

Rádio universitário e interesse público: Uma análise a partir da programação musical

*University radio and public interest:
An analysis based on musical programming*

*La radio universitaria y el interés público:
Un análisis basado en la programación musical*

Helton Ribeiro e Carlos Barros Monteiro

Resumo

As rádios universitárias brasileiras se autoproclamam emissoras públicas, mas enfrentam críticas por adotarem uma programação musical que exclui grandes parcelas da audiência. São consideradas elitistas e, por conseguinte, incapazes de atender ao interesse público. Essa crítica recorrente, porém, não define o que é interesse público. Este trabalho parte de autores do campo da comunicação pública em busca de uma conceituação de interesse público para, posteriormente, analisar a programação de uma emissora universitária, a Unesp FM, de Bauru (SP), a partir dos relatórios elaborados para o Escritório Central de Arrecadação de Direitos (Ecad). A hipótese que norteia a investigação é a de que a programação musical da emissora, com espaço privilegiado para a Nova MPB, pode atender ao interesse público na medida em que contribua para ampliar a esfera pública.

Palavras-chave

Rádio Universitário; Interesse Público; Esfera pública; Nova MPB.

>> **Informações adicionais:** artigo submetido em: 16/10/2020
aceito em: 23/11/2020.

>> Como citar este texto:

RIBEIRO, H. L.; J. MONTEIRO, C. J. B. Rádio universitário e interesse público: Uma análise a partir da programação musical. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 11, n. 03, p. 159-178, set./dez. 2020.

Sobre os autores

Helton Ribeiro

heltonlucinda@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-2298-3226>

Graduado em Comunicação Social, habilitação Jornalismo, pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp) e em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo (USP), é mestre em Comunicação Midiática pela Unesp. Idealizou e produziu o Projeto Comunicação Cidadã, que distribuiu programas de rádio a emissoras comunitárias de assentamentos da reforma agrária em São Paulo entre 2007 e 2008. É assessor de comunicação social do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra).

Carlos Barros Monteiro

cbmonteiro@ufam.edu.br

<https://orcid.org/0000-0002-0390-3278>

Doutor em Inovações Tecnológicas na Comunicação Contemporânea, é professor permanente da Universidade Federal do Amazonas (UFAM – campus Parintins), vice-coordenador do curso de Comunicação Social – Jornalismo e coordenador do Laboratório de Videodifusão. Autor do livro *Para que serve a TV Legislativa no Brasil e no mundo* e diversos capítulos de livros e artigos em revistas especializadas.

Abstract

Brazilian university radio stations call themselves public broadcasters, but face criticism for adopting a musical schedule that excludes large portions of the audience. They are considered elitist and therefore unable to serve the public interest. This recurring criticism, however, does not define what public interest means. This work comes from authors in the field of public communication in search of a conceptualization of public interest to later analyze the programming of a university broadcaster, Unesp FM, from Bauru, São Paulo, based on the reports prepared for the Rights Collection Central Office (Ecad). The hypothesis that guides the investigation is that the station's musical programming, with a privileged space for New Brazilian Popular Music (MPB), can serve the public interest as it contributes to expand the public sphere.

Keywords: University Radio; Public interest; Public sphere; New MPB.

Resumen

Las estaciones de radio universitarias brasileñas se autodenominan emisoras públicas, pero enfrentan críticas por adoptar una programación musical que excluye a gran parte de la audiencia. Se les considera elitistas y, por tanto, incapaces de servir al interés público. Esta crítica recurrente, sin embargo, no define qué es de interés público. Este trabajo proviene de autores del campo de la comunicación pública en busca de una conceptualización de interés público para luego analizar la programación de una emisora universitaria, Unesp FM, de Bauru, São Paulo, a partir de los informes elaborados para la Oficina Central de Recaudación de Derechos (Ecad). La hipótesis que guía la investigación es que la programación musical de la emisora, con un espacio privilegiado para la Nueva MPB, puede servir al interés público ya que contribuye a ampliar la esfera pública.

Palabras llave: Radio Universitaria; Interés público; Esfera pública; Nueva MPB.

Um homem que tem algo para dizer e não encontra ouvintes está em má situação. Mas estão em pior situação ainda os ouvintes que não encontram quem tenha algo para lhes dizer.

Bertolt Brecht

Introdução

Há dois aspectos centrais a se destacar no rádio universitário brasileiro: a autoproclamação das emissoras universitárias como rádios públicas e a crítica ao elitismo da programação dessas emissoras. Essa discussão está bem sintetizada no estudo de Valci Zuculoto (2012), para quem as emissoras universitárias "ainda não

colocaram em prática a maior parte de sua disposição de construir uma programação realmente de rádio público” de modo que “a definição de rádio público no Brasil permanece aberta” (ZUCULOTO, 2012, p. 238-239). O ideal de uma radiodifusão pública contradiz a exclusão de grandes parcelas da audiência decorrente da opção das emissoras por uma programação voltada a uma elite cultural. Essa programação, no Brasil, seria majoritariamente musical, com predomínio da MPB e do repertório erudito.

A princípio, pode-se confundir interesse público com “interesse do público” (FREITAS, 2017). As rádios universitárias não chegam ao público – e os baixos índices de audiência são a prova –, portanto, não oferecem uma programação de seu interesse. Outro argumento enfatiza o bom uso dos recursos públicos. Como emissoras financiadas pelo erário, as rádios universitárias deveriam cumprir uma função clara, que configurasse algum tipo de retorno à sociedade, oferecendo, por exemplo, conteúdo educativo ou de extensão universitária. Mas, de novo, a baixa audiência compromete a eficácia da aplicação desses recursos, pois o conteúdo educativo não chegaria à população. O problema dessa crítica ao elitismo, porém, pode ser resumido em uma questão: quem define qual é o interesse público envolvido na programação das rádios universitárias?

