculdade ao exercício da profissão – sem deixar de lado o ouvinte, agente principal na comunicação radiofônica. Ao longo do levantamento das entrevistas, nos deparamos com entrevistados que abrangem várias vertentes da rádio universitária. O diretor Carlos Roberto da Costa aponta a missão de observar os pequenos grupos da sociedade, como as comunidades, e na mesma esteira, também ser formadora dos estudantes, oferecendo a eles um ambiente laboratorial para suas produções.

Uma delas é atender a comunidade (...) reforçar a presença com o público migrante do norte e com o público imigrante da região, e eventualmente o que se pode fazer com o pessoal do Haiti daquela região, e com a zona do Glicério, eu já estive lá, e é realmente uma comunidade forte. (...) Aí acho que nosso trabalho de inclusão é esse. Tem essa parte de você ter a parte de formação de alunos, do tipo, a rádio tem que ser um laboratório para os alunos. (COSTA, Carlos Roberto da. Informação verbal)⁶².

Para o ex-gerente Pedro Serico Vaz Filho, a rádio também é um ambiente para se experimentar o exercício da profissão.

Uma rádio universitária é um ambiente de aprendizado e ensinamento também. E é um ambiente de elaboração de projetos e de desenvolvimento de projetos. E, nesse sentido, de formação de opinião; porque, a partir dessa possibilidade de exercer a profissão num espaço experimental, laboratorial, você também, automaticamente, nesse exercício da profissão, ou seja, se produz e vai pro ar, você também forma uma opinião. Isso vai pro ar, as pessoas ficam sabendo. Ainda que fosse num ambiente fechado da universidade, o que não é o nosso caso, mas, sendo fechado na universidade, somente dentro da universidade, para quem está ouvindo, acompanhando, é um espaço de experimentação, laboratório e formação de opinião (VAZ FILHO, Pedro Serico. Informação verbal).⁶³

O exercício diário da profissão na Gazeta AM é, para Leonardo Levatti, um compromisso que será a diferença para o estudante que viver este ambiente.

Não vejo a rádio Gazeta de outra maneira, acho que ela passa pelo futuro

⁶² COSTA, Carlos Roberto da. Informações colhidas em entrevista ao autor em 13 mar. 2017.

⁶³ VAZ FILHO, Pedro Serico Vaz. Informações colhidas em entrevista ao autor em 15 set. 2016.

da comunicação, não só pelo sentido de inovação, nas produções no período final que vai ao ar, mas sobre tudo no sentido que nós ajudamos a formar toda a rede de profissionais, que em breve vão preencher lacunas no mercado de trabalho, então, eu acho muito nobre, acho um espaço mágico quase, porque a gente tem que equilibrar um monte de prato, mas tem esse compromisso pedagógico (LEVATTI, Leonardo. Informação verbal)⁶⁴.

Nesse sentido laboratorial, a apresentadora do programa Bom Dia Gazeta, Renata Cristina Câmara, nos apresenta a rádio universitária sob a ótica de quem enxergou ali uma oportunidade para ter contato com aquilo que estudou – não somente como um laboratório, e sim enquanto atuante no mercado profissional. Em outras palavras, aprender e já experimentar o que virá profissionalmente no futuro.

Eu penso que é rádio que tem estudantes que participam dessa rádio. Que estão estudando sobre esse assunto, mas têm a oportunidade de falar ao vivo, e de repente mexer nessa parte. Conhecer a parte técnica que é o que vai esperar eles aí no futuro (CÂMARA, Renata Cristina. Informação verbal)⁶⁵.

Já para Gilles Raphael Sonsino, que foi colaborador, monitor e estagiário da Gazeta AM e hoje é apresentador do programa Almanaque Gazeta, atuando também como incentivador e orientador dos novos estudantes, a rádio universitária é um ambiente de aprender funções dentro de uma estrutura que as outras emissoras comerciais não oferecem a seus estagiários. Ou seja, para ele, a rádio universitária vê o aluno de forma diferente das rádios comerciais.

Eu via muita gente da minha época vindo estagiar em rádio, na verdade não aqui, fora. “ah, eu quero estagiar em rádio...”, mas ninguém fazia o que eu fazia. “Ah, eu estou lá no atendimento ao ouvinte...”, “ah, eu vou ajudar na promoção...” e só. Não tinha nada. Eu não via proximidade desses meus amigos com o ar literalmente, com o microfone, com o locutor, com o programador, com o diretor de programação, com um programa novo musical, por exemplo (SONSINO, Gilles Raphael. Informação Verbal)⁶⁶.

Percebemos que o aluno acaba se envolvendo com todos os profissionais e setores da rádio, incluindo departamentos como a discoteca e o departamento técnico da rádio. Para o coordenador técnico, o fato da rádio universitária abrir possibilidades para que o estudante se envolva e participe de todas as fases de produção é uma forma de se observar e se preparar para o mercado de trabalho, acompanhando as mudanças tecnológicas.

⁶⁴ LEVATTI, Leonardo. Informações colhidas em entrevista ao autor em 24 mar. 2017.

⁶⁵ CÂMARA, Renata Cristina. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

⁶⁶ SONSINO, Gilles Raphael. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

Eu acho isso numa rádio eu acho sensacional. Porque cada vez mais todo mundo está ficando multimídia, os meios estão se interligando cada vez mais, e você tem que tentar se virar nos 30 na verdade. Hoje em dia um celular não só faz ligação. Você faz tudo: você transmite, faz vídeo, faz foto... todas as funções possíveis. (VILELA JÚNIOR, Antonio Roberto Baia. Informação Verbal).⁶⁷

Assim, percebemos que o pensamento de rádio universitária se apresenta em todas as falas como um ambiente de aprendizado, mas principalmente um ambiente para se exercitar e se preparar para a profissão sem restrições, aberto às possibilidades e dificuldades com os constantes erros e inseguranças naturais de quem está aprendendo algo novo.

Para mim, rádio universitária é uma rádio que olha o estudante e o aluno, no caso o estagiário, se for o caso, com outro olhar, um olhar de “eu quero te ensinar a fazer tudo”. E não “você vai fazer o que eu quero” ou “você vai fazer o que eu preciso que você faça”. É justamente essa coisa de integrar e colocar o aluno na prática. Eu aprendi tudo aqui. Eu aprendi desde atender o telefone até apresentar um programa e ver se a programação musical está *okay*, por que a programação musical é essa, e por que escolher essa pauta para esse dia e vamos escolher essa pauta, vamos fazer comercial, vamos para a rua vamos cobrir. (SONSINO, Gilles Raphael. Informação Verbal).⁶⁸

Alessandro Jodar, que esteve na rádio entre os anos de 2010 e 2011, em contrapartida, aponta que a rádio nem sempre era enxergada pela Faculdade como esse tipo de espaço.

Na época o que eu sentia era que a faculdade simplesmente ignorava a rádio. O primo distante da faculdade era a rádio. E aí é que eu acho que está o problema. Não é uma gestão individual, de alguém que está no comando da rádio, ou de alguém que está apresentando um programa na rádio. É um problema de gestão da faculdade. E aí, do que eu estava falando da teoria, porque a gente foca muitas vezes no curso em aspectos teóricos, em discussões de ética, em discussões morais, e a gente peca por não ter a exemplificação dessas situações na faculdade (...) e por que a gente tem esse debate só na sala de aula e a gente não está debatendo isso na redação da rádio falando “essa rádio aqui”, a gente está fazendo o jornal nacional, falando notícias do Brasil inteiro, ou a gente vai fazer só o local? Dá pra fazer, se a gente fizer o nacional a gente vai ter acesso aos deputados. Então você está discutindo coisas práticas ali também. E isso te enriquece demais (JODAR, Alessandro. Informação verbal)⁶⁹.

Ao realizar as entrevistas, foi possível observar que esta questão tem sido observada pela direção na tentativa de aproximar o curso à rádio:

⁶⁷ VILELA JÚNIOR, Antonio Roberto Baia. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

⁶⁸ SONSINO, Gilles Raphael. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

⁶⁹ JODAR, Alessandro. Informações colhidas em entrevista ao autor em 16 dez. 2016.

Tem o coordenador que é o Robertinho técnico, e o de programação que é o Leonardo, a contratação do Leonardo é para fazer o meio de campo, entre a Filomena, a Tatiana, o Roberto D'Ugo, não sei se tem algum outro professor que entra na jogada, mas eles são radialistas que já fizeram mestrado, doutorado (COSTA, Carlos Roberto da. Informação verbal)⁷⁰.

Este contato mais próximo entre quem faz a rádio e os professores ressalta a diferença entre a rádio comercial e a universitária, pois esta última desenvolve e proporciona ao estudante a experiência de exercer funções que dificilmente ocorreria em uma emissora comercial.

Ninguém da minha sala, ou do meu ano, da minha geração, do pessoal que se formou comigo, teve essa oportunidade em outros lugares. Eu não lembro de ninguém em falar isso, ninguém. É aqui “você está no ar assim... você tem um programa na rádio”. Eu não tenho um programa. Eu estou lá. Estou apresentando. Não é meu programa. O programa é da rádio. “Eu faço produção e olhe lá”. Eu produzo, quando eu consigo produzir alguma coisa e aí passa por um e por outro até chegar de fato na aprovação. Então eu falo “estou num lugar realmente privilegiado”. Isso é uma coisa que eu não tenho nem o que falar. É realmente a grande diferença dos outros estágios para o meu. E todo mundo fica “nossa, 17 anos de idade e está no ar de uma rádio?”. E eu falei “é, pois é”. E vou entrar numa faculdade e 18 anos já está num programa, posso te ouvir na rádio mesmo? Se eu ligar lá o *dial*? Pode! “Caramba, como assim, né?”. Então tinha muito isso para mim (SONSINO, Gilles Raphael. Informação Verbal).⁷¹

A oportunidade é vista pelo estagiário Arthur Beltrame Garcia como um diferencial do aprendizado restrito à aula; para ele, o aprendizado na rádio é incomparável.

Porque você tem uma aula de uma hora e meia, uma hora as vezes com um monte gente de gente é muito diferente de você se dedicar seis horas do seu dia, ou até mesmo como colaborador, um período, mas você sozinho dedicando extremamente à rádio universitária. Então você tendo essa fonte, que é a rádio propõe a todo mundo, a qualquer estudante aqui da faculdade, é muito bacana, é de enorme importância para a formação do aluno (GARCIA, Arthur Beltrame. Informação verbal)⁷².

Observamos nas falas sobre o objetivo da rádio universitária como ambiente de aprendizado a recorrência de temas como participação, oportunidade para os estudantes de comunicação e premiação, dado que a rádio continuou recebendo prêmios que levaram a emissora à ampliação do projeto. Por quatro anos seguidos, entre 2009 e 2012, a rádio foi premiada com o Troféu São Paulo Capital Mundial da

⁷⁰ COSTA, Carlos Roberto da. Informações colhidas em entrevista ao autor em 13 mar. 2017.

⁷¹ SONSINO, Gilles Raphael. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

⁷² GARCIA, Arthur Beltrame. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

Gastronomia. Nos anos 2012 e 2013, a emissora recebeu o Prêmio de Jornalismo - Sampapão, promovido pelo Sindicato da Indústria de Panificação e Confeitaria de São Paulo.

Figura 6 – Premiação do Troféu São Paulo Capital Mundial da Gastronomia, 2010.



Fonte: <http://www.camara.sp.gov.br/blog/camara-entrega-trofeu-a-jornalistas-de-gastronomia/> Acesso em 16 abr. 2017.

Para a apresentadora Regiani Ritter, a rádio universitária não é só um ambiente em que os equipamentos estão disponíveis para os estudantes: é uma emissora que possui todas obrigações de apuração de informação como qualquer outra rádio. No caso da Gazeta AM, soma-se a tradição da emissora da Faculdade e da Fundação Cásper Líbero.

Então eu vejo a rádio universitária como uma rádio que coloca toda uma aparelhagem a disposição, toda uma tecnologia de trabalhos a disposição, você não ignora que a Rádio Gazeta é a primeira rádio do Estado de São Paulo, é a segunda rádio do Brasil, uma rádio que foi tradicionalíssima na música erudita, depois ela passou a fazer jornalismo, no jornalismo ela passou a inserir a programação esportiva, a Rádio Gazeta se diferencia em quase tudo, porque eu não sei outra que tratava de música como a Rádio Gazeta tratava, com quantas orquestras ela tinha, tinham estúdios de gravação, de discos, de músicas, de tudo, então você olha pra ela e sabe da importância, da história da Rádio Gazeta. (RITTER, Regiani. Informação

verbal)⁷³.

Felipe Ferrari, ex-estagiário, relatou como foi seu início na parte técnica da rádio, sendo acompanhado pelo antigo supervisor técnico Benedito Leite da Costa, o Fubá, ainda no início da rádio universitária, em 2009.

E o Pedro Vaz pediu minha ajuda para outras coisas. Foi aí eu comecei a trabalhar como estagiário na parte técnica. Eu cuidava junto com o Fubá, o pessoal o central técnico, por um tempo, e pela mesa de rádio, a mesa de som. Todos os programas novos estavam sendo criados... o tarde gazeta, principalmente. E eu editava vinhetas, editava algumas coisas (FERRARI, Felipe Ferreira. Informação Verbal).⁷⁴

Percebemos, assim, que a rádio era realmente acessível em todos os departamentos: todos os funcionários procuram integrar e contribuir para viabilizar a ideia do colaborador, pensando também no ouvinte no sentido técnico e de produção.

Se uma rádio universitária é o ambiente preparado para a atuação de estudantes onde eles exercitam, experimentam e fazem rádio; a própria direção da Rádio Gazeta AM, em sua gênese, precisava entender o processo educacional e pensar a emissora que, não obstante a concessão comercial, atuava como um ambiente laboratorial. A participação da Faculdade em parte da programação foi aumentando e ganhando mais visibilidade, até que a Fundação Cásper Líbero transferiu a administração da emissora para a Faculdade, e a rádio se tornou um ambiente laboratorial voltado para a formação do estudante.

Então, todas as produções, de 2009 pra cá, elas são produções com profissionais que estavam na rádio, mas com essa abordagem de escola, de universidade, com profissionais tendo ação professoral com os alunos. Quem são os profissionais? Os sonoplastas, o supervisor técnico da rádio, os apresentadores que estão na rádio, que também auxiliam os estudantes; os estudantes que trabalham na rádio, são monitores e estagiários que recebem para isso, e os que participam também numa atividade complementar – eles não ganham mas eles aprendem -, eles vêm voluntariamente para participar (VAZ FILHO, Pedro Serico. Informação verbal)⁷⁵.

Nessa perspectiva, o entendimento universitário passou a acontecer quando a emissora ainda era mantida pela direção das rádios (Gazeta FM e Gazeta AM), como conta Felipe Ferreira Ferrari, que era estagiário nesse período de transição:

⁷³ RITTER, Regiani. Informações colhidas em entrevista ao autor em 22 fev. 2017.

⁷⁴ FERRARI, Felipe Ferreira. Informações colhidas em entrevista ao autor em 15 dez. 2016.

⁷⁵ VAZ FILHO, Pedro Serico Vaz. Informações colhidas em entrevista ao autor em 15 set. 2016.

A sensação que a gente tinha, e vendo depois de um tempo, é que a cabeça da direção não era universitária, era de uma rádio tradicional. Então a gente tinha três ou quatro programas que eram bem parecidos, que eram programas muito baseados em prestação de serviço. Então tinha o programa da Regiane, do Tarde Gazeta, Bom Dia Gazeta, enfim, eram os programas que a gente tinha na tentativa da direção foi apresentar aos alunos, que eram nossa força de trabalho ali, eram os produtores dos programas, uma realidade um pouquinho mais próxima do que seria numa rádio tradicional (FERRARI, Felipe Ferreira. Informação verbal).⁷⁶

A transferência da Rádio Universitária para a Faculdade se deu sob a consciência do papel efetivo dos estagiários na emissora; a partir daquele ano, 2009, a rádio passaria a ser um ambiente laboratorial e todos os alunos seriam recebidos para frequentar, sugerir ideias e participar efetivamente da programação. Esse processo ocorreu aos poucos: o ex estagiário Felipe Ferreira Ferrari relata que atualmente vê a rádio com muito mais participação dos estudantes que no período em que atuou na Gazeta AM:

E depois que eu saí eu percebi que a rádio começou a tomar uma cara um pouquinho diferente, um pouco mais experimental, era um pouco mais liderada pelos alunos, a gente ouvia mais a voz dos alunos e menos a voz dos profissionais. Eles ficavam por trás dos microfones, digamos assim. Mas esse processo eu não participei (FERRARI, Felipe Ferreira. Informação Verbal).⁷⁷

Na Gazeta AM, os alunos fazem a rádio acontecer – esse é o momento principal em que o ambiente profissional da rádio e o laboratorial da faculdade se misturam. É um pouco dos dois mundos: ao mesmo tempo em que se tem todas as obrigações acerca da produção dos programas e manutenção dos conteúdos no ar, há também a necessidade de se preservar a tranquilidade de um ambiente laboratorial. Isso vai diretamente no trabalho dos funcionários da rádio universitária, pois estes devem entender o ritmo de produção e as dificuldades existentes pela falta de prática.

E, com a sua experiência, e também você vai adquirindo essa experiência de lidar com aluno, você vai até auxiliando, de caminhos mais fáceis... “Olha, tentar por aqui...”. Não que você vai induzir, você vai falar para ele “faça assim”. Não. Dar opção para ele: “olha, você podia tentar fazer dessa forma...”. Esse foi sempre o conceito que a gente usava aqui, nos laboratórios. Sugerir ideias e opções para ser... um acabamento diferente, mas deixar o aluno livre para criação (VILELA JÚNIOR, Antonio Roberto

⁷⁶ FERRARI, Felipe Ferreira. Informações colhidas em entrevista ao autor em 15 dez. 2016.

⁷⁷ FERRARI, Felipe Ferreira. Informações colhidas em entrevista ao autor em 15 dez. 2016.

Baia. Informação Verbal).⁷⁸

Os trabalhos acadêmicos dos alunos também são exibidos na Gazeta AM. Para isso, o professor da disciplina solicita um horário na rádio, no estúdio do ar, e um sonoplasta fica de plantão para realizar a transmissão, seja ela ao vivo ou gravada.

Depois a rádio foi pegando mais espaço e os alunos começaram a fazer mais coisas aqui no próprio estúdio e vincular também. Nunca deixou de veicular os trabalhos de lá para cá. Sempre tem uma pessoa de jornalismo que tem o espaço que abre e divulga seus trabalhos no ar. E isso acontece até hoje, inclusive teve nessa semana agora. (VILELA JÚNIOR, Antonio Roberto Baia. Informação verbal).⁷⁹

Além das atividades curriculares, alguns Trabalhos de Conclusão de Curso também são veiculados na emissora. Muitos deles são comentados pelos próprios produtores em uma entrevista e, em seguida, o programa é exibido.

Documentário é uma coisa assim: o aluno começa, quando ele ver que é profundidade... o documentário que acaba entrando lá é TCC (trabalho de conclusão de curso), que muitos fazem. (...) Aí a gente aproveita o TCC dele e coloca no ar. Isso é legal. E já fez... o aluno faz o documentário sobre alguém, sobre algum lugar, sobre alguma coisa. Sobre um movimento político, sobre uma personalidade, sei lá. Vamos falar, por exemplo, teve aluno que fez sobre... Ivone Lara. A dona Ivone Lara. Sobre Renato Russo, outra personalidade. Sobre o movimento político de 64, então um documentário, sobre os presos não sei da onde... sobre os presídios... sobre os ex-presidiários. Um documentário sobre a Avenida Paulista, sobre a favela de Heliópolis, sobre a tribo... então são documentários que eles levam mais tempo, então isso é um trabalho de conclusão de curso que isso normalmente acaba acontecendo (VAZ FILHO, Pedro Serico. Informação verbal)⁸⁰.

O trabalho dos funcionários da rádio é muitas vezes de incentivador para o aprimoramento das produções, de forma análoga ao trabalho dos professores em sala. Os três apresentadores (Renata Cristina Câmara, Regiani Ritter e Gilles Raphael Sonsino), além de apresentarem, comandam as equipes dos seus respectivos programas e orientam outros programas que não possuem a apresentação deles, tais como: Gazeta Games, No Vestiário, Jornada Esportiva, entre outros. Essa orientação é um preparo para que os programas sejam realizados da melhor forma e se assemelha ao trabalho de um docente na orientação das

⁷⁸ VILELA JÚNIOR, Antonio Roberto Baia. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

⁷⁹ VILELA JÚNIOR, Antonio Roberto Baia.. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

⁸⁰ VAZ FILHO. Pedro Vaz. Informações colhidas em entrevista ao autor em 15 set. 2016.

atividades que os alunos produzem; nessa perspectiva, é importante que se demonstre ao aluno conteúdos e pensamentos mais teóricos para que se possa produzir na prática. Muitas vezes, o incentivo torna o estudante orgulhoso do aprendizado.

Como afirma Alan Parce, o colaborador que está no primeiro ano de Rádio, TV e Internet e demonstra já de início aptidão para a produção, mesmo que ainda na teoria em sala, já percebe e vivencia no ambiente laboratorial da rádio algumas características do rádio:

Acho que... o jeito que a rádio funciona, desde o sonoplasta... desde a produção, desde a apresentação. Os horários que têm que ser seguidos... seja comercial, político... seja o que for. E o contato com o ouvinte, que no sábado a gente tem um... bastante ouvintes ligam pra gente. Então acho que esse contato com o ouvinte foi o que mais me surpreendeu. Eu estando no primeiro achei que... sei lá... ainda não sabia como que era muito bem atender um telefone, perguntar pro cara... ouvir o que o cara quer me contar... enfim, eu acho que a rádio te dá uma vivência que você provavelmente não iria encontrar (PARCE, Alan. Informação verbal).⁸¹

Esse processo de estar em contato com o ouvinte fortalece o vínculo do estudante com o meio. No caso de Felipe Ferreira Ferrari, houve vários momentos em que sentiu o ambiente laboratorial, principalmente nos programas e em como era a abordagem dos assuntos tratados na programação.

Eu lembro que eu e o Gabriel Sakamoto, a gente brincava, a gente tinha um helicóptero, que o Gabriel subia, até o oitavo andar do prédio da fundação para dizer a temperatura e o trânsito, no final do programa. "o nosso helicóptero, o Gabriel Sakamoto...". Então a gente brincava bastante com isso. Brincava... apesar da seriedade (...) queria que a gente fizesse a entrevista sério, sobre Aids e coisas assim, a gente sempre tentava dar uma coisa um pouco mais divertida, inclusive vinhetas e música e tudo o mais. (FERRARI, Felipe Ferreira. Informação Verbal).⁸²

O ato de estar ao vivo em uma emissora traz mais responsabilidade ao aluno, pois esse conteúdo visa apenas obter uma avaliação do professor ou a exibição em sala; é um trabalho que será veiculado de verdade, que as pessoas poderão ouvir. Para o estudante, a rádio deveria ser mais utilizada pela faculdade.

Eu acho que a rádio ela deveria ser usada muito mais como um órgão laboratorial da faculdade. Porque num curso de rádio e jornalismo e nenhum momento a gente teve um trabalho que seria veiculado na rádio, por exemplo. Então, mesmo na aula de radiojornalismo, a faculdade era uma atividade complementar. A rádio era uma atividade complementar. Não

⁸¹ PARCE, Alan. Informações colhidas em entrevista ao autor em 16 set. 2016.

⁸² FERRARI, Felipe Ferreira. Informações colhidas em entrevista ao autor em 15 dez. 2016.

estava integrada no curso. Ela não estava integrada no curso. Você não pensar na rádio como um instrumento do curso, isso da a medida... do que a rádio representa para a faculdade. Então, sem uma gestão, e essa é minha opinião, sem uma gestão da faculdade como instituição que abrace a rádio, não tem nada que você possa fazer para mudar isso (JODAR, Alessandro. Informação Verbal).⁸³

A direção da Faculdade Cásper Líbero busca cada vez mais trazer todos os cursos para a rádio, cada um com as suas especificidades, fazendo com que as atividades de aula ocorram na rádio e que os exercícios sejam apresentados no ar. Dessa forma, entendemos que o ambiente laboratorial da Rádio Gazeta AM complementa e amplia o aprendizado do estudante no dia a dia e na dificuldade diária da produção. Os profissionais que atuam na rádio devem saber muito da sua importância no trabalho, posto que eles devem responder pelos conteúdos. Todos os programas devem estar prontos para veiculação na data e com a qualidade necessária; para isso, eles acompanham o trabalho dos estagiários, aconselhando-os e direcionando-os em como realizar cada etapa do trabalho, como conta Otavio sobre a proximidade do sonoplasta com o estagiário na emissora.

O pessoal que está no ar ali com a gente. Acho que se não tiver essa proximidade não rola de fazer um programa legal. Eu acho que nosso programa está ficando cada vez melhor por conta desse contato. O meu quadro de *youtubers*, por exemplo, quando o Marcelo entrou, que é o nosso sonoplasta de agora, ele não sacava muito a ideia. Você vai conversando com o cara, vai explicando direitinho, vai fazendo, vai fazendo e hoje em dia está bem legal o quadro. Tanto a parte minha, a parte de locução, a parte de entrevista quanto ele editando. Então eu acho que existe bem essa proximidade legal entre jornalista e o pessoal que está com a gente ali no dia a dia (RODRIGUES, Otavio Augusto Silva. Informação Verbal).⁸⁴

Para o ex-gerente, o acompanhamento deve ser bem próximo e de confiança para que o trabalho aconteça de forma efetiva.

Então é um acompanhamento diário. Mas normalmente eu tenho muita confiança na equipe. E as coisas são delegadas... as pessoas cumprem... então se eu estou aqui eu estou confiante; e se eu não estou, (...) estou de férias, eu confio plenamente que as coisas estão funcionando. Não precisa nem ficar telefonando para cá. E a comunicação é muito legal. Eu procuro criar um ambiente bem humorado, um ambiente família... para as pessoas saírem de casa felizes que elas vão trabalhar em um lugar... então eu procuro trabalhar isso. Mas também é um desafio. Criar um ambiente favorável, de trabalho, para as pessoas se sentirem bem também é um desafio (VAZ FILHO, Pedro Serico. Informação Verbal).⁸⁵

⁸³ JODAR, Alessandro. Informações colhidas em entrevista ao autor em 16 dez. 2016.

⁸⁴ RODRIGUES, Otavio Augusto Silva. Informações colhidas em entrevista ao autor em 15 set. 2016.

⁸⁵ VAZ FILHO, Pedro Serico Vaz. Informações colhidas em entrevista ao autor em 15 set. 2016.

Um ambiente agradável, em que o funcionário percebe que seus superiores confiam no seu trabalho, possibilita que este seja bem realizado; nesse aspecto, na Rádio Gazeta AM, o estagiário se sente acolhido e seguro para experimentar e produzir cada vez melhor.

Não há separação nas funções executadas pelos estagiários ou algum critério de separação por curso: todos os alunos de todos os cursos são recebidos. Quando entram como colaboradores, os alunos entram na rádio, se envolvem e iniciam as atividades. O ambiente da rádio está sempre aberto.