Há que se reconhecer que os estudos no campo da radiodifusão pública¹ estão no caminho certo ao apontar a centralidade do interesse público. Tomemos por referência também o relatório *Public Broadcasting: Why? How?* publicado pela Unesco em 2001, que estabelece quatro princípios norteadores da radiodifusão pública: 1) universalidade – a programação da emissora deve ser acessível a todas as pessoas, o que significa que deve ser compreensível, de fácil assimilação; 2) diversidade – corresponde à diversidade cultural e pluralidade de vozes²; 3) independência – é a possibilidade de se construir uma programação livre de

1. A Constituição Federal de 1988 estabelece três sistemas de radiodifusão: estatal, privado e público. Porém, o sistema de concessões e outorgas ainda classifica as emissoras em FMs Comerciais, FMs Educativas, Rádios Comunitárias, Ondas Médias, Ondas Curtas e Ondas Tropicais. No modelo vigente, uma definição ampla de radiodifusão pública, que excluísse as emissoras comerciais, poderia incluir, por outro lado, as emissoras comunitárias. Em meio às ambiguidades conceituais e carências de regulamentação, esta pesquisa se insere na busca de uma conceituação fundamentada no atendimento ao interesse público, seguindo os passos de ZUCULOTO (2012).

². De acordo com a Unesco, “Public broadcasting must reflect the diversity of public interests by offering different types of programs, from newscasts to light programs” (UNESCO, 2001, p. 12).

influências políticas e pressões econômicas; 4) diferenciação – é a exigência de que a programação oferecida pela radiodifusão pública seja distinta dos demais sistemas de radiodifusão.

A concepção de radiodifusão pública da Unesco é coerente com a compreensão de que o direito à comunicação é um componente essencial dos direitos humanos, e esse direito requer a quebra dos monopólios cognitivos (MATTELART, 2009) que se estabelecem a partir da concentração dos meios de comunicação e sua subordinação a interesses econômicos. Assim, a tarefa de romper os monopólios caberia a um sistema público, financiado de forma a manter independência em relação às pressões econômicas do lucro e da acumulação de capital. E, evidentemente, um sistema público “que não seja prolongamento da voz estatal” (MATTELART, 2009, p. 40).

No Brasil, o sistema público de radiodifusão³ enfrenta contradições em relação à aplicação dos quatro princípios da Unesco, pois, ao se “diferenciar” do sistema comercial de radiodifusão, as emissoras públicas não conseguem atingir uma audiência expressiva, ou seja, não atendem ao princípio da “universalidade”. Contudo, não nos parece auto evidente que os baixos índices de audiência se devam a uma suposta inacessibilidade da programação, isto é, a uma programação elitista, pois isso desconsidera os efeitos da monopolização dos meios de comunicação e, no limite, naturaliza os monopólios, como se estes oferecessem o que o público realmente quer, enquanto as rádios universitárias se recusariam a fazê-lo. Além disso, há que se definir com clareza o que é interesse público.

O objetivo deste trabalho é oferecer uma contribuição ao debate a partir do seguinte problema: o que é interesse público no caso do rádio universitário e como pode ser atendido? Considerando que interesse público é uma construção social, nossa hipótese para responder à questão é a de que a programação musical de uma rádio universitária pode atender ao interesse público na medida em que contribua para ampliar a esfera pública.

A noção de interesse público será discutida na perspectiva da Tradição Crítica em estudos de comunicação, especialmente a partir de autores do campo da

3. Lembrando que não há a categoria específica “rádio universitária” no sistema brasileiro de outorgas. A outorga às FMs universitárias se dá na categoria Rádio Educativa, que pode ser gerenciada por órgãos públicos, autarquias e fundações.

comunicação pública, afinal, o interesse público é o amálgama da comunicação pública, como afirma Mainieri (2016). A tradição crítica também permite entender as relações de poder que se escondem por trás de concepções rasas ou apressadas de interesse público. A radiodifusão pública, por sua vez, tem por referências neste trabalho os princípios estabelecidos pela Unesco (2001) e o estudo de Zuculoto (2012). A análise da programação musical será fundamentada em autores que tratam dos gêneros MPB e Nova MPB, de forma a possibilitar a compreensão dos dados empíricos coletados.

Como métodos de pesquisa, adotam-se: o estudo de caso de uma emissora universitária, a Unesp FM (105,7 MHz), emissora vinculada à Universidade Estadual Paulista (Unesp) e sediada no campus de Bauru, região centro-oeste do Estado de São Paulo⁴; e a análise documental da programação musical a partir de relatórios elaborados pela emissora para o Ecad⁵ (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição) referentes aos anos de 2018 e 2019, conforme proposta metodológica defendida por Ribeiro (2019). A escolha da Unesp FM se dá pela facilidade oferecida para que se aplique o método de pesquisa proposto, uma vez que ela divulga os relatórios do Ecad em sua página na internet, em arquivos disponíveis para download. Adota-se aqui também, para efeitos de comparação com o mercado fonográfico, o relatório "Mercado fonográfico mundial e brasileiro em 2018"⁶, da Pró-Música Brasil, instituição constituída por empresas do setor fonográfico.

Note-se que o público das rádios universitárias é servido com informações diversificadas, desde noticiosas até prestação de serviços por meio de campanhas educativas e também de programação produzida e desenvolvida pelas instituições mantenedoras das emissoras, na maioria dos casos, geridas por universidades públicas e fundações de interesse público. Nosso foco, entretanto, é a programação musical, porque a Unesp FM é uma emissora predominantemente musical e é justamente essa

4. A emissora entrou no ar em 13 de maio de 1991. Tem potência de transmissão de 3.000 watts e torre de 41 metros de altura. Cobre um raio de 50 quilômetros, atendendo a cidade de Bauru e diversas outras cidades da região (com relatos de ouvintes que sintonizam a emissora em cidades até 100 quilômetros de distância).

5. Instituição privada criada pela Lei Federal nº 5.988/73 e mantida pela Lei Federal nº 9.610/98, tem sede no Rio de Janeiro, com 23 unidades próprias nas principais regiões e capitais do país, além de 29 agências credenciadas em cidades de menor porte, cuja atribuição é fiscalizar e recolher direitos autorais decorrentes da execução pública de músicas nacionais e estrangeiras. Passou a funcionar de fato em 1977.

6. Até o fechamento deste artigo, não havia sido divulgado relatório referente ao ano de 2019.

programação que enseja a crítica ao elitismo⁷. Ademais, “a programação é um dos lugares privilegiados onde se pode melhor detectar e analisar funções, papéis que estas emissoras têm cumprido, lógicas e diretrizes que vêm adotando, enfim, perfis que estão construindo” (ZUCULOTO, 2012, p. 39).

Considera-se, aqui, que a radiodifusão universitária, embora vinculada a instituições públicas de ensino, não se caracteriza como comunicação estatal, pois não se propõe a estabelecer interações comunicativas entre governo e sociedade. Mas podemos compreendê-la como comunicação pública de dimensão midiática, pois “ocorre no cenário dos meios, mesmo que seja para desencadear processos culturais por meio do entretenimento, mas, sobretudo, quando está orientada para a gestão de informação e criação de agenda pública” (JARAMILLO LÓPEZ, 2011, p. 65). São emissoras FM que competem com as rádios comerciais no dial, delas se diferenciando não apenas no marco legal do sistema de outorgas e concessões, mas também pela independência em relação ao mercado, já que suas fontes de financiamento são exclusivamente públicas, impedidas que estão de veicular publicidade (RIBEIRO, 2019).

A noção de interesse público

Os baixos índices de audiência do rádio universitário no Brasil são uma realidade, tanto quanto nos permitem afirmá-lo os poucos dados disponíveis (ZUCULOTO, 2012). Estatísticas geradas pelo site Radios.com.br, referentes ao período de 8 a 21 de novembro de 2019, apontam que a Rádio USP⁸ figurava em 54º lugar na audiência no Estado de São Paulo. Embora os dados sejam estaduais e as FMs tenham uma inserção local⁹, vale ressaltar que, à frente da Rádio USP, estavam 30 emissoras da capital, ou seja, que disputam o mesmo público potencial. A Unesp FM, emissora localizada em Bauru, estava atrás de outras oito rádios da cidade, à frente apenas da

7. Em estudo anterior sobre a programação da Unesp FM (RIBEIRO, 2019) constatou-se que a emissora é predominantemente musical.

8. A Rádio USP (93,7 Mhz) é uma FM universitária inaugurada em 11 de outubro de 1977. Em 2004, foi criada a Rádio USP Ribeirão Preto (107,9 Mhz), que produz programação própria e entra em rede com a emissora da capital em determinados horários.

9. A não ser, é claro, no caso das emissoras que integram redes.

Rádio Câmara, emissora do Legislativo municipal, e ocupava a 323ª posição na classificação geral.

Entretanto, muito pouco se sabe sobre o público do rádio universitário. Presume-se que seja uma "elite" por ser numericamente reduzido e porque o conteúdo veiculado pelas emissoras corresponde ao que se convencionou chamar de "alta cultura", em contraposição à cultura de massa. Mas não se dispõe de pesquisas de audiência qualitativas que permitam traçar o perfil do ouvinte dessas rádios.

A crítica ao elitismo do rádio universitário, assim, fundamenta-se em pressupostos não empiricamente comprovados. Subjacente a essa crítica está a ideia de que seria necessário atingir fatias maiores da audiência para que se pudesse dar por atendido o interesse público. Mas a audiência aferida por meio de pesquisas quantitativas nada mais é do que um agregado estatístico de consumidores dos meios massivos de comunicação. Tais pesquisas são úteis às estratégias das rádios comerciais para a captação de anunciantes e ao mercado publicitário¹⁰, mas o que são capazes de nos dizer sobre interesse público?

Digamos que os índices de audiência possam expressar algo como uma "opinião pública", na forma de preferências, gostos, identidades, etc. Ainda que assim seja, convém lembrar a clássica crítica feita por Bourdieu (1973). Para ele, a opinião pública não existe, ou não passaria de um agregado de respostas individuais às pesquisas de opinião, obtidas sem reflexão ou debate prévios. E a função das pesquisas de opinião seria "impor a ilusão de que existe uma opinião pública que é a soma puramente aditiva de opiniões individuais; em impor a ideia de que existe algo que seria uma coisa assim como a média das opiniões ou a opinião média" (BOURDIEU, 1973, p. 3). Mais adiante, ele afirma: "Um dos efeitos mais perniciosos da pesquisa de opinião consiste precisamente em colocar pessoas respondendo perguntas que elas não se perguntaram" (BOURDIEU, 1973, p. 4). As pesquisas quantitativas de audiência, por sua vez, nada nos dizem sobre que tipo de rádio as pessoas querem ou que tipo de rádio atenderia aos seus interesses, mas apenas o

10. "O conceito de audiência está intimamente relacionado ao modelo publicitário de financiamento das indústrias culturais, típico da radiodifusão, do broadcasting, ou cultura de onda (ver verbete), ainda que não se limite necessariamente a ele" (ENCICLOPÉDIA, 2010, p. 108).

que as pessoas ouvem dentre as opções disponíveis (ou, conforme a metodologia aplicada, os nomes de que se lembram no momento da pesquisa).

Mas há outro modelo de opinião pública, que busca superar o mero agregado de opiniões ou opinião média de que fala Bourdieu, e pode nos oferecer elementos para aprofundar o debate sobre o interesse público no caso do rádio universitário. É o modelo multidimensional defendido por Irving Crespi (2000). Nesse modelo, a opinião pública é parte de um processo no qual as opiniões individuais e coletivas se constituem e se transformam. Esse processo tem, segundo o autor, um caráter interativo e tridimensional, constituído pelos seguintes subprocessos: 1) interações entre indivíduos e seus ambientes; 2) comunicação entre indivíduos e coletividades; e 3) legitimação política da força coletiva emergente. Esses subprocessos não têm entre si uma relação de causalidade nem ocorrem de modo linear ou unidirecional, são dinâmicos e constituem um sistema interativo e cíclico. Cada uma das três dimensões modela-se em torno das interações. A opinião pública, portanto, não seria a soma de opiniões individuais, mas um processo contínuo em que a sociedade reflete e argumenta sobre as questões que se lhe apresentam. O autor chega a atribuir à opinião pública um poder mobilizador e transformador, como “uma expressão de energia social que integra os atores individuais em agrupamentos sociais que afetam ao governo” (CRESPI, 2000, p. 37).