Tem aluno de publicidade apresentando jornal, e é importante que ele saiba disso. Se amanhã ele realmente seguir a carreira dele, e ele vai saber como funciona um jornal e ele apresentou, ele sentou, ele ficou ali, abriu o microfone, ele entendeu como é que é o negócio. Então é importante que ele tenha essa vivência. Mas isso é natural. Ninguém forçou nada. Ele chegou aqui e ele fala...e ele nem pergunta o curso. As vezes o cara está apresentando o jornal e fala “qual é seu curso?” e fala “sou de publicidade”... “legal”, e ele consegue desenvolver. Então não dá pra saber. Mas dá para saber depois, pegando os contratos dos alunos, as fichinhas que eles fazem, tem o fichário deles, quem é de qual curso (VAZ FILHO. Pedro Serico. Informação verbal).⁸⁶

A maioria dos estagiários e colaboradores, entretanto, cursa jornalismo, seguida pelos alunos de Rádio, TV e Internet. Cada curso tem suas características próprias e, consequentemente, cada profissional também possui seu próprio perfil, como conta Renata Cristina Câmara:

O estudante de rádio e tv ele acaba se interessando, não só pela parte da redação para rádio, ele acaba se interessando pela parte técnica da rádio também. Então ele fica mais curioso para “como é que essa matéria é editada?”. Nós temos os profissionais que trabalham aqui com a gente que são sonoplastas. (...) ele pode até editar. A responsabilidade é do Marcelo. (...) Só com a supervisão dele. Ele tem que estar supervisionando. Porque se vai um áudio ruim para o ar, não é responsabilidade do aluno, é responsabilidade daquele profissional que deixou ir (CÂMARA, Renata Cristina. Informação verbal).⁸⁷

Os equipamentos técnicos podem ser utilizados pelos estagiários sempre com acompanhamento dos sonoplastas. Já houve tentativas no intuito de possibilitar que o estagiário editasse o próprio conteúdo, mas isso dificultava muito o trabalho dos operadores, pois tinham que refazer todo o trabalho, sem mencionar os casos em que arquivos se perderam, inviabilizando algumas produções. Hoje a rádio conta

⁸⁶ VAZ FILHO, Pedro Serico Vaz. Informações colhidas em entrevista ao autor em 15 set. 2016.

⁸⁷ CAMARA, Renata Cristina. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

com três sonoplastas que acompanham a gravação e edição de conteúdos, além de operar a mesa do ar. Os sonoplastas cumprem metade de suas jornadas no estúdio do ar, e no restante do tempo, acompanham as edições dos conteúdos nos estúdios de gravação da emissora.

Tem esse profissional para estar fazendo isso. Só que o bacana que um aluno de jornalismo, por exemplo, ele não tem matérias de edição, para mexer nos programas. Só que ele fica aqui, ele acaba de fazer uma entrevista, e aí ele fala “acho bacana se tivesse uma trilha assim, uma trilha assada”, ele senta do lado do profissional, ele vê como o profissional faz, então ele já começa a perceber “não é tão simples assim”. Até para ele fazer uma entrevista, ele já sabe o ponto de corte que ele vai ter que dar para facilitar a edição do Marcelo. Então vai tendo uma consciência que antes ele não tinha quando ele não trabalhava em rádio. Então isso também é muito legal (CÂMARA, Renata Cristina. Informação verbal).⁸⁸

Com o acompanhamento do sonoplasta, o estudante também aprende, pois está ao lado acompanhando todo processo; por outro lado, a responsabilidade técnica das produções fica aos funcionários.

a rádio ela tem uma programação que é da faculdade, mas a rádio ela é uma rádio comercial, que tem uma concessão no ar, que tem suas obrigações (...) Tudo antes de ir para o ar passa ainda pela supervisão de algum sonoplasta. Algum sonoplasta vai checar se aquele áudio está em condições (VILELA JÚNIOR, Antonio Roberto Baia. Informação verbal).⁸⁹

Nisso, todo o conteúdo que vai ao ar passa pela avaliação dos sonoplastas. Os conteúdos que os estagiários fazem na Gazeta AM, por sua vez, são atividades mais simples, como buscar sonoras na Internet, não sendo ainda liberado a eles gravar e editar programas. Em uma das visitas na rádio, pudemos acompanhar um aluno que chegava com o material já editado, posto que ele o havia feito em casa, e o supervisor técnico Antonio Roberto Baia Vilela Júnior pediu gentilmente o material para que um sonoplasta de plantão pudesse conferir antes da veiculação. A troca de experiências acontece em pequenos atos da emissora.

Uma rádio comercial que abre as portas para os alunos, e que mostra o caminho, e eles seguem, então eu não consigo ver só como rádio universitária, mas uma rádio universitária que mantém profissionais da comunicação, de preferência profissionais com bastante experiência, não obrigatoriamente que tenham 70 anos, mas que tenham bastante experiência para passar verdadeiramente aquilo, o que é o rádio? Aí para o aluno você vai passar o que é uma rádio comercial, é uma rádio que

⁸⁸ CÂMARA, Renata Cristina. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

⁸⁹ VILELA JÚNIOR, Antonio Roberto Baia. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

leva a notícia, a notícia que deve ser confirmada, hoje a velocidade da internet é muito perigosa, hoje todo mundo se abre em redes sociais (RITTER, Regiani. Informação verbal)⁹⁰.

O aprendizado de rádio acontece no dia a dia, na tentativa de acerto, e, como se pode esperar, em todo ambiente educacional, o erro é uma possibilidade; todavia, a experiência da rádio universitária levará o aluno à rádio comercial, circunstância em que se espera que ele já esteja preparado para atuar com profissionalismo. Dessa forma, na Rádio Gazeta AM, busca-se minimizar as possibilidades de erro, impedindo que os estudantes gravem ou editem conteúdos sozinhos. Algumas vezes, outros funcionários que não são do departamento técnico gravam ou editam conteúdos para suprir determinada necessidade urgente. Percebemos a mudança através do depoimento da Renata Cristina Câmara: “Antes o pessoal ficava bem mais a vontade para editar. Agora, não. Quem faz mais são os... O Giles ainda faz porque ele é de rádio e tv. Então ele mesmo as vezes faz alguma coisa”⁹¹.

Outra precaução que se deve ter é quanto à legislação trabalhista, pois a rádio tem nos estudantes grande parte da sua força de trabalho, sejam eles monitores ou estagiários. Quando eles saem do ambiente da rádio, devem obrigatoriamente ser acompanhados por um profissional, pois a responsabilidade daquela pessoa está ligada à da rádio.

Eu gostaria que eles saíssem muito, que tivessem todas as possibilidades. Mas nós temos uma Legislação para cumprir. E essa Lei é muito séria, porque, veja bem, o estagiário, o monitor, aquele que trabalha, que ganha a bolsa, que... a Lei do estagiário, a Lei interna, para quem atua, ela é muito cuidadosa, vamos dizer assim; rigorosa também. Porque a Lei, seja maior de idade ou menor de idade, 17, 18, 19, 20 anos, ele está sob sua responsabilidade. (VAZ FILHO, Pedro Serico. Informação verbal)⁹².

Neste sentido, podemos observar que há um esforço para que os alunos possam sair para fazer matérias não somente pela faculdade, mas também pela rádio, dado que a rádio universitária é, muitas vezes, a primeira oportunidade profissional do estudante, deve-se então acompanhá-lo nas externas, pois mesmo que seja uma rádio universitária, para o entrevistado, o entrevistador representa a figura da Rádio Gazeta AM.

Se eu tiver um carro três vezes por semana, pro pessoal da rádio sair, e

⁹⁰ RITTER, Regiani. Informações colhidas em entrevista ao autor em 22 fev. 2017.

⁹¹ CÂMARA, Renata Cristina. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

⁹² VAZ FILHO, Pedro Serico Vaz. Informações colhidas em entrevista ao autor em 15 set. 2016.

fazer um trabalho já pré produzido, em tal lugar ou em tal festa, ou em tal agremiação, então, faz parte do jogo, mesmo sabendo que a rádio só é folha de pagamento, não tem folha de entrada (COSTA, Carlos Roberto da. Informação verbal)⁹³.

Enfim, esta é mais uma possibilidade com vistas a proporcionar na Gazeta AM recursos para uma programação com maior qualidade em uma ambiente de aprendizado respeitoso e agradável. Reforça-se, ainda, que se trata de um ambiente laboratorial para que o estudante da Faculdade Cásper Líbero possa aprender, experimentar e exercitar para que obtenha formação nas mais variadas funções que um profissional da comunicação pode exercer em uma emissora de rádio, seja ele jornalista, radialista, relações públicas ou publicitário. Dentre as demais atividades realizadas pela emissora, estão as atividades externas, palestras, oficinas e outros eventos esporádicos que ocorrem não só no ambiente da faculdade, mas também em ambiente externo.

Os objetivos da Rádio Gazeta AM são:

Preservar e promover a imagem tradicional, pioneira e de excelência da Faculdade Cásper Líbero;
 Promover a participação e o aprendizado de estudantes na construção de uma programação de qualidade e interativa;
 Integrar a emissora às demais áreas de negócios da Fundação Cásper Líbero, com o uso de uma linguagem criativa e atraente;
 Servir de referência educativa, informativa e de representação de ações de cidadania, inclusão, acessibilidade, cultura, esportes e de outras iniciativas para a valorização humana (GAZETA AM, 2017)⁹⁴

Os alunos são convidados a participar da rádio, a princípio, como colaboradores, e, posteriormente como monitores e estagiários. O estudante colaborador atua por dois meses na emissora na frequência de três horas diárias, cinco vezes por semana, totalizando uma carga horária de quinze horas semanais. O estudante dessa categoria recebe certificados de horas complementares às atividades curriculares. Os monitores, por sua vez, são contratados por um período de 6 meses e atuam por 5 horas diárias, cinco vezes por semana, e recebem bolsa de estudos no valor de 50% de desconto na mensalidade da faculdade. Os estagiários possuem contratos com a mesma durabilidade que os monitores e a mesma carga-horária; recebem, contudo, bolsa de estudos integral ao valor da mensalidade da faculdade, além de vale-refeição. A Faculdade Cásper Líbero conta

⁹³ COSTA, Carlos Roberto da. Informações colhidas em entrevista ao autor em 13 mar. 2017.

⁹⁴ Disponível em: <<http://www.gazetaam.com/quem-somos/>>. Acesso em 31 mar. 2017.

com um departamento chamado “Centro de Eventos e Assessoria de Comunicação”, que divulga as vagas existentes na Rádio Gazeta AM e promove um evento para a seleção dos alunos inscritos, que ocorre em duas fases: a primeira, um processo seletivo para sondagem de quais alunos possuem interesse em cada departamento; a segunda consiste em uma entrevista direta com a equipe em que o aluno possui maior aderência conforme o interesse demonstrado.

Não vejo a Rádio Gazeta de outra maneira, acho que ela passa pelo futuro da comunicação, não só pelo sentido de inovação, nas produções no período final que vai ao ar, mas sobre tudo no sentido que nós ajudamos a formar toda a rede de profissionais, que em breve vão preencher lacunas no mercado de trabalho, então, eu acho muito nobre, acho um espaço mágico quase, porque a gente tem que equilibrar um monte de prato, mas tem esse compromisso pedagógico (LEVATTI, Leonardo. Informação verbal)⁹⁵.

Embora as equipes de trabalho tenham características diferenciadas, todas atuam com um mesmo objetivo, como observa o pesquisador Luciano Maluly no artigo em que observa o programa Jornal da Gazeta AM e sua atuação laboratorial:

O objetivo principal é a formação do estudante com foco em cultura e cidadania, possibilitando o desenvolvimento dos alunos e o contato do universitário com o mercado de trabalho, experimentação de produções informativas, comunitárias, educativas e interativas (MALULY, 2011)⁹⁶

Essa presença dos alunos nos estúdios da rádio vai, aos poucos, os envolvendo com a produção dos programas existentes, além de também unir pessoas com interesses específicos na participação da rádio; dessas uniões são criados programas e/ou programetes que podem se apresentados à rádio e, consequentemente, se tornarem projetos a serem veiculados. O apresentador Gilles Raphael Sonsino foi colaborador, monitor e estagiário enquanto cursava a graduação em Rádio, TV e Internet; nesse sentido, ele afirma que:

Na primeira semana de aula eu já estava aqui na rádio. Na verdade no segundo dia, para ser mais específico, eu estava aqui na rádio. No primeiro dia foi a confraternização, a recepção do pessoal. O primeiro dia de aula em si eu não cheguei a passar por aqui. Uma quarta-feira de aula, 11 de fevereiro, de 2009, eu já estava aqui na rádio. O que eu fiz? Eu lembro que dessa época eu era colaborador, ao longo do ano inteiro eu colaborei no Jornal da Gazeta AM, programa das seis horas. E eu escrevia alguns textos de tecnologia, algumas editorias, que eram usadas ao longo do programa.

⁹⁵ LEVATTI, Leonardo. Informações colhidas em entrevista ao autor em 24 mar. 2017.

⁹⁶ Revista PJ-BR. Disponível em: <<http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/monografias14f.htm>>. Acesso em 01 abr. 2017.

(SONSINO, Informação verbal)⁹⁷

Há casos de estudantes que buscam a Faculdade Cásper Líbero por saberem que lá há uma rádio universitária em que podem participar, falar e atuar em programas no ar. Assim conta Alan Parce, estudante do primeiro ano de Rádio, TV e Internet no ano de 2017.