Essa opinião pública capaz de expressar interesses, portanto, nos aproxima de uma concepção de interesse público enquanto processo, construção permanente, produção social, que nos remete, por sua vez, à abordagem de Miguel (2002) em sua discussão sobre os meios de comunicação e a prática política:

As teorias hegemônicas da democracia trabalham com a ideia de que os interesses já estão dados, o problema constituindo na maneira de agregá-los. É uma perspectiva que reduz a importância da comunicação política. O equívoco é não perceber que, longe de serem dados a priori, os interesses e as preferências dos indivíduos são permanentemente definidos e redefinidos através da própria luta política, que vai enfatizar certas clivagens sociais em detrimento de outras, construir solidariedades e identidades coletivas, universalizar projetos e visões de futuro. A democratização da esfera pública implica, portanto, tornar mais equânime o acesso aos meios de difusão das representações do mundo social (MIGUEL, 2002, p. 164).

Essa concepção de interesse público leva o autor à crítica da noção de esfera pública habermasiana, que implicaria certa neutralidade dos meios de comunicação. A formação social dos interesses requer a pluralidade, "que os mecanismos de mercado, por diversas razões, não proveem" (MIGUEL, 2002, p. 164). Além disso, a teoria habermasiana pressupõe uma racionalidade que tende ao consenso e não contempla o conflito. Prossegue Miguel, em outra obra (2014, p. 245): "Conflito é, no final das contas, conflito de interesses e a defesa da política de presença tem a ver com a necessidade de que os múltiplos interesses se produzam e se manifestem na arena política". Na concepção desse autor, a partir de perspectivas sociais compartilhadas ocorre a produção social do interesse. Esse é um grande desafio para a democracia, pois os modelos de representação política e *advocacy* levam os interesses dos "representados" a serem presumidos a partir de um ponto de vista externo. Daí o risco de relações clientelistas ou paternalistas entre representantes e representados (MIGUEL, 2014).

A crítica ao elitismo do rádio universitário brasileiro tem feito justamente isto: presumir um interesse público a partir de um ponto de vista externo. Entretanto, o interesse público não está dado de antemão e qualquer coisa que se apresente como tal na esfera pública, sem debate prévio, pode estar apenas reproduzindo relações de dominação. Esfera pública, a propósito, é um conceito central para a compreensão da noção de interesse público. Mas esfera pública entendida como "conjunto de espaços físicos e imateriais em que os agentes sociais podem efetivar sua participação no processo de comunicação pública" (MAINIERI, 2016, p. 76). Segundo Mainieri, o desafio da comunicação pública é "garantir que múltiplas vozes disputem, por meio de trocas simbólicas, a esfera pública" (2016, p. 94). Assim, e consoante com a crítica de Miguel à esfera pública habermasiana, ela deve ser entendida como espaço de disputa. Um obstáculo à participação dos agentes sociais no processo de comunicação pública, entretanto, é a existência de um monopólio da formação da opinião pública exercido pelas mídias de massa (MAINIERI, 2016).

Interesse público, assim, não se confunde com "interesse do público", mas requer a participação do público na produção social do seu interesse. A comunicação pública, por conseguinte, deve ser um espaço de "interlocução e intervenção do cidadão no debate de questões de interesse público" (MAINIERI, 2016, p. 65), o que requer a quebra

dos monopólios cognitivos (MATTELART, 2009). Para trazer a discussão para o nosso objeto de estudo, é preciso avaliar que papel a programação do rádio universitário cumpre, antes de desconsiderá-la com base nos índices de audiência das emissoras. Segundo Matos, é:

necessário sair um pouco da esfera da recepção e ampliar o espaço público: tem se dado muita atenção à recepção, à opinião de quem recebe, vê, escuta a informação. Mas pouco se tem atentado para o diálogo e aos processos de interação social. O “público” deveria ser conceituado como algo além dos espectadores da mídia. Para a existência de um espaço público, é preciso uma interação entre cidadãos. O termo “público” talvez seja até inadequado quando se pensa no aprimoramento da vivência democrática, já que está neste momento muito ligado a “espectadores”, “audiência”. É preciso mudar a perspectiva de “ouvintes” para “cidadãos”, e alguns fenômenos devem ser levados em consideração (MATOS, 2003, p. 29).

Podemos resumir da seguinte forma algumas conclusões desta seção: o interesse público não está dado de antemão, mas é uma produção social; é plural, há diversos interesses públicos na sociedade; a produção social de interesses públicos se dá em ambiente de debate; requer, para sua produção, a quebra de monopólios. Isto posto, passemos à análise da programação da Unesp FM.

A programação musical da Unesp FM

Estudos sobre rádios universitárias apontam que a MPB é o gênero mais presente na programação atual dessas emissoras, tendo substituído, com o tempo, a música erudita, predominante nas primeiras décadas da radiodifusão cultural e educativa no Brasil (ZUCULOTO, 2012). A definição desse gênero, contudo, é problemática, pois os artistas associados à MPB lidam com um arcabouço de influências que transitam por diferentes estilos e, além disso, “a própria produção musical constantemente desafia os rótulos classificatórios mais estáticos, movendo fronteiras e criando subcategorias infinitamente” (TROTТА, 2005, p. 193).