Tinha uma amigo que estudava aqui na Casper, então, no ano passado, antes de entrar na faculdade eu já via que ele postava algumas coisas da faculdade. As participações dele na rádio ele mandava para eu ouvir. Então eu já conhecia a rádio desde o ano passado. Já ouvia um pouquinhos os programas... e dava uma acompanhada. Esse ano, entrei na faculdade; e gosto muito de esporte, de futebol, então fiquei sabendo que tem o No Vestiário, no sábado; então através de um outro amigo meu eu conheci o programa; e vim aí na rádio, de portas abertas; e aí me explicaram como é tudo direitinho, e estou participando desde março. (PARCE, Alan. Informação verbal).⁹⁸

Os colaboradores chegam na rádio e muitas vezes ocorrem brincadeiras para descontrair e chamar o estudante, muitas vezes tímido, para o estúdio. Os apresentadores conversam e chamam-no ao microfone; perguntam nome, idade, qual curso estuda e quais são seus objetivos, e sempre se pergunta se o aluno gosta de rádio. Dependendo do caso, já se observa alguma aptidão para o rádio – por vezes a voz, por vezes o sonho. Nessa conversa, alguns estudantes já se sentem atraídos pela rádio universitária e muitos já passam a participar como colaboradores.

Nas primeiras semanas eu via o Danilo Vital que é um colega de sala saindo mais cedo, alguns minutos antes de acabar a aula. E uma vez eu perguntei para ele, onde é que ele ia, e ele falou que ia na rádio, uma coisa assim a nossa conversa. Rádio? Mas pode ir na Rádio? - eu perguntei. Pode, qualquer aluno pode ir. E eu falei: eu vou com você. E aí foi o meu primeiro contato. Cheguei lá e eu vi que a gente tinha toda aquela estrutura, fiquei maravilhado. Comecei a falar: "Pô, as pessoas percebem o que a gente tem aqui? Isso é uma mina de ouro, cara. Você está no primeiro ano da faculdade, com uma rádio que vai ao ar, que tem programa e tudo". E, assim, só o Danilo que levantava para ir lá fazer o negócio. Eu imaginava que, eu sabendo daquilo e quanto mais gente soubesse ia ter fila para entrar. E não tinha. Então era isso. Era uma mina de ouro em que você ficava sozinho ali para curtir todas as incríveis que você encontrasse (JODAR, Alessandro. Informação Verbal).⁹⁹

Ao longo da história da rádio no formato universitário, houve a criação do programa liderado por alunos da pós-graduação. A apresentadora Renata Cristina

⁹⁷ SONSINO, Gilles Raphael. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

⁹⁸ PARCE, Alan. Informações colhidas em entrevista ao autor em 16 set. 2016.

⁹⁹ JODAR, Alessandro. Informações colhidas em entrevista ao autor em 16 dez. 2016.

Câmara chegou à emissora através do convite do Professor Pedro Serico Vaz Filho e, junto com outros colegas da pós graduação, criaram o programa Nordeste Futebol Clube. Renata Câmara, Heloísa Rocha, Duca Reis e Carlos Sergipe¹⁰⁰, por sua vez, criaram o programa que aproximou Rodrigo Fernandes Fonseca¹⁰¹ e Sérgio Pinheiro da Silva (autor desta tese) para a rádio. Vários desses colaboradores se tornaram funcionários: Renata Cristina Câmara é atualmente apresentadora do programa Bom Dia Gazeta; Heloísa Rocha é redatora da emissora e cuida do site; Carlos Sergipe foi apresentador e hoje atua como docente de jornalismo no Estado de Sergipe; Rodrigo Fernandes Fonseca atuou como apresentador e hoje é professor de rádio, assim como Sérgio Pinheiro da Silva, que trabalhou na emissora como operador de áudio e sonoplasta e deixou a emissora para se dedicar às aulas e à realização deste estudo.

Todo mundo queria trabalhar em rádio, naquele momento ninguém estava trabalhando na área, na área de comunicação, todos formados em jornalismo, menos o Duca, que era formado em administração, então nos reunimos e fizemos um projeto. O primeiro de uma coisa de humor, que não deu muito certo. E depois o Duca veio com essa ideia de montar um projeto sobre o futebol nordestino. Porque conversando com o gerente da rádio Gazeta AM, ele disse que o alcance era muito grande na região de Santo Amaro, onde tinham muitos nordestinos aqui em São Paulo, que acompanhavam a programação, e a gente falou: "e se a gente fizer um programa assim, falando dos outros times?". E foi assim, o gerente gostou da ideia e a gente começou a fazer esse programa. No início tinha uma hora de duração, aos sábados, das onze ao meio dia. E depois aumentou, foi para das duas as quatro, foi assim. Foi um projeto que nasceu assim, em sala de aula, de uma pós-graduação, e que a gente trouxe e acabou que todo mundo começou a trabalhar aqui. (CÂMARA, Renata Cristina. Informação verbal)¹⁰²

O estudante de jornalismo Arthur Beltrami conta que atua há mais de três anos na rádio e entrou como colaborador desde o primeiro ano de faculdade:

Comecei aqui na rádio desde o primeiro ano, em 2014. E desde então eu participo. Primeiro comecei como colaborador, depois como monitoria da Faculdade, e agora como estagiário da Fundação estou há mais ou menos seis meses (GARCIA, Arthur Beltrame. Informação verbal)¹⁰³.

¹⁰⁰ Carlos Hermínio Sobral Oliveira, conhecido como Carlos Sergipe, é Jornalista formado pela Universidade Tiradentes, especialista em Comunicação Jornalística pela Universidade Tiradentes e mestre em Comunicação na Contemporaneidade pela Faculdade Cásper Líbero. Atua como docente na Faculdade São Luiz de França no estado de Sergipe.

¹⁰¹ Rodrigo Fernandes Fonseca é Doutor em Comunicação e coordenador da web rádio universitária da Faculdade Belas Artes. Lecciona e coordena a web rádio universitária da USCS e atua como docente da Universidade São Judas Tadeu.

¹⁰² CÂMARA, Renata Cristina. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

¹⁰³ GARCIA, Arthur Beltrame. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

Assim também foi o caso do Otavio Augusto Silva Rodrigues, monitor:

Isso que é engraçado, mesmo quando você não é estagiário, quando você sabe que não vai ganhar nada, nenhum dinheiro, nenhuma bolsa, você tem vontade de vir, pelo prazer pela rádio. Sempre tive esse prazer. Comecei a colaborar nos programas esportivos, e aí, de algum modo, pelo menos na minha concepção, eu achei que me destaquei (...) E como eu disse que gostaria de trabalhar com *hard news*, que eu gosto de notícias mesmo do cotidiano, eu me encaixei no Bom Dia Gazeta (RODRIGUES, Otavio Augusto Silva. Informação verbal)¹⁰⁴

Nas entrevistas, procura-se atender não só aos interesses dos funcionários sobre que programa buscam, mas também atender às expectativas dos possíveis estagiários. Isso busca contribuir para que o estudante se envolva e adquira mais conhecimentos na área com que mais se identifica e por consequência pretende atuar profissionalmente.

Percebemos nos depoimentos que os entrevistados chegaram à rádio de várias formas, isso porque a emissora sempre está aberta a todos. Apesar do convite oficial feito na Faculdade, muitos chegam em momentos posteriores, seja por convite de amigos, seja pelo processo seletivo. Com essa presença dos estudantes, percebemos o ambiente universitário na rádio e os profissionais que nele atuam não somente liderando as produções de suas respectivas responsabilidades, mas também orientando os estudantes para que possam produzir seus programas.

A rádio também recebe constantemente visita de outras faculdades e emissoras comunitárias no incentivo do aprimoramento, além de oferecer *workshops* ministrados pelos funcionários da Gazeta AM com a participação de estagiários e monitores.

5.1 Programação da Universitária Gazeta AM: consolidada e flexível

A programação da Gazeta AM promove a mobilização estudantil, valorizando ações artísticas, culturais, de cidadania, educativas, formativas e esportivas, assim como um trabalho de inclusão e integração de pequenos grupos e/ou excluídos da sociedade. Desde que a Rádio Gazeta AM passou a ser mantida pela Faculdade

¹⁰⁴ RODRIGUES, Otavio Silva. Informações colhidas em entrevista ao autor em 15 set. 2016.

Cásper Líbero, em 2009, a programação passa por constante alteração. Antes, os alunos realizavam o Jornal da Gazeta AM e o No Vestiário, porém, assim que a Faculdade tomou a direção, surgiram vários programas e outros voltaram a fazer parte da grade – todos, porém, com o carácter educativo voltado para o aprendizado do aluno.

Agora, no presente momento, em 2016, que tenho conversado com a equipe, mas é uma coisa que já venho conversado há muito tempo, são duas coisas: primeiro, a rádio, existe no exercício da profissão, que o aluno também gosta que ele faz, que é observar o que acontece no Brasil e no mundo, e noticiar, o que todos veículos anunciam, que é o que acontece muito; então assim: noticia tudo o que acontece, em todos os veículos de comunicação, mas isso não cria diferencial; nem a concorrência, porque a gente não está muito preocupado com isso. A gente está preocupado com o aprendizado do aluno (VAZ FILHO, informação verbal).¹⁰⁵

Além das técnicas de se fazer rádio que são trabalhadas dentro das salas de aula ao longo dos cursos de graduação, o rádio envolve emoção e sintonia entre o produtor de conteúdo e o ouvinte. Não basta imaginar o ouvinte como um “público-alvo” que será atingido com seu conhecimento ou sua informação pois isso o “alvo” nos remete à guerra; é necessário entender que o ouvinte como público, ou seja, o Outro, é um ser humano que tem o rádio como companheiro em uma relação afetiva.

A Rádio Gazeta AM busca cumprir a missão do ensino dos gêneros e formatos radiofônicos para que os estudantes entendam o papel social do rádio com informação, educação e entretenimento. Com uma programação variada, a emissora proporciona também educação ao acompanhar o desenvolvimento individual de cada estudante, potencializando suas habilidades individuais. A emissora, contudo, possui uma grade de programação estabelecida e que sofre alterações muito mais nos quadros inseridos nesses programas que nos programas em si.

A grade de programação da emissora é consolidada, posto que ela proporciona ao ouvinte programas diários com segmentos de produção definidos. Então, quem acompanha pelo *dial* a programação ao vivo a tem pautada no tempo e no espaço. Porém, a programação também é flexível na medida em que está aberta para exibições extraordinárias, dado que é rotineira a inserção de programas especiais que provenientes de trabalhos acadêmicos. “Os vínculos somente são

¹⁰⁵ VAZ FILHO, Pedro Serico. Informações colhidas em entrevista ao autor em 15 set. 2016.

mantidos quando regularmente alimentados, seja pela repetição, seja pela inovação informacional" (BAITELLO, 1997b, p. 100). Neste sentido, percebemos que, ao mesmo tempo em que a rádio busca fortalecer os vínculos com seus ouvintes, por ser uma emissora universitária, busca sempre abrir sua programação, sacrificando a audiência do *dia* com programas que não são destinados a este público.

A programação da Gazeta AM sempre está aberta para receber projetos idealizados pelos alunos da Faculdade Cásper Líbero. Entre os projetos executados na rádio estão os trabalhos premiados com o "Troféu São Paulo Capital Mundial da Gastronomia" e o "Sampapão", produzidos pelos estudantes com a supervisão dos funcionários da rádio. O estagiário Arthur Beltrame Garcia conta sua experiência:

E aí eu criei o especial Jogos Rio 2016, até com ajuda do Gilles, ajuda da Regiani Ritter, que a gente criou todo o mecanismo, todas as perguntas, e eu fiz um especial: cada dia era um entrevistado, um atleta, um membro do comitê paraolímpico, ou um treinador de algum atleta que deram entrevistas, seja presencialmente ou por telefone, que foi apresentado dentro do Almanaque Gazeta, que eu ajudo o Gilles apresentar. E aí foi isso. Foram 14 episódios, cada dia um apresentado. Foram 15 dias até o início da Olimpíada, a gente apresentou cada dia um personagem do especial, e no último dia a gente fez o especial da abertura, que aí a gente contou o que ia rolar, o que já tinha saído na mídia, quem ia participar até então, qual era a expectativa, fez um povo fala, enfim (GARCIA, Arthur Beltrame. Informação verbal)¹⁰⁶.

Além do especial Jogos Rio 2016 produzido por Arthur Beltrame, em 2010, a rádio teve um quadro sobre as paraolimpíadas produzido e apresentado pelo então colaborador André Kopte Gonzalez, então estudante de Rádio, TV e Internet. Enfim, vários projetos criados que foram importantes não só para a emissora, mas também para a formação do estudante que produzia. A rádio sempre recebeu outras Instituições de Ensino em visitação ao ambiente da Gazeta AM. Ela também está aberta para receber pessoas de rádios comunitárias na busca de conhecimento a fim de melhorar suas atividades radiofônicas em suas comunidades.

A grade de programação da Rádio Gazeta AM é formada por programas ao vivo e musicais, que são séries de músicas tocadas para preencher as 24 horas de transmissão da rádio.

¹⁰⁶ GARCIA, Arthur Beltrame. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

Tabela 4 – Grade de Programação Rádio Gazeta AM em Março de 2017

	Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado
20	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
21	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
22	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical	Musical
23	Musical	Jornal da Gazeta AM (reprise)	Musical				

Das 19h00 às 08h00, a emissora transmite apenas programas musicais e/ou gravados, como a “Voz do Brasil”, que é transmitida em rede nacional, e a reprise da edição Jornal da Gazeta do mesmo dia. Nesses horários, a emissora é operada apenas por computadores. Percebemos, assim, que o ambiente da rádio funciona durante todo o dia, e cada programa possui um diferencial na grade, mas sempre buscando levar ao ouvinte conteúdos de qualidade e informativos. Cada programa é comandado e/ou orientado por algum funcionário da emissora, que conta com o auxílio da equipe técnica da rádio.