Costuma-se associar à MPB artistas como Edu Lobo, Elis Regina, Chico Buarque, Caetano Veloso, Jair Rodrigues, Maria Bethânia, Gal Costa e Gilberto Gil, de uma primeira geração surgida a partir dos Festivais da Canção e da Tropicália, no fim da década de 1960, e abrigada pela gravadora Philips/Polygram. Tais nomes

consolidaram o gênero como sinônimo de “música de qualidade” ou de “bom gosto”, sem deixar de ser “vendável”, com forte presença na mídia, e, por conseguinte, de interesse das gravadoras (GONÇALVES, 2014). Uma segunda geração, a partir das décadas de 1970 e 1980, tentou caminhos independentes das gravadoras, como Ná Ozzetti, Arrigo Barnabé, Itamar Assumpção, Tetê Espíndola, Cida Moreira, Eliete Negreiros, que formaram a chamada Vanguarda Paulista, também rotulada pela mídia de “malditos da MPB”, por não alcançarem a mesma visibilidade midiática de seus antecessores. O rótulo de “malditos” acabou se estendendo a outros artistas, como Tom Zé, Torquato Neto, Sérgio Sampaio, Jards Macalé, Jorge Mautner, Luiz Melodia e Walter Franco (ALMEIDA, 2016).

Mais recentemente, novas formas de produção, circulação e consumo possibilitam ao artista controlar ou se envolver diretamente com o processo de gravação e divulgação do disco, às vezes apenas em ambiente virtual, às vezes em suporte físico (álbum) financiado por meio de *crowdfunding*. Isso favoreceu o surgimento de uma geração de artistas independentes, que produzem e distribuem suas próprias canções graças às facilidades oferecidas pelas novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). A partir dos anos 2000, a crítica musical – importante mediadora nas classificações de gênero – cunhou a expressão Nova MPB para se referir a esses artistas. A participação no circuito independente de festivais é a estratégia valorizada por essa nova geração de artistas, mais do que a inserção na mídia massiva, o que marca outra diferença em relação às gerações anteriores (GONÇALVES, 2014; ALMEIDA, 2016).

Do ponto de vista estético, os artistas da Nova MPB mesclam influências diversas, que vão da própria MPB tradicional, passando pelo samba, funk, rock, pop e música eletrônica. Há também uma mudança de discurso. Subjaz aos processos que levaram à constituição da MPB – em especial, o surgimento da Bossa Nova e a renovação estética trazida pela Tropicália, mas também os contrapontos estabelecidos à época com a Jovem Guarda – um debate sobre a identidade nacional, e a MPB se caracterizou por disseminar uma ideologia nacionalista. A Nova MPB, por sua vez, não nega esse discurso nacionalista, mas incorpora outras referências temáticas (questões raciais e de gênero, por exemplo), numa chave que parece ser a da diversidade cultural. Entre os expoentes dessa geração, estão

nomes como Tulipa Ruiz, Marcelo Jeneci, Kiko Dinucci, Juçara Marçal, Céu, Curumin, Criolo, Karina Buhr, Bárbara Eugênia, Tiago Iorc, Cícero, Emicida, Mallu Magalhães e Maria Gadú (GONÇALVES, 2014; ALMEIDA, 2016).

O rótulo MPB, portanto, é bastante elástico e nos diz pouco sobre a programação musical de uma emissora de rádio, especialmente em sua diversidade regional. O conhecimento mais preciso sobre as canções, estilos e gêneros predominantes na radiodifusão universitária requer uma análise mais exaustiva, o que esbarra em dificuldades metodológicas. Com a finalidade de superar tais dificuldades, adotamos, como alternativa à escuta da programação, a análise do Relatório Geral de Músicas Veiculadas pela Rádio Unesp FM nos anos de 2018 e 2019. Essa metodologia de análise documental oferece a possibilidade de uma análise exaustiva, de múltiplas classificações dos dados, e ainda permite “verificar não só o que é selecionado pela emissora em estudo, mas também o que é excluído” (RIBEIRO, 2019), uma vez que, por meio de busca no relatório, é possível saber se determinada canção foi veiculada ou não.

Os relatórios são elaborados para o Ecad (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição) e estão disponíveis para consulta no site da emissora (www.radio.unesp.br/ecad). Trata-se de uma fonte de dados para análise da programação musical que permite quantificar inserções por título, por intérprete e por compositor.

O relatório de 2018 traz um total de 19.207 fonogramas¹¹ que, somadas todas as vezes em que cada um foi ao ar ao longo do ano, totalizam 82.460 execuções. Em 2019, foram 19.005 fonogramas, num total de 78.003 execuções. Diante das limitações de espaço deste artigo, optamos por um recorte das 30 canções mais executadas em cada ano, que podem ser conferidas na Tabela 1.

11. Fonogramas e não canções, pois cada canção pode aparecer em diferentes fonogramas conforme as versões ou intérpretes. Por exemplo: além da gravação de “Tereza Guerreira” por Xênia França, há a gravação de Antonio Carlos e Jofafi (com quatro execuções). Assim, o fonograma de “Tereza Guerreira” na interpretação de Antonio Carlos e Jofafi não aparece na relação das 30 mais executadas da Tabela 1.

Tabela 1 – As 30 mais tocadas pela Unesp FM em 2018 e 2019

Nº	2018			2019		
	Música	Intérprete	Exec.	Música	Intérprete	Exec.
1	Acalanto	Luedji Luna	49	Sublime	Gal Costa	39
2	Mil Razões	Tiago Iorc	49	Termos e Condições	Erasmus Carlos/Emicida	35
3	Tereza Guerreira	Xênia França	46	Relax	Kassin	31
4	Termos e Condições	Erasmus Carlos /Emicida	46	Nave Vai	Céu	30
5	Cheiro da Saudade	Luê	41	Mantra	Rubel/Emicida	29
6	Jorge Maravilha	Grooveria/Martinália	41	Acalanto	Luedji Luna	27
7	Rouxinol	Rael	38	Água da Mina Sede	Mônica Salmaso	27
8	Game	Tulipa Ruiz	37	Berimbau	Grooveria/ Fernanda Abreu	27
9	Zambê	Caê Rolfsen	36	Do What You Wanna (remix)	Ramsey	27
10	Desinibida	Tulipa Ruiz	35	Feelin Good (remix)	Nina Simone Joe Claussell	27
11	O Melhor da Vida	Marcelo Jeneci	34	Varanda Suspensa	Céu	27
12	Vamos Embora	Natália Matos	33	Oração ao Tempo	Maria Gadú	26
13	Frágil como a flor	Criolina	32	Step Into The Galery	Micatone	26
14	Neide Candolina	Luciana Oliveira	32	Fullgás	Qinho	25
15	Se for pra mentir	Roberta Sá	32	Me Abraça	Anavitória	25
16	Eu amo você	Céu	31	O jeito é não ficar só	Moska	25
17	Galope Rasante	Mariana Aydar	31	Tua Boca	Zélia Duncan	25
18	Palavras	Marcia Mah	30	Infinito Particular	Marisa Monte	24
19	Recomeçar	Guto Hueb	30	Just a Lil Lovin	Outlines	24
20	Varanda Suspensa	Céu	30	Paris	Groove Armada	24
21	Vestido de Prata	Curumin/Céu	30	Água de Coco	Emílio Santiago	23
22	Amei te ver	Tiago Iorc	29	Cartão de Visita	Criolo/Tulipa Ruiz	23
23	Culpa	O Terno	29	Da Cor do Pecado	Luciana Mello	23
24	Luz do Amor	Ellen Oléria	29	Enquanto a Gente Namora	Augusto Martins	23
25	Coisas do Brasil	Ed Motta/Daniel Jobim	28	Eu Amo Você	Céu	23

26	Mano que Zuera	João Bosco	28	I'll Never Fall in Love Again	Elvis Costello	23
27	O-o-h Child	Nina Simone	28	O Melhor da Vida	Marcelo Jeneci	23
28	Amor é de graça	Edvaldo Santana	27	Pipoca Moderna	Simone Mazzer	23
29	Carinhosa	Otto	27	Sou Eu	Luciana Mello	23
30	É certo o amor i maginar?	Otto	27	Tão Blue	Caê Rolfsen	23

Fonte: Unesp FM, 2019; 2020 (editado pelos autores).

Chama a atenção o forte predomínio de artistas da chamada Nova Música Popular Brasileira entre as mais tocadas pela Unesp FM: Luedji Luna, Tiago Iorc, Xênia França, Kassin, Luê, Tulipa Ruiz, Caê Rolfsen, Marcelo Jeneci, Natália Matos, Criolina, Luciana Oliveira, Roberta Sá, Céu, Mariana Aydar, Marcia Mah, Guto Hueb, Rubel e Ellen Oléria. Há certa similaridade na programação nos anos de 2018 e 2019. "Acalanto", de Luedji Luna, foi a canção mais tocada em 2018 e ainda aparece entre as primeiras posições em 2019. Gal Costa, uma artista da primeira geração da MPB, emplacou a canção mais tocada em 2019, mas é interessante notar que se trata de uma composição de Tiago Iorc¹², cantor e compositor da Nova MPB que teve duas canções entre as mais tocadas de 2018. Há algumas canções estrangeiras entre as mais tocadas em 2019, mas, ainda assim, de forma minoritária frente à Nova MPB.

Tal achado se torna especialmente relevante se levarmos em conta que as mudanças recentes na indústria da música, com novas tecnologias que propiciam a produção independente, não levaram à ruptura dos "monopólios cognitivos" ou a algo próximo de uma "esfera pública ampliada", livre das estratégias tradicionais de mercado, com "a possibilidade de múltiplas vozes ecoando falas reprimidas" (MAINIERI, 2016, p. 90). As grandes companhias se adaptaram à reconfiguração da indústria da música e ainda dominam o mercado, não mais pela comercialização de discos, mas agora pela organização de turnês, com a participação das gravadoras nas bilheterias dos shows, estratégia que requer divulgação massiva para garantir a rentabilidade.

Mesmo a ideia de que os serviços de *streaming* ofereceriam ao ouvinte total liberdade para montar sua própria *playlist* vem se mostrando excessivamente

12. O relatório traz também os compositores, informação que suprimimos aqui por questão de espaço.

otimista à luz das pesquisas em mídia sonora. Temos no *streaming* novos intermediários, como Deezer e Spotify, que atuam como verdadeiros monopólios e buscam organizar as “preferências” musicais dos ouvintes por meio da curadoria do algoritmo (HERSCHMANN; KISCHINHEVSKY, 2011). Curiosamente, as gravadoras parecem desempenhar papel relevante também no setor de *streaming*. Assim, a utopia de uma relação entre público e artista sem a mediação dos *players* do mercado fonográfico não vai longe (nem sai do lugar, quando se trata de interesse em monetização).

Tabela 2 – As músicas mais tocadas em streaming no Brasil em 2018

Nº	Faixa	Artista	Gravadora
1	Propaganda (Ao Vivo)	Jorge & Mateus	Som Livre
2	Vai Malandra	Anitta, Mc Zaac, Maejor	Warner
3	Ao Vivo E A Cores	Matheus & Kauan (Feat Anitta)	Universal
4	Coladinha em Mim (Ao Vivo)	Gustavo Mioto	Independente
5	Largado Às Traças (Ao Vivo)	Zé Neto & Cristiano	Som Livre
6	Apelido Carinhoso	Gustavo Lima	Som Livre
7	Ta Tum	MC Kevinho, Simone & Simaria	Universal
8	O Sol	Vitor Kley	Midas Music
9	Amor de Verdade	MC Kekel & MC Rita	KondZilla
10	Anti-Amor (Ao Vivo)	Gustavo Mioto (feat. Jorge & Mateus)	Independente
11	Romance com Safadeza	Wesley Safadão & Anitta	Som Livre
12	Fuleragem	Mc WM	Warner
13	Amor da sua Cama	Felipe Araújo	Universal
14	Tô com Moral no Céu! (Ao Vivo)	Matheus & Kauan	Universal
15	Largado às Traças	Zé Neto & Cristiano	Som Livre
16	A Culpa é Dele (Ao Vivo)	Marília Mendonça, Maiara & Maraisa	Som Livre
17	Cerveja de Garrafa (Ao Vivo)	Atitude 67	Universal
18	Deixe Me Ir	1Kilo, Baviera, Pablo Martins & Knust	Independente
19	Trincadinho (Ao Vivo)	Jorge & Mateus	Som Livre
20	Meu Abrigo	Melim	Universal
21	Dona Maria (feat. Jorge)	Thiago Brava	MM Music
22	Ciumeira	Marília Mendonça	Som Livre
23	Jogo do Amor	Mc Bruninho	GR6 Music
24	Amor Falso	Aldair Playboy	Independente
25	Status que Eu Não Queria (Ao Vivo)	Zé Neto & Cristiano	Som Livre
26	O Alvo (Ao Vivo)	Diego & Victor, Henrique & Juliano	Sony
27	Agora Vai Sentar	MC Jhowzinho & MC Kadinho	Warner