5.1.1 Bom Dia Gazeta

O programa Bom Dia Gazeta é uma revista radiofônica de variedades que conta com a coordenação e apresentação de um funcionário da emissora. Desde que a rádio passou a ser universitária, ele teve a coordenação dos jornalistas Jorge Barcellos, João Ferreira e Stella Lopes; atualmente, a apresentação e coordenação da produção é da Renata Cristina Câmara. O programa existe desde o ano de 2008, nascendo já com ideais de rádio universitária, mas foi só após a chegada da atual apresentadora em 2012 que absorveu os aspectos esperados de uma rádio universitária.

O programa vai ao ar de segunda a sexta, das 08h00 às 11h00, e apresenta ao ouvinte um noticiário com as principais notícias do dia, entrevistas, prestação de serviços e utilidade pública. As principais pautas são de cultura, cidadania e saúde; as entrevistas realizadas são veiculadas tanto por gravação como ao vivo.

O programa é de variedades. Tem música, tem esporte, tem notícia, entrevista. Então a gente consegue aprender dentro do universo da rádio sobre várias formas de atuação, porque não é um programa específico, não é um programa centrado em um assunto e em uma determinada forma de

atuação. Tem muitas coisas que a gente pode acabar aprendendo no Bom Dia Gazeta, porque é um programa longo e variado (MONTAVÃO, Bruno Capozzi. Informação verbal)¹⁰⁷.

A programação musical do programa é variada; porém, o conteúdo mais presente é a MPB. Em todas as edições há entrevistas com especialistas da área da saúde e cultura, além de quadros radiofônicos produzidos por colaboradores que entram diariamente no programa.

Figura 7 – Equipe de Produção do Bom Dia Gazeta (2017).



Fonte: https://scontent.fgru5-1.fna.fbcdn.net/v/t1.0-9/17264120_1460780317268224_5867382450077740954_n.jpg?oh=6bde55beb564a54ad4a09dbc05611345&oe=59B042AD. Acesso 23 abr. 2017.

O Bom Dia Gazeta acontece no horário das aulas do período matutino, e, conforme os professores solicitam, abre espaço em sua programação para que os alunos possam apresentar seus trabalhos no ar. A equipe do programa é formada por Renata Cristina Câmara, um estagiário, um monitor e dois colaboradores, além da contribuição do sonoplasta Marcelo Franco Fernandes. Para a realização de cada edição do Bom Dia Gazeta, a equipe chega à rádio às 07h00, organiza as matérias,

¹⁰⁷ MONTAVÃO, Bruno Capozzi. Informações colhidas em entrevista ao autor em 16 set. 2016.

escreve notas informativas e elabora o espelho daquela edição. As pautas são separadas conforme o interesse de cada integrante da equipe. O sonoplasta confere tecnicamente as matérias gravadas que serão exibidas e cada colaborador completa suas tarefas antes do início do programa.

Assim que o programa começa no ar, todos os integrantes permanecem atentos aos principais fatos do Brasil e do mundo para noticiá-los, mas todos os conteúdos passam pelo aval da apresentadora, que responde pelos conteúdos noticiados. Ao término de cada edição, a equipe se reúne, avalia o programa realizado e faz a reunião de pauta para a próxima edição. Terminada a reunião, o trabalho se concentra em marcar, gravar e editar entrevistas para os próximos programas.

5.1.2 Disparada no Esporte

O programa *Disparada no Esporte* vai ao ar de segunda a sexta das 11h00 às 12h30 com a apresentação de Regiani Ritter. É um dos principais da emissora desde a época em que a *Gazeta AM* tinha sua programação direcionada ao esporte, antes de se tornar uma rádio universitária. A apresentadora Regiani Ritter é um grande destaque neste estudo de rádio universitária, pois é uma profissional reconhecida no jornalismo esportivo e está no dia a dia com os estudantes. Essa troca de experiência é rica para o aprendizado do aluno, além de refletir o temperamento forte e exigente reconhecido por vários ex-estagiários que atuaram em equipes lideradas pela apresentadora.

E eu comecei a lidar com alunos como se eu tivesse feito isso a minha vida inteira, então hoje eu escuto o Diretor Carlos Roberto da Costa por exemplo, olha, o Léo Levatti disse que foi maravilhoso conviver com a Regiani. Apesar da bravura dela, apesar da expertise de fúria dela, ninguém deixa de dizer isso. (RITTER, Regiani. Informação verbal).¹⁰⁸

O coordenador de projetos dos canais Fox e ex-estagiário de Regiani Ritter, Felipe Ferreira Ferrari, conta que foi com ela que aprendeu a ter postura e dedicação em qualquer ambiente profissional e que leva seus ensinamentos em sua carreira.

¹⁰⁸ RITTER, Regiani. Informações colhidas em entrevista ao autor em 22 fev. 2017.

Hoje eu faço um trabalho totalmente diferente do que eu fazia na época, mas por isso que a gente não pode colocar num programa internacional, na Fox, que não tá tão legal “eu sei que isso aí é da Regiani”. Então eu transmiti esse ensinamento que eu tive da Regiani, de fazer o melhor, sempre o melhor. Sempre trabalhar com o máximo que você puder. Que isso eu levei para vida. Mas isso é muito por conta da Regiani (FERRARI, Felipe Ferreira. Informação verbal)¹⁰⁹

Os colaboradores e estagiários auxiliam na elaboração de pautas, redação, boletins informativos, fazem locução e cumprem essas tarefas recebendo um tratamento profissional. Para Regiani Ritter, o ensinamento é a prática do dia a dia, não importando se está em uma emissora universitária ou comercial.

Eu continuo sentindo uma rádio comercial, porque eles chegam e pegam o fio da meada, a mecânica da coisa tão rapidamente, e fazem um trabalho tão profissional, que eu não consigo me sentir só em uma rádio universitária, eu sei que é uma rádio universitária, eu aceito isso, gosto disso, mas eles se profissionalizam tão rápido, que eu tenho a sensação que eu estou em uma rádio muito comercial (RITTER, Regiani. Informação verbal).¹¹⁰

Diariamente, a equipe se reúne a partir das oito horas da manhã, organiza as pautas e recebe os arquivos de sonoras já preparadas com antecedência. São então realizadas reuniões de pauta que vão programar o que será discutido no programa. A partir dessa etapa, cada integrante se aprofunda em um determinado assunto que será tratado; escrevem matérias, gravam (se necessário), organizam o roteiro do programa e seguem para o estúdio entrar no ar.

Ao longo do programa, o roteiro é seguido e cada estagiário ou monitor fica responsável pela própria matéria, enquanto Regiani Ritter, ao vivo, comenta e inicia um debate, questionando e explorando a habilidade de improviso do aprendiz de rádio. Com esta abordagem, o estagiário exercita o raciocínio rápido e o improviso sem esquecer as técnicas de locução necessárias para a prática radiofônica.

A relação com o profissional consagrado que atingiu reconhecimento no mercado e junto ao público promove grande admiração por parte daquele que se dedica ao aprendizado. O incentivo é constante para o preparo diário numa relação que pode se estreitar e contribuir com o trabalho educativo. O estagiário se inspira, confia e aprende como fazer um programa esportivo. Essa confiança mútua existente entre profissionais e aprendizes contribui para que o estudante tenha um

¹⁰⁹ FERRARI, Felipe Ferreira. Informações colhidas em entrevista ao autor em 15 dez. 2016.

¹¹⁰ RITTER, Regiani. Informações colhidas em entrevista ao autor em 22 fev. 2017.

desenvolvimento mais acelerado; o aprendizado, portanto, vai além das tradicionais aulas em classes. O tempo diário que ele produz no rádio contribui com outras posturas diante da expectativa profissional. O aluno passa a receber contribuições diretas não só de profissionais, como o caso da apresentadora Regiani Ritter, mas também de técnicos, redatores e da gerência, que acompanham e orientam o trabalho, mas também do próprio ouvinte que acompanha o programa.

Figura 8 – Regiani Ritter e equipe dos programas Disparada no Esporte e Revista Geral (2017).



Fonte:

https://scontent.fgru5-1.fna.fbcdn.net/v/t1.0-9/15895070_1531676503524078_2014955704160401195_n.jpg?oh=9addea5bdfc8721f4ad7ca407e7d013f&oe=59A74226

Acesso em 23 abr. 2017.

Percebemos que a atuação da apresentadora Regiani Ritter torna-se importante para o estudante aprendiz com a certeza de que a atuação diária dela no comando do programa *Disparada no Esporte* é fundamental para a formação profissional do universitário. A exploração do potencial de cada monitor ou estagiário

visa proporcionar o desenvolvimento e postura profissional independentemente do meio em que se atua.

5.1.3 Revista Geral

O programa Revista Geral é um programa de variedades com música, informação, comentários e prestação de serviços. Ele vai ao ar das 12h30 às 14h00, de segunda a sexta-feira, também com a apresentação de Regiani Ritter.

A apresentadora inicia o Revista Geral ao término do programa Disparada no Esporte. Ele se caracteriza por uma revista radiofônica e traz quadros para os ouvintes nos quais cada estagiário ou monitor se responsabiliza pela produção. São eles: Campeões de Bilheteria, Top da Literatura, Momento Literário, Planeta Bizarro, Estreia de Cinema, Canto da Saudade, Brega e Chique, Abre Aspas e Curiosidades. Cada quadro vai ao ar em dias específicos da semana; além disso, o programa apresenta notícias do Brasil e do Mundo e uma programação variada. O quadro Abre Aspas, por exemplo, se constitui como uma coluna opinativa onde a apresentadora expõe sua visão sobre determinado fato. Esse é o único quadro que a apresentadora escreve sozinha. Nos demais, os monitores e estagiários escrevem com o acompanhamento de Regiani; entretanto, como ela cita, alguns estagiários já chegam prontos para atuar: nesses casos, ela dá mais liberdade para que o aluno produza e crie o quadro para o programa.

E eu comecei trabalhando como estagiário da Regiani. (...) E a minha função, no início, trabalhava junto com a Regiani e outro estagiário. Ele era mais responsável pelas matérias e eu pela parte musical do programa, também fazíamos textos próprios, alguns quadros como Hora do Sertão, Canto da saudade (FERRARI, Felipe Ferreira. Informação verbal)¹¹¹.

Na dinâmica de se produzir dois programas diários em três pessoas, Regiani explica que não há tempo para testes: todos já iniciam a escrever o conteúdo que vai ao ar e, ao longo do processo, ela efetua as correções em prol do aprimoramento do trabalho. As oportunidades são dadas também conforme o interesse do estudante. Isso é especialmente importante, pois ele pode criar laços mais fortes com a produção, além de explorar algo específico que lhe interesse, ampliando o leque de oportunidades e fazendo com que se desenvolva melhor. “Tem aluno que

¹¹¹ FERRARI, Felipe Ferreira. Informações colhidas em entrevista ao autor em 15 dez. 2016.

chega aqui pronto, sabe, aquela coisa natural do constrangimento inicial, de uma certa timidez, e de repente, não deu tempo de lapidar os diamantes já está brilhando, o que é muito bom (RITTER, 2017)¹¹². Muito da oportunidade oferecida e do espaço que o estudante tem para se desenvolver contribui para que, conforme Regiani Ritter disse em entrevista, o diamante brilhe.

5.1.4 Almanaque Gazeta

O programa Almanaque Gazeta surgiu a partir do programa Tarde Gazeta, que, por sua vez, foi criado em 2010 e era veiculado das 14h00 às 18h00, de segunda a sexta. O formato atual é exibido das 14h00 às 17h00, de segunda a sexta. Criado já na proposta universitária, o programa se caracteriza por um ambiente em que o aluno esteja dentro da emissora e possa comentar os mais variados assuntos, além de experimentar programetes em projetos pessoais e/ou em pequenos grupos. A equipe do Almanaque Gazeta é composta pelo apresentador Gilles Raphael Sonsino e o estagiário Arthur Beltrame Garcia. Em 2010, ainda como “Tarde Gazeta”, o programa era produzido e apresentado por uma equipe de estagiários e monitores; em 2010, ainda como “Tarde Gazeta”, a equipe era formada por um estagiário e dois colaboradores sob a supervisão de funcionários da rádio.

E aí veio o Tarde que eu digo que foi minha grande escola aqui dentro que foi a forma de uma rádio, vamos dizer assim, de um plano mais popular, que fala com o ouvinte, que toca música, que tem entrevista, que é um pouco mais descontraído, sem perder a informação, é claro. (SONSINO, Gilles Raphael. Informação verbal)¹¹³.

O programa é formado por vários programetes; são exibidos dois por edição, já com os dias da semana previamente organizados. Esses quadros são produzidos por colaboradores e orientados por Gilles. Todas as ideias e projetos são analisados com vistas a viabilizá-los na programação da rádio.

Porque não adianta nada a gente criar e depois você sair da faculdade, ou você terminar seu estágio, e essa ideia acabar, encerrar. Seria uma ideia só para você e não para a rádio. Então o ideal mesmo é você criar conteúdo que vai prosseguir, e não acabar quando você terminar o estágio (GARCIA,

¹¹² RITTER, Regiani. Informações colhidas em entrevista ao autor em 22 fev. 2017.

¹¹³ SONSINO, Gilles Raphael. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

Arthur Beltrame. Informação verbal)¹¹⁴.

Colocar-se no lugar do ouvinte é um posicionamento importante para o comunicador: o ver e ouvir o público para entender o que ele busca, necessita e se interessa para produzir pautas que possam enriquecê-lo incorre em um aprendizado pessoal constante por quem está ali entrevistando e criando uma matéria radiofônica.

O estágio não serve só para sua vida profissional, mas também para sua vida pessoal. Então aqui engrandece demais. Você entrevista alguém que dá uma lição. Você, ou até mesmo o colaborador que vai ensinando, todo mundo vai se ajudando, parece até um pouco clichê mas é isso mesmo, todo mundo vai se ajudando, e aí você vai crescendo, não só você mas como a rádio universitária de um modo geral. Porque aqui todo mundo precisa um do outro. (GARCIA, Arthur Beltrame. Informação verbal)¹¹⁵.

Figura 9 – Equipe Almanaque Gazeta recebendo convidado (2017).



Fonte: <http://www.andrecaceres.com.br/2015/12/17/ouca-a-entrevista-de-andre-caceres-no-programa-almanaque-gazeta/> Acesso em: 23 abr. 2017.

¹¹⁴ GARCIA, Arthur Beltrame. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

¹¹⁵ GARCIA, Arthur Beltrame. Informações colhidas em entrevista ao autor em 21 set. 2016.

A troca de experiências com liberdade de produção acontece diariamente, e como o programa ocorre no período da tarde, muitos estudantes, independentemente do vínculo de monitoria, acompanham o programa no estúdio e aprendem a produzir.

5.1.5 Jornal da Gazeta AM

O jornal da Gazeta AM foi o primeiro programa produzido pelos estudantes na emissora. É exibido das 18h00 às 19h00 – um horário propício para a presença de muitos alunos, pois a Faculdade inicia as aulas às 19h00. À partir das 16h30, a redação da rádio, constituída por um pequeno espaço com seis computadores, por sua vez, se torna pequena com os colaboradores que chegam no ambiente.

Alguns editoriais do jornal são pré-definidos, tais como: cidade, tecnologia, política, tempo, vagas de emprego, economia, educação e cultura; eventualmente, contudo, surgem novas pautas com diferentes editorias que podem ser inseridas no programa. Cada colaborador se responsabiliza por uma pauta e escreve a nota, que passa, por sua vez, pela revisão de um estagiário ou funcionário da rádio. Um estagiário apresenta o programa como âncora e monta o roteiro de cada edição com os nomes de cada colaborador que realizou a matéria de cada editoria. No ar, o âncora chama as matérias e cada colaborador lê seu texto no ar ao vivo. Esse é um dos primeiros contatos do colaborador com o microfone ao vivo na rádio.

5.1.6 Programas semanais

A programação da Rádio Gazeta AM é contemplada por vários programas semanais que são resultado da participação dos estudantes na rádio. Como muitos estudantes não possuem contrato com a emissora, eles participam como colaboradores.

O programa Gazeta Games vai ao ar às segundas, das 17h00 às 18h00. Ele se pauta em jogos; dentro do título em questão, os comentaristas expõem seus conhecimentos e possibilidades de jogabilidade, além de informações acerca do gráfico, roteiro e, em termos gerais, argumentam sobre como a cultura do game está

inserida na sociedade contemporânea. Dependendo do tema, os assuntos assumem novas vertentes, como youtubers, cultura, tatuagem, entre outros.

O Mochileiros da Bola se caracteriza como um programa de jornalismo esportivo opinativo que se concentra na cobertura esportiva internacional. Vai ao ar todas as terças, das 17h00 às 18h00. O slogan do programa é “Uma viagem pelo futebol internacional”. Seu espelho realiza uma passagem pelos campeonatos, mas como as pautas são internacionais e, em grande parte, em outro idioma, não há busca por sonoras. Cada estudante se compromete a trazer notas informativas, e todos presentes na mesa comentam a pauta. Os comentários são realizados de improviso, exigindo repertório para argumentar e discorrer sobre o assunto.

O programa Super Oito é exibido das 17h00 às 18h00, toda quarta-feira. Ele se caracteriza por um debate sobre filmes e séries. Os comentários são realizados de improviso, exigindo repertório para argumentar e discorrer sobre o assunto, e não há muita produção sonora; eventualmente, ocorrem entrevistas. Há um quadro especial chamado Sem Legendas, que traz notícias variadas sobre o tema do programa, mas com poucos comentários. Ao acompanhar a programação, ouvimos comentários de ouvintes de outras localidades, como, a exemplo do caso de uma edição em acompanhamento, Belém do Pará. Isso demonstra que a emissora é ouvida via internet ou aplicativo.

O programa Discoteca da Gazeta destaca curiosidades e fatos sobre a história da música nacional e internacional. O programa tem a apresentação de Gilles Raphael Sonsino e comentários de Márcio de Paula (coordenador da discoteca da Fundação Cásper Líbero). O programa vai ao ar às sextas, das 17h00 às 18h00. Em cada edição, um artista é apresentado e Márcio de Paula conta curiosidades sobre do artista e suas canções, muitas delas raras, que também são exibidas.

Figura 10 – Equipe do programa Discoteca da Gazeta recebendo convidado (2016).



Fonte:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1028161783900378&set=t.100002212600453&type=3&theater> Acesso em: 23 abr. 2017.

O programa No Vestiário realiza cobertura esportiva com a produção e apresentação de colaboradores aos sábados, das 12h00 às 14h00. Surgiu em novembro de 2003, vindo de uma atividade da aula de radiojornalismo. Consiste em uma mesa redonda em que cada bloco se destina ao comentário de um clube futebolístico: primeiramente, os principais clubes paulistas; em seguida, os clubes mais importantes do Brasil. Depois do futebol nacional, o programa se destina ao futebol internacional e, ao término, dedica um quadro a outros esportes, em que é discutido algum fato relevante. Em cada edição, há uma reportagem especial que busca tratar com profundidade um assunto específico. Para a realização do programa, a equipe se reúne na semana, e um estagiário – no momento, o monitor Otávio – organiza as pautas por colaborador. No dia do programa, a equipe se reúne

na sala de produção da rádio e organiza as pautas e as sonoras. O operador da rádio recebe as sonoras e avalia se estão com qualidade de áudio necessária para a veiculação e, enfim, elaboram o espelho do programa. Durante a transmissão, os colaboradores ficam à vontade para comentar e discutir cada tema. Otávio, em entrevista, comenta sua perspectiva dessa liberdade:

Quando eu estou livre para poder criar e para poder escrever o próprio texto... escolher minhas pautas e tudo o mais. Mas é outra coisa, cara. "No Vestiário" locução tudo eu aprendi assim. (...) Eu acho que eu tenho bem mais prazer de fazer um negócio, e eu aprendo bem mais quando eu tenho prazer (RODRIGUES, Otávio Augusto Silva. Informação verbal)¹¹⁶.

O prazer em produzir provoca o desejo de aprender a fazer produtos com mais qualidade, que, por sua vez, superam até as próprias expectativas.

Eles não sabem que quem está ligando ali do outro lado do telefone é a molecada que até ontem tinha sido formada no terceiro ano. Então a gente vai tentar falar com o Muricy? A gente vai falar como Muricy. Na época a gente não tinha nem os contatos dos assessores dos clubes. Mas, vamos tentando, não é? E aí foi... a gente fez reportagens que repercutiram, uma ou duas ali de quando o dirigente do palmeiras, na época que o Belluzzo era o presidente, inclusive, falou que a arena palmeiras ainda ia por fora para sediar jogo de copa do mundo. E aí a gente trazia a fonte com o pessoal da Gazeta Net, e aí tinha a Gazeta Press e aí mandavam para os outros portais e de repente você via a nossa entrevista lá do No Vestiário saindo no Lance Net... Isso aconteceu. Numas três oportunidades (JODAR, Alessandro. Informação verbal)¹¹⁷.

Alessandro comenta ainda que, mesmo quando se tornou monitor e depois estagiário, não deixou que um formato pré-moldado impedisse a produção de trabalhos, pois não tinham grandes experiências e tudo era feito na tentativa e erro, nisso, aprenderam com toda dificuldade. Como resultado dessas matérias, muito mais que o conteúdo final, é o prazer de ter ousado e tentado produzir matérias que repercutiram até em outros meios, até mesmo sem os recursos de produção que outros possuem.

¹¹⁶ RODRIGUES. Otávio Augusto Silva. Informações colhidas em entrevista ao autor em 15 set. 2016.

¹¹⁷ JODAR, Alessandro. Informações colhidas em entrevista ao autor em 16 dez. 2016.

Figura 11 – Equipe de produção do programa No Vestiário especial número 400 (2012).



Fonte:

https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1778211470969&set=basw.AbpfIPOGMm79yXZtXDHiLM3Rklz-3jMmJemx6Cgla56nNnJd1TxtjJKvqOLjDfWntGpPNmZ5oleT37qfPsdFeNiLFYdf_lZx3qobPwRg54rdV9prrbwfqYW0nN6v43_0Alwf--J-p92C8oHnthsaaZul_018R0DlzNe4k0QkMtVIQ.1053050581392223.10207625642352569.1015033584104874.10150335587619874.190739174322617.1445784128799900.10150335582374874.1778211470969.423155994408644&type=1&opaqueCursor=Abo-dv49roa5NY5ocDQqWomCX-uFSUJ3xXDL8GKKPTS5p_Xwks9eXWTy0_G6HTTcPuYsN2ml8KIWOnw9nVNDmNvBH-Haa95gYafQvRBLpvawFHjStiYbnLIZFroUQP1uFzLimxVe0dPxVZcz042TQzJEQXMn0hAMSGE4M4p6DhL6Av_nBEGR-Mfc1kPyhLo-bvtw9S3HAf5sdXqnxtmBC-ml9zeRiuJB4nz75KE3YR-F41waWaUMJ5uUwcIe6oeTlk87n5gvnhP_FqVjlXzTIn9xmid_Oo0VizXP_XWjKJa4n4w_ZqtWqyaPIA3Gh9mp064osbzXJVUXswnDAaJ45N3w4lsY_RwYqtbsr9R6vdsN3JyR_mlkJuwJ-luSw7ifFOSiQ-kLNVeGeAnrNZmTZAxvpjubVWbg4HcNOPfYdqjIX4_va-ahOvd-V4dRb4ZIDdetdbCnRs1A8WPDjt2KFy30BKcSTs95tto_T4mpihw&theater. Acesso em: 23 abr. 2017.

Inspirado no programa No Vestiário surgiu, em 2011, o No Vestiário de Quinta, que vai ao ar todas as quintas, das 17h00 às 18h00, no mesmo formato que No Vestiário, mas com menor duração. A organização da produção é idêntica à do programa do sábado: cada colaborador se responsabiliza por trazer pauta de um determinado clube de futebol. Ao longo da edição, os alunos trazem notícias sobre os principais clubes paulistas, além de notícias relevantes sobre clubes de outras localidades. Em uma mesa redonda, o colaborador responsável pelo clube a ser apresentado e discutido traz e lê no ar sua notícia; em seguida, os membros da mesa comentam o fato, expondo suas opiniões.

Ao sábados, a equipe da Gazeta AM realiza a Jornada Esportiva, que se iniciou com a equipe de um programa chamado Nordeste Fubebol Clube, que passou a veicular jogos dos clubes nordestinos tanto nos campeonatos regionais, quanto no Campeonato Brasileiro. As plástica da transmissão é a mesma utilizada quando a Rádio Gazeta AM tinha equipe grande esportiva. Atualmente, a transmissão dos jogos é comandada pelos colaboradores e estagiários que produzem o No Vestiário. Houve um episódio em que foi pedido que se transmitisse um jogo importante; porém, como afirma o diretor Carlos Costa: “quando ele for trabalhar em rádio, isso não tem hipótese entendeu, se o jogo for da Linense com o Bauru e ele for escalado, ele tem que fazer aquilo como se fosse o melhor Fla X Flu da história”¹¹⁸. Nesse sentido, é necessário motivar o estudante, pois é louvável que se queira transmitir algo maior; é necessário, contudo, entender toda estrutura da emissora e seus objetivos, pois uma rádio universitária não precisa concorrer pela audiência com outras emissoras.

São dois jogos narrados: o primeiro jogo, das 16h00, e o segundo, das 18h30. Os participantes ficam no ar depois do programa, das 14h00 às 16h00, a comentar sobre o jogo que está por vir e se preparam para as transmissões que ocorrem em *off tube*¹¹⁹. Ao longo da transmissão, cada um executa uma função: narrador, comentarista, repórter de campo e repórter de plantão. Este último atualiza as informações dos outros jogos que acontecem simultaneamente. Há um rodízio para cada função, possibilitando que todos possam exercer todas as funções na

¹¹⁸ COSTA, Carlos Roberto da. Informações colhidas em entrevista ao autor em 13 mar. 2017.

¹¹⁹ Off tube é uma modalidade em que a equipe acompanha a transmissão vinda pelo sinal de TV e, a partir disso, é feita a narração na linguagem do rádio. Nisso, a equipe não está presente no estádio.

transmissão de jogos de futebol. Ao término de cada partida, há um pequeno comentário sobre o jogo.

Nos horários em que a rádio universitária não produz conteúdos, a programação musical preenche esses períodos disponíveis. O coordenador da discoteca (Márcio de Paula) e sua assistente (Tatiana Cristina Ferreira) são responsáveis em montar essa programação, que é composta por música popular. Os estilos musicais mais presentes são: sertanejo, MPB e samba. A programação musical é veiculada das 20h00 às 08h00, de segunda a sexta. Aos sábados, a programação vai até 12h00 e retorna após a Jornada Esportiva, seguindo por todo o domingo.

CONCLUSÃO

Pontuamos, nesta tese, algumas observações importantes conforme o nosso entendimento do que é e como funciona o ambiente laboratorial da Rádio Gazeta AM. Dado este recorte, nos concentramos em entender o rádio como meio e sua importância social, não somente por se tratar de uma emissora universitária, mas pelo fato de a função social ser uma característica intrínseca ao rádio. Convém frisar que este estudo, contudo, se concentra nas rádios universitárias, pois elas formam os profissionais que em breve estarão atuando no mercado profissional. Nessa perspectiva, por outra via, as observações desta tese também buscam provocar todas as rádios.