28	Só Quer Vrau	MC MM	KondZilla
29	Havana	Camila Cabello, feat. Young Thug	Sony
30	Downtown	Anitta & J Balvin	Warner

Fonte: Pró-Música Brasil, 2019 (edição dos autores).

A Tabela 2 demonstra o efeito monopolizante das gravadoras, persistente mesmo após as transformações tecnológicas recentes. Foi elaborada a partir da seleção Top 200 Faixas em Streaming, do relatório “Mercado Fonográfico Mundial e Brasileiro 2018”¹³, divulgado pela Pró-Música Brasil, entidade que reúne companhias fonográficas em atividade no país.

Dentre as 30 músicas mais tocadas em streaming em 2018, poucas foram editadas de forma independente. Percebe-se que praticamente apenas dois gêneros musicais estão presentes na tabela: o funk e o sertanejo. Há presença significativa de versões “ao vivo”, o que se explica pela importância maior dos shows para a indústria da música com o quase desaparecimento do “álbum” como veículo privilegiado para a distribuição de fonogramas.

Observe-se que não há nenhum ponto de correspondência entre a Tabela 1 e a Tabela 2. Dentre as 30 canções mais tocadas em *streaming*, nenhuma ficou entre as 30 mais tocadas pela Unesp FM. Mas pode-se ir além dos dados constantes das tabelas aqui apresentadas: ao se fazer uma busca no relatório completo de 2018 da Unesp FM, descobre-se que, das 30 canções mais tocadas em *streaming*, apenas uma, “Meu abrigo”, foi executada pela rádio, e apenas duas vezes ao longo do ano. Outro dado adicional, pela observação do relatório da Pró-Música Brasil, é o de que as 30 canções mais executadas pela Unesp FM em 2018 não aparecem sequer entre as 200 mais tocadas em *streaming*. Também não é possível identificar nessa seleção de 200 músicas nenhum artista ou canção associados à MPB ou à Nova MPB.

A Unesp FM, portanto, se estabelece claramente como contraponto ao sistema comercial de radiodifusão e à indústria fonográfica ao oferecer espaço privilegiado a artistas independentes. Pode-se dizer que ela atende a um interesse

¹³. Até o fechamento deste artigo, não havia sido divulgado relatório referente ao ano de 2019.

público com isso? Responder afirmativamente talvez seja incorrer no mesmo erro apontado por Miguel (2014), ou seja, presumir o interesse público a partir de um ponto de vista externo. Por outro lado, dizer que a opção pela Nova MPB constitui uma programação elitista desconsidera papéis importantes que essa programação musical pode cumprir.

Como afirma Starling (2010, p. 371), a canção popular brasileira possui vocação para o diálogo público, produzindo "uma certa noção do sentido do público e do comum entre nós". E é "um dos meios através dos quais o país logrou alcançar certo conhecimento de si" (STARLING, 2010, p. 367). A canção popular favorece a controvérsia, a discussão e a troca de opiniões. "Essa capacidade de integração de públicos diversos, de formação de consenso e de ampliação da esfera pública até o limite do indivíduo ordinário é uma das principais características da moderna canção popular urbana brasileira" (STARLING, 2010, p. 371).

Considerações finais

Buscamos, neste trabalho, uma aproximação de uma noção de interesse público, tema ainda em debate, que "reivindica contínuas batalhas para ser esclarecido" (ROTHBERG, 2011, p. 7), especialmente no Brasil, com nossa herança patrimonialista e clientelista, caldo cultural perpetuador de confusões entre público e privado. O exemplo do sistema comercial de radiodifusão já é suficientemente ilustrativo: explora uma concessão pública sem oferecer, na prática, contrapartida à sociedade, muitas vezes defendendo interesses particulares em detrimento do bem comum.

A Unesp FM, ao proporcionar espaço a artistas independentes, atende ao interesse público? Seria precipitado afirmá-lo, pois não está claro se há um interesse público socialmente produzido pela comunidade onde a emissora está inserida. No entanto, a habitual crítica ao elitismo nos parece reducionista, pois desconsidera a variedade de papéis que o rádio universitário pode cumprir. Assim, a opção pela MPB ou pela Nova MPB não seria, em si, o problema. A forte presença da Nova MPB na programação indica que há espaço para artistas independentes. Esses artistas, por sua vez, contribuem para ampliar a esfera pública, apresentando uma diversidade de

temas e abordando questões prementes da atualidade, como as ligadas a gênero e raça. A Unesp FM assegura, assim, a presença na esfera pública de produtores de conteúdo cultural que contribuem para o debate sobre o “sentido do público” (STARLING, 2010).

Com isso, a programação musical da Unesp FM parece atender aos princípios da diversidade, diferenciação e independência¹⁴ propostos pela Unesco. O calcanhar de Aquiles talvez ainda seja o princípio da universalidade. Mas, como não há pesquisas qualitativas de audiência disponíveis, não temos como saber nem sequer se as emissoras educativas universitárias atingem um público de “elite”, ou que elite seria essa: Pessoas já dotadas de capital cultural correspondente a uma formação escolar superior? Pessoas que querem estabelecer distinções sociais simbólicas por meio do consumo de determinados bens culturais? Esse seria tema para uma investigação futura.

Uma rádio mais democrática e participativa, inserida na produção social do interesse público, pode assumir outros papéis, diferentes daqueles assumidos pela Unesp FM hoje. Ainda assim, o papel atual da emissora não é irrelevante, como se tentou demonstrar, pois viabiliza a expressão daquelas múltiplas vozes alijadas do sistema comercial de radiodifusão e das plataformas de *streaming*, contribuindo para alargar a esfera pública.

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, Laís Barros Falcão de. **A MPB em mudança**: cartografando a controvérsia da nova MPB. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016.

BOURDIEU, Pierre. A opinião pública não existe. Comunicação feita em Noroit (Arras) em janeiro de 1972 e publicada em **Les Temps Modernes**, 318, janeiro de 1973. Disponível em: <edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1464421/mod_resource/content/1/A_Opini%C3%A3o_P%C3%BAblica_N%C3%A3o_Exist_e_%28Pierre_Bourdieu%29.pdf>. Acesso em: 23 ago. 2019.

CRESPI, Irving. Un modelo de opinión pública. In: CRESPI, Irving. **El proceso de opinión pública**: como habla la gente. Barcelona: Ariel, 2000.

¹⁴. Independência pelo menos em relação à indústria fonográfica, ao que parece, embora não se possa deduzir dos dados apresentados que ela esteja a salvo de pressões de outra natureza.

ENCICLOPÉDIA Intercom de comunicação. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.

FREITAS, Maralice Magalhães de. **Radiodifusão pública no Brasil segundo os princípios da UNESCO**. 2017. 192f. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão de Processos Institucionais) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2017.

GONÇALVES, Suzana Maria Dias. **Nova MPB no centro do mapa das mediações**: a totalidade de um processo de interação comunicacional, cultural e político. 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife, 2014.

HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Tendências da indústria da música no início do século XXI. In: JANOTTI JR, Jeder Silveira, et al (orgs). **Dez anos a mil**: mídia e música popular massiva em tempos de internet. Porto Alegre: Simplíssimo, 2011.

JANOTTI JR, Jeder Silveira; PIRES, Victor de Almeida Nobre. Entre os afetos e os mercados culturais: as cenas musicais como formas de mediatização dos consumos musicais. In: JANOTTI JR, Jeder Silveira, et al (orgs). **Dez anos a mil**: mídia e música popular massiva em tempos de internet. Porto Alegre: Simplíssimo, 2011.

JARAMILLO LÓPEZ, Juan Camilo. Advocacy: uma estratégia de comunicação pública. In: KÜNSCH, Margarida Maria K. (org.). **Comunicação Pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Ed. Difusão, 2011.

MAINIERI, Tiago. **Um peso, duas medidas**. Desvelando a comunicação pública na sociedade midiaticizada. Goiânia: Gráfica UFG, 2016.

MATOS, Heloiza. **Comunicação pública, democracia e cidadania**: o caso do Legislativo. In: BRANDÃO, E.; MATOS, H.; MARTINS, L. Algumas abordagens em Comunicação Pública. Brasília: Casa das Musas, 2003. p. 21-32.

MATTELART, Armand. A construção social do Direito à comunicação como parte integrante dos direitos humanos. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, Intercom, São Paulo, v. 32, n. 1, p. 33-50, jan/junho de 2009.

MIGUEL, Luis Felipe. **Democracia e representação**: territórios em disputa. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

MIGUEL, Luis Felipe. **Os meios de comunicação e a prática política**. Lua Nova, São Paulo, n. 55-56, p. 155-184, 2002.

PRO-MÚSICA BRASIL. **Mercado fonográfico mundial e brasileiro em 2018**. Pró-Música Brasil, Produtores Fonográficos Associados, 2 abr. 2019. Disponível em: <<https://pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2019/04/release-brasil-GMR2019-e-mercado-brasileiro-2018.pdf>> Acesso em 28 mai. 2019.

RADIOS.COM.BR. **Rádios FM mais acessadas por Estado**. Relatório gerado em: 23-11-2019. Disponível em: <https://www.radios.com.br/relatorios/stat_2019-11_fmestado_33-25> Acesso em: 23 nov. 2019.

RIBEIRO, Helton Lucinda. Pra não dizer que não falei de Ivete Sangalo: a programação musical da Unesp FM. **Revista Sonora**, Campinas, v.8, n. 14, 2019. Disponível em: <<https://www.publionline.iar.unicamp.br/index.php/sonora/article/view/4323>> Acesso em 8 jul. 2020.

ROTHBERG, Danilo. **Jornalismo público**: informação, cidadania e televisão. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

STARLING, Heloisa Maria Murgel. Música Popular Brasileira: outras conversas sobre os jeitos do Brasil. In: BOTELHO, André e SCHWARCZ, Lilia Moritz (orgs.). **Agenda brasileira**: temas de uma sociedade em mudança. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

TROTTA, Felipe. Música e mercado: a força das classificações. **Revista Contemporânea**, v. 3, n.2, p. 181 – 196, Julho/Dezembro 2005. Facom/Ufba. Salvador, 2005. Disponível em <<https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/3459/2525>> Acesso em 31 mai 2019.

UNESCO. **Public Broadcasting: Why? How?** Conseil mondial de la radiotélévision (Canada), 2001. Disponível em <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124058>> Acesso em 6 nov 2019.

UNESP FM. **Relatório Geral de Músicas Veiculadas pela Rádio Unesp FM em 2018**. Rádio Unesp, Bauru: 2019. Disponível em <<http://www.radio.unesp.br/noticia/3563>> Acesso em 16 abr. 2019.

UNESP FM. **Relatório Geral de Músicas Veiculadas pela Rádio Unesp FM em 2019**. Rádio Unesp, Bauru: 2020. Disponível em <<https://www.radio.unesp.br/noticia/5081>> Acesso em 21 set. 2020.

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