A emissora é gerenciada pela Faculdade Cásper Líbero, uma Instituição de ensino mantida pela Fundação Cásper Líbero, que tem como missão o desenvolvimento de atividades de ensino em Comunicação que contribuam para a compreensão crítica do campo, priorizando a formação ética e humanística, aperfeiçoando as habilidades e competências profissionais e estreitando os laços entre academia e mercado de trabalho. A rádio em questão tem a função de realizar, no exercício do ambiente laboratorial, muito da missão da sua mantenedora, pois o estudante que ingressa na rádio em qualquer modalidade (colaborador, monitor ou estagiário) aperfeiçoa suas competências profissionais com o acompanhamento da equipe da rádio, que é preparada para orientar as produções no sentido crítico e de forma alinhada às questões éticas e humanísticas. A aproximação do mercado profissional que a atuação na rádio proporciona ao estudante é fundamental para que ele aprimore suas habilidades e, ainda dentro da academia, reflita o produto produzido.

O campo das humanidades é complexo e a formação humanística presente nos cursos de Comunicação se fortalece na vivência da rádio universitária, pois proporciona um exercício contínuo de compreensão da sociedade. Cada emissora tem um público específico conforme seus mecanismos de irradiação; por isso, é importante que se busque entender perfeitamente quem são os indivíduos aos quais a rádio busca se vincular. A partir deste estudo de caso, ao observar a experiência da rádio Gazeta AM, apontamo-la como caso exemplar para que todas as Faculdades de Comunicação criem projetos como este no sentido de contribuir com

o trabalho acadêmico já realizado. Quanto aos desafios de ordem técnica, observamos que uma emissora, nos dias atuais, não precisa estar no *dial*, pois a tecnologia proporciona outros meios que podem contribuir de forma semelhante na formação do estudante de Comunicação. Neste estudo, nos concentramos na formação do profissional de comunicação que atua em rádio, mas cada veículo traz a sua própria contribuição formativa, posto que cada meio exige habilidades e competências específicas. Sendo assim é necessário avaliar qual ou quais meios podem ser utilizados para essa atividade universitária.

A rotatividade dos alunos contribui para que mais estudantes possam frequentar o ambiente laboratorial da rádio e estreitem mais contato com o veículo. Em um momento anterior, os alunos já aprendiam e internalizavam valiosas experiências, mas este novo formato proporciona a oportunidade de aprender a um maior número de estudantes. Os alunos que iniciavam como colaboradores ficavam e frequentavam a rádio, talvez para conquistar uma vaga de monitoria ou estágio; isso fazia com que a rádio se tornasse um pouco refém daqueles que “insistentemente” buscavam uma monitoria apesar do processo seletivo. Agora, entretanto, com um número maior de estudantes frequentando o ambiente laboratorial da Rádio Gazeta AM, haverá maior amostragem e, por consequência, maior percepção daqueles que se identificam e possuem maior aptidão para o meio no pleitear de vagas de monitoria ou estágio. Talvez isso incorra em um menor aprendizado no sentido qualitativo, mas a possibilidade do contato será maior. Isso é algo satisfatório, e o futuro dirá se realmente é uma medida que vale a pena ser consolidada.

Com a presença de mais estudantes, seria possível experimentar novos formatos e fazer novas experiências próprias de um ambiente laboratorial, possibilitando que mais estudantes se apaixonem pelo meio e pelo trabalho. A rádio universitária oferece o espaço para se falar de assuntos únicos, pelos quais cada um se interessa, tornando-se desnecessário seguir somente o que já tem no mercado. É possível, inclusive, criar novos nichos e aprofundar conhecimento sobre algo por que se interesse especificamente, dando luz a um projeto pessoal. Criar para si um mercado pensando não somente em rádio, mas na vida em si, na complexidade humana, pois o trabalho em rádio traz um preparo argumentativo, uma espontaneidade e uma rapidez que talvez o levem a ser o único meio que proporcione essas habilidades tão importantes para todo e qualquer profissional. Na

rádio, o estudante indiretamente se forma nessas habilidades. Assim, aconselhamos que a emissora introduza mais programas específicos que possam atender a população à qual ela se dirige, seja ela o público que a ouve via internet, ou o que a acompanha *dial*.

É importante ressaltar o trabalho realizado pelos funcionários da emissora que orientam os estudantes nas produções. É comum estarem rodeados por alunos em busca de dicas e, mesmo com a produção de seus programas, sempre atendem a todos que os procuram e sempre os orientam a produzir não como estudantes, mas como profissionais. Assim eles agem na Gazeta AM quando recebem convidados ou realizam entrevistas: não se apresentam como estudantes e são muito bem aceitos inclusive por pessoas que não sabem que a rádio é universitária. Como estão no ar efetivamente, o próprios estudantes encaram o trabalho com mais profissionalismo. Como resultado, verificamos a ética no trabalho jornalístico: todos os programas são resultantes de muito cuidado no sentido do conteúdo a ser veiculado e no tratamento com os entrevistados.

Ao longo das orientações que os funcionários da Gazeta AM realizam, eles atendem aos pontos essenciais da missão da educação que Edgard Morin apresenta para o Século XXI, pois a educação vivenciada permite que o estudante possa entender a sociedade no contexto global e local para atuar como um comunicador que interpreta, em sua unidade antropológica e suas diversidades individuais e culturais, as questões discutidas, estando preparado frente aos desafios e incertezas do futuro.

Para atuar em comunicação, é necessário ter sensibilidade para observar e interpretar questões da sociedade. Para isso, a emissora universitária deve evitar o Pensamento Sentado sobre o qual Baitello Junior alerta, incentivando a participação *in loco* das matérias produzidas. Caso não seja possível o transporte, como é o caso da Gazeta AM, é melhor rever a programação da emissora, produzindo conteúdos que não sejam tão parecidos com emissoras comerciais e buscando novos olhares em pautas diferenciadas, que possibilitem um trabalho de campo em que o estudante possa ter seus sentidos e percepções afloradas, dado que o ato de contar histórias é inspirado naquele que a ouve. É necessário ouvir melhor o ouvinte, pois se quem conta não conhece quem ouve, como o contador irá produzir vínculos? A rádio é pensada para o ouvinte, e é ele quem faz a rádio ser o que ela é. Portanto,

quando falamos no público, não importa qual seja, compete ao comunicador conhecê-lo profundamente para se produzir comunicação.

O rádio é um meio próximo ao ouvinte: precisa de vínculos tanto do produtor com o ouvinte quanto do ouvinte com o produtor; então, é preciso sempre estar junto e participar da vida social do seu público. No caso da Gazeta AM, quando se diz que a rádio atende às pessoas mais velhas, é necessário rever a necessidade de programas como o Gazeta Games e, talvez, produzi-los somente para o *site*, que tem melhor alcance entre o público jovem.

Se observarmos o macro da programação, percebemos que há dois públicos diferentes atendidos pela rádio: o primeiro é o morador da Zona Sul da cidade de São Paulo, que possui idade acima dos 40 anos, homem ou mulher; e há outro público na figura do estudante de comunicação, que estende a audiência para seus amigos e familiares. Independentemente dos públicos, ela cumpre os pilares da função do rádio: entreter, educar e informar. Aconselha-se que a direção oriente sua equipe no intuito de delimitar quem é o seu público, como a emissora pode atender seus anseios e como pode contribuir para promover a cidadania na região em que atua, evitando que sejam criados programas que não atendam a esse público. É indicado, também, um trabalho de campo no qual os estagiários pudessem explorar *in loco* as regiões que a emissora abrange com seu sinal para que se observe a realidade dessa população, a fim de conseguir criar conteúdos efetivamente necessários. Claro que é importante dar espaço a projetos dos alunos, mas muito do espaço utilizado pela programação musical poderia ser preenchido por programação de interesse do público-alvo.

Sem dúvidas, o maior problema da programação da Rádio Gazeta AM é a dúvida em saber quem é o público da emissora. Para que uma programação seja efetiva, ela deve falar diretamente ao seu público; se há divergência (como constatado nas entrevistas) sobre quem é o ouvinte da rádio, torna-se impossível produzir conteúdos efetivos. É importante saber que na programação de uma rádio universitária não é necessário produzir aquilo que já está presente nas emissoras comerciais. Ao irradiar uma jornada esportiva no contexto da formação em rádio, é indiferente se o jogo é de uma equipe famosa ou na liderança do campeonato; ali é importante irradiar e treinar a narração, o comentário, a reportagem em si. Nesse sentido, observamos que a leitura do Diretor Carlos Roberto da Costa é bem clara, mas deve-se diariamente conscientizar o jovem que está ingressando na faculdade

dessa premissa, pois ele se envolve com tanto fervor com a possibilidade do trabalho que não se atenta ao objetivo da emissora naquele momento, que é o de formá-lo.

É de suma importância a colaboração dos funcionários dos estúdios da Faculdade para que a rádio consiga ter produções gravadas; caso contrário, ocorre – como se observou principalmente nos programas como *Gazeta Games*, *Super Oito*, *No Vestiário* e *No Vestiário de Quinta* – a presença de poucas sonoras e outros elementos sonoros além da fala, fazendo com que o programa se torne mais um debate sobre os temas abordados; por vezes, a ausência desses recursos sonoros soa no ar como certa fragilidade por parte da produção.

Na grade da *Gazeta AM*, há muito espaço na programação musical que pode e deve ser usado para a criação de novos programas.

Conforme as opiniões, atitudes, hábitos e consumo dos ouvintes de rádio, a *Gazeta AM* atende ao público da região com os assuntos pautados nas entrevistas, programas informativos e programação musical. Essas observações demonstram que a emissora cumpre seu papel com as autoridades; porém, ao pensarmos no seu papel com a sociedade, oferecemos algumas sugestões para que o público seja melhor atendido. A programação produzida na *Gazeta AM* ousa pouco e são poucas as iniciativas de programas de entretenimento, peças de audiodramaturgia, especiais musicais temáticos, além da experimentação de novos formatos. A direção da *Gazeta AM* quer que a emissora seja um ambiente formador, porém o profissional de comunicação deve ir a campo, estando assim melhor presente no dia a dia dessas pessoas, ouvindo-as por telefone, mas também *in loco* para entender melhor a dinâmica da vida naquela localidade. Nisso, observamos que quem faz a *Gazeta AM* muitas vezes desconhece a região.

Acreditamos que mais programas devem ser produzidos com exclusividade para o *site* em formatos próprios para este meio e que haja maior pluralidade nas postagens; atualmente, há uma série de aplicativos mais apropriados que a postagem em uma página na WEB. Ainda quanto ao uso dos meios digitais, observamos que é necessário um maior incentivo no uso das redes sociais para se fortalecer os vínculos com este público.

Uma emissora universitária que tem em seus objetivos a formação não precisa dedicar tantas horas ao jornalismo factual como ocorre na *Gazeta AM*. Pode-se produzir um jornalismo mais reflexivo, sem tanta produção ao vivo e com mais

conteúdos gravados que possam ser pensados, editados e, consequentemente, renderizados com mais qualidade, evitando erros no ar. Ela também é o ambiente ideal para a reflexão do uso do meio, do que produzimos e como produzimos; nisso, a produção não precisa ser pautada no dia a dia, e sim possuir uma abordagem mais reflexiva, buscando explorar as potencialidades do meio.

Quanto aos debates, há muitos programas que discutem diversos temas; porém, se o programa fosse melhor produzido, não haveria a necessidade de tanta verbalização. Os programas poderiam ser reprisados ao longo da programação da rádio, uma vez que há muita programação musical. Por ser uma rádio que está no ar, muitos cuidados devem ser tomados na transmissão, e o debate abre essa brecha, pois o comentário ocorre muitas vezes no improviso.

A rádio universitária, ao observar as comunidades carentes e os públicos esquecidos pelas corporações de mídia, abre o olhar do estudante para observar a sociedade em que vive para nela atuar de forma mais efetiva.

Outro problema que percebemos é o fato de a equipe técnica ser muito pequena e grande parte de sua atividade ocorrer no estúdio do ar, inviabilizando a produção de matérias editadas. Mesmo com a contribuição dos sonoplastas da faculdade, são poucas as produções. Portanto sugerimos, que os estagiários e monitores sejam autorizados a operar os equipamentos e assim possam editar matérias mais complexas com sonoras, falas e trilhas. Quando a rádio se tornou universitária, a equipe técnica era formada por cinco sonoplastas mais o supervisor. Atualmente, a equipe é composta por apenas três sonoplastas e um supervisor. É aconselhável que a equipe seja recomposta e os profissionais não dediquem tanto tempo à mesa do ar. Quanto mais conteúdos gravados, mais tempo para a edição de conteúdos. Além disso, seria interessante proporcionar a possibilidade de os estudantes editarem suas matérias e programas, pois o mercado atual exige e valoriza o profissional que tem a capacidade e habilidade de realizar este trabalho. Mesmo que ocorram erros, eles são importantes para o amadurecimento do aprendiz.

A Faculdade Cásper Líbero tem muita tradição no jornalismo, e boa parte da programação produzida contempla este gênero. Como a rádio tem uma programação voltada para o jornalismo, os alunos se inspiram no que já existe para sugerir inserções e alterações; entretanto, outros estilos de programação devem ser mais estimulados pela direção. Acreditamos que é possível realizar mais programas

de entretenimento, inclusive inspirados no Discoteca da Gazeta, de forma a aproveitar o acervo disponível.

Reconhece-se que em todo projeto há tensões entre o ideal e o real; ao longo dos anos, a Gazeta AM intensificou sua atuação universitária buscando inovar e experimentar. A rádio passa por uma transformação já indicada por algumas mudanças, proporcionando um ambiente laboratorial frequentado por mais estudantes. Conforme as entrevistas, em breve ocorrerão outras mudanças na programação. Esperamos que nossos apontamentos contribuam para a que a atuação da emissora melhore a cada dia, pois atualmente a programação contempla mais o exercício da profissão em si do que a experimentação de gêneros e formatos.

A Rádio Gazeta AM tem a concessão de emissora comercial, o que constitui um custo muito alto para a Faculdade manter sem anunciantes. Não se sabe se a Faculdade conseguirá manter toda essa estrutura por muito tempo, pois com a migração do AM para o FM, certamente a emissora será visada para locação. Esperamos que o projeto seja mantido, pois alavanca todo trabalho realizado na Faculdade, trazendo mais prestígio à Instituição.

Enfim, o trabalho realizado na Gazeta AM cumpre a missão, os valores e os princípios da Faculdade Cásper Líbero, pois ela possibilita ao aluno construir a própria autonomia. A emissora consolidou seu caráter educacional através dos funcionários que reinventam as práticas pedagógicas na medida em que testam, ao lado dos estudantes, novas formas de se fazer rádio, complementando a formação da Faculdade Cásper Líbero.

BIBLIOGRAFIA

ADAMI, Antonio ; **Radio evolution**. Braga: Communication and Society Research Centre, 2012.

_____ ; **Comunicación y sociedad brasileña: radio y cultura en debate**. Historia y Comunicación Social. Vol. 18. Nº Especial Diciembre, 2013

_____. **O rádio com sotaque paulista**: pauliceia radiofônica. São Paulo: Ed. Mérito, 2014.

BAITELLO JR., N. **A cultura do ouvir**. Seminários Especiais de Rádio e Áudio - Arte da Escuta - ECO. 1997

_____. **O pensamento sentado**: sobre glúteos, cadeiras e imagens. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2012.

BALSEBRE, Armand. **El lenguaje radiofónico**. Madrid: Cátedra, 2007.

BARBOSA, Marialva. O sonho intenso. In: **Coleção Verde-Amarela**. São Paulo: Intercom, v. 1, 2007.

BORTOLIERO, Simone. Mário Kaplún: a recepção como cidadania na América Latina. **Revista Comunicação e Sociedade**. São Bernardo do Campo: Metodista, 1996.

BITELLI, Marcos Alberto Sant'Anna (org.). **Coletânia de legislação de comunicação social**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.

BOSI, Ecléa. Memória e sociedade: lembrança de velhos. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

BUCCI, Eugênio. **Jornalistas e a sua formação**. Artigo publicado no jornal *O Estado de S. Paulo* e reproduzido no site da Faculdade Cásper Líbero. Disponível em: http://www.facasper.com.br/jo/notas.php?id_nota=773. Acesso em maio de 2008.

BURKE, Peter. **Hibridismo Cultural**. São Leopoldo: UNISINOS, 2013.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas**. São Paulo: EDUSP, 1997.

CARVALHO, Paula Marques de. **Rádio na Internet**: Um espaço de Experimentação, Educação e Comunicação. São Paulo: INTERCOM, 2007.

CÉSAR, Cyro. **Rádio, a mídia da emoção**. São Paulo: Summus, 2005.

CEVASCO, Maria Elisa. **Dez Lições sobre os Estudos Culturais**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2003.

CRESWELL W. John. **Projeto de Pesquisa: Métodos qualitativos, quantitativo e**

misto. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CHAGAS, Genira. **Radiodifusão no Brasil:** poder, política, prestígio e influência. São Paulo: Atlas, 2012.

CURY, Adriana Aparecida. **A convergência tecnológica no radiojornalismo:** do rádio em que o ouvinte é feito para ouvir para o rádio em que o ouvinte faz a pauta, lógicas de produção em tempos de interatividade. São Paulo: UNIP, 2016. (dissertação de mestrado).

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo.** Ed. Contraponto, Rio de Janeiro, 1997.

DEIRO, Bruno Peixoto. **O Ônus da agilidade no jornalismo online.** São Paulo: FACASPER. 2014.

DUARTE, J.; BARROS, D. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2006.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática.** São Paulo: Summus, 2010.

_____. **Rádio: teoria e prática.** São Paulo: Summus, 2014.

FREIRE, Paulo. **Educação como prática da liberdade.** Rio de Janeiro: Guerra e Paz, 1983. 18^a. ed.

_____. **Extensão ou Comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

_____. **Pedagogia da Autonomia, Saberes Necessários à Prática Educativa.** São Paulo: Paz e Terra, 2005. 31^a. ed.

GOMES, Ana Luisa Zaniboni. **Na Boca do Rádio: o radialista e as políticas públicas.** São Paulo: Hucitec, 2007.

GUERRINI Jr., Irineu. **A elite no ar.** Óperas, concertos e sinfonias na Rádio Gazeta de São Paulo. São Paulo: Terceira Margem, 2009.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública:** investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro 2003.

HIME, Gisely Valentim Vaz Coelho. **Construindo a Profissão de Jornalista: Cásper Líbero e a Criação da Primeira Escola de Jornalismo do Brasil.** INTERCOM: 2005.

ISAIA, Silvia Maria de Aguiar. **Pedagogia Universitária e Desenvolvimento Profissional Docente,** Rio Grande do Sul: EDIPUCRS, 2009.

JOSÉ, Carmen Lucia; SERGL Marcos Júlio. **Voz e roteiros radiofônicos.** São Paulo: Paulus, 2015.

KAPLÚN, Gabriel. **Facultades de Comunicación: entre la crítica y el mercado.** Conferencia en: Primer Encuentro de Facultades y Carreras de Comunicación

del Cono Sur. Mendonza: FELAFACS – UNC, 2001.

_____. **El e-learning: ¿Una revolución pedagógica in la pedagogía?** Ponencia en: II Seminário Regional de ALAIC. La Plata, Argentina, 2001.

KAPLUN, Mario. **Producción de Programas de Radio, el guion – la realizacion.** México, CROMOCOLOR, CIESPAL, 1978.

_____. **Una pedagogia de la comunicación.** Madri: Ediciones de La Torre, 1998.

KERCKHOVE, Derrick. **A Pele da Cultura.** Lisboa: Relógio D'Água, 1995.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **O rádio sem onda.** Convergência digital e novos desafios na radiodifusão. Rio de Janeiro: E-Papers, 2007.

LEVENROTH, Edgard. **A organização dos jornalistas brasileiros: 1908 - 1951.** São Paulo: COM-ARTE, 1987

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A cultura-mundo, respostas a uma sociedade desorientada.** São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

LÓPEZ VIGIL, José Ignácio. **Manual Urgente para Radialistas Apaixonados.** São Paulo: Paulinas, 2004.

LOZANO RENDÓN, José Carlos. **Teoría e Investigación de la comunicación de masas.** México: Pearson Educación, 2007.

MALULY, Luciano Victor Barros. **O radiojornalismo na cidade de São Paulo – Jornal da Gazeta AM.** (Relatório de Pesquisa). São Paulo: CJE- ECA-USP, 2009.

_____. **Tendências do radiojornalismo na perspectiva do Alterjor** (Grupo de Pesquisa em Jornalismo Popular e Alternativo). In: 2º Seminário do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura do Ouvir. São Paulo: Facasper, 2010.

_____. **A Rádio Universitária da Fundação Cásper Líbero.** São Paulo: Revista PJ:Br - Jornalismo Brasileiro, 2011.

_____; JUNIOR, Enio Moraes; OLIVEIRA, Denis de. **Antes da pauta: linhas para pensar o jornalismo no século XXI.** São Paulo: ECA/USP, 2013.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Para entender a comunicação: contatos antecipados com a nova teoria.** São Paulo: Paulus, 2008.

_____. **Dicionário da comunicação.** São Paulo: Paulus, 2009.

MARQUES, Ângela; COSTA, Caio Túlio; COSTA, Carlos; COELHO, Cláudio Novaes Pinto; KÜNSCH, Dimas; BUITONI, Dulcília. **Esfera pública, redes e jornalismo.** Rio de Janeiro: E-papers, 2009.

MARQUES DE MELO, José. **Comunicação e Modernindade. O ensino e pesquisa nas escolas de comunicação.** São Paulo: Loyola, 1991.

- _____. **Educomídia, alavanca da cidadania: o legado utópico de Mário Kaplún.** Cátedra UNESCO: Universidade Metodista de São Paulo: São Bernardo do Campo, 2006.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes.** Petrópolis: Vozes, 2014.
- MEDINA, Cremilda. ROQUETTE-PINTO, Vera Regina. **Roquette-Pinto, o rádio e o cinema educativos.** Revista USP. São Paulo: USP, CCS, v.56, 2003.
- MEDITISCH, Eduardo (Org.). **Teorias do Rádio: Textos e contextos.** Florianópolis: Insular, 2005.
- _____. **O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo.** Florianóplis: Insular, 2007.
- _____. **Teorias do Rádio: Textos e contextos Volume II.** Florianópolis: Insular, 2008.
- MENEZES, José Eugenio de O. **Rádio e Cidade, vínculos sonoros.** São Paulo: Annablume, 2007.
- _____. **Cultura do ouvir: os vínculos sonoros na contemporaneidade.** Revista Líbero, Ano XI - nº 21. São Paulo: FACASPER, 2008.
- MENESES, João Paulo. **A rádio em crise antes da crise provocada pela Internet.** Porto: Mais Leituras, 2012.
- MOREIRA, Sonia Virgínia. **Da memória particular aos estudos acadêmicos: a pesquisa sobre rádio no Brasil.** In: BRAGANÇA, Aníbal; MOREIRA, Sonia Virgínia (org.). Comunicação, Acontecimento e Memória. São Paulo: Intercom, 2005. p. 124-128.
- MORIN, E.. **Educar na era planetária, o pensamento complexo como Método de aprendizagem no erro e na incerteza humana.** São Paulo: Cortez, 2003a.
- _____. **A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento.** Tradução de Eloá Jacobina. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003b.
- MOTA, Luiz Gonzaga (org.) **Imprensa e Poder.** Brasília: Editora Universidade de Brasilia, 2001.
- NARVÁEZ, Cinta Espino; PENA, Daniel Martín. **Las rádios universitarias, más allá de la radio.** Madrid: UOC, 2012.
- NASSER, POUPART, Jean, outros. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos.** Petrópolis: Vozes, 2014.
- NUZZI, Erasmo de Freitas. **História da Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero.** São Paulo: FACASPER, 1997.
- ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira: Cultura Brasileira e Indústria Cultural.** 5ª edição. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

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

OTA, Daniela; MALULY, Luciano Victor (orgs.). **Radiojornalismo: relatos, interatividade e didática.** Campo Grande: Ed. UFMS, 2015.

OTTMANN, Goetz. **Habermas e a esfera pública no Brasil: considerações conceituais.** Revista Novos Estudos. 2004.

PAEZ, Juan Jose Perona. **A rádio no contexto da sonosfera digital: perspectivas sobre um novo cenário de recepção sonora.** Comunicação e Sociedade, vol. 20, pp. 63-75, 2011

PIÑERO-OTERO, Teresa; RAMOS, Fernando. **Potencialidades de uma web-rádio universitária:** um estudo exploratório das percepções e preferências dos estudantes. Aveiro: Comunicação e Sociedade, 2011, pp. 95-111

SCHAEFFER, Murray. **Le paysage sonore.** París: Ed. Jean-Claude Lattés, 1979.

SILVA, Sérgio Pinheiro da. **Rádio Comunitária: os desafios do ambiente educativo da rádio Heliópolis FM.** São Paulo: FACASPER. 2010. (dissertação de mestrado).

SOARES, Edileuza. **A bola no ar:** o rádio esportivo de São Paulo. São Paulo: Summus, 1994

SOARES, Donizete. **Educomunicação – o que é isto?** Disponível em: <http://portalgens.com.br/baixararquivos/textos/educomunicacao_o_que_e_isto.pdf> Acesso em: 30 nov. 2013.

VARGAS LLOSA, Mario. **A Civilização do Espetáculo.** Uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.

VELOSO, Elza Fátima Rosa; DUTRA, Joel Souza; NAKATA, Lina Eiko. **Percepção sobre carreiras inteligentes: diferenças entre as gerações Y, X e baby boomers.** São Paulo: USP. 2016.

WILLINAMS, Raymond. **Cultura e Materialismo.** São Paulo: Ed. UNESP, 2011.

WINKIN, Yves. **A Nova Comunicação: da teoria ao trabalho de campo.** Campinas: Papirus, 1988.

ZUCOLOTO, Valci; LOPEZ, Débora; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Estudos Radiofônicos no Brasil:** 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom. São Paulo: INTERCOM, 2016.

ABERT. Disponível em: www.abert.org.br

Agência Gaúcha das Emissoras de Rádio e Televisão. Disponível em: www.agert.org.br

Agência Nacional de Telecomunicação. Disponível em: www.anatel.gov.br

BRASIL. Disponível em: www.planalto.gov.br

Câmara de Deputados Federais. Disponível em: www.camara.leg.br

ECA. www.eca.usp.br

FACASPER. Disponível em: www.casperlibero.edu.br

GAZETA AM. www.gazetaam.com

IBOPE. https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2017/02/Book-de-R%C3%A1dio_site.pdf

Jornal O Nordeste. Disponível em: www.onordeste.com

LÍBERO, Cásper. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pX2g5_dyfqo>.

Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações. Disponível em: www.mcti.gov.br

Revista Comunicar. Disponível em: www.revistacomunicar.com

VELOSO, Elza Fátima Rosa. Disponível em: <http://ac.els-cdn.com/S1809227616300108/1-s2.0-S1809227616300108-main.pdf?_tid=9bee2b00-1727-11e7-9b61-0000aacb35d&acdnat=1491084634_3b98fd7aa8403e99f943cde0781b1063>