



Eduardo Vicente

## O rádio e suas linguagens

Vem se tornando lugar comum afirmar que vivenciamos a moderna tradição dos meios de comunicação social: antigos muitas vezes no tempo, atuais em seu lugar social. Diferentes períodos históricos atribuem hegemonia a um veículo mas nessa mesma sequência histórica eles se mantêm e se envolvem no que se denomina de convergência mediática. A relação do rádio com esse processo tem ainda um dimensionamento que lhe dá destaque, presença da música e de sua significação milenar na construção das práticas de vida humana.

A entrevista com Eduardo Vicente nos introduz nesse cenário, dando conta da especificidade com que ele se realiza no contexto da indústria cultural no Brasil. Um cenário que resgata um particular e importante objeto, o da construção das linguagens radiofônicas.

Pesquisador e professor junto a Escola de Comunicações e Artes da USP, Eduardo Vicente tem canalizado seus estudos e pesquisas para essa área, ao longo de uma trajetória de atividades correlatas que o têm credenciado de forma significativa no conhecimento e na proposição crítica a respeito.

### **Novos Olhares: O que tem determinado sua trajetória acadêmico-profissional na associação entre música, rádio e indústria cultural?**

**Eduardo Vicente:** Inicialmente, meu trabalho de pesquisa esteve vinculado exclusivamente à música popular. Eu trabalhava com produção musical, estava me graduando em música e, naquele momento – início dos anos 90 – a disseminação das tecnologias digitais de produção acabou motivando meu ingresso no campo das ciências sociais, já que me interessava refletir mais sobre o impacto das mudanças. Até hoje, na área musical, meu interesse se concentra principalmente na maneira como ocorre a industrialização da música e suas múltiplas conseqüências.

Em relação ao rádio, meu envolvimento ocorreu quase uma década depois, quando iniciava minha carreira docente. Foi a partir do contato com meus alunos que percebi o enorme e pouco explorado potencial expressivo da linguagem radiofônica. Acho que, por conta disso, sempre me interessou muito mais refletir sobre o que o rádio pode vir a ser, ou seja, sobre as novas práticas de produção e consumo (internet, terceiro setor, rádios comunitárias, educomunicação, meio acadêmico, etc.), do que sobre o seu uso convencional.

### **NO: Qual o foco que hoje orienta os seus estudos em cada uma dessas áreas?**

**EV:** No caso da música popular, estou preocupado com a recuperação da memória da produção, algo que estou fazendo a partir de um projeto denominado “O Outro Lado do Disco: a memória oral da indústria fonográfica”. Este projeto

**Eduardo Vicente** é Graduado em Música Popular e Mestre em Sociologia pela Unicamp. É Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA/USP e Professor no curso de Audiovisual da ECA/USP. É também professor do programa de pós-graduação da unidade, avaliador de Cursos do INEP/MEC e lidera o Gaudio (Grupo de Estudo e Desenvolvimento do Áudio).  
[eduardo\\_vicente@uol.com.br](mailto:eduardo_vicente@uol.com.br)



recebe apoio da Fapesp e busca registrar os depoimentos de executivos, técnicos e produtores. Pretendo que esses depoimentos forneçam a base para uma reflexão mais ampla sobre os rumos de uma indústria cujo modelo tradicional de negócios parece definitivamente esgotado. É um olhar para o passado que busca embasar uma discussão sobre o futuro.

No caso do rádio, meu campo principal de atenção é o da linguagem sonora e radiofônica. Numa perspectiva que já foi apontada por outros pesquisadores, procuro atualizar o debate sobre a linguagem a partir de uma discussão acerca do radiodrama, gênero que oferece melhores condições para uma exploração do potencial expressivo do rádio. Nesse sentido, cabe tanto o resgate da tradição brasileira e internacional nessa área quanto a exploração das novas possibilidades de produção digital de áudio.

**NO: Como se situa o rádio brasileiro no contexto do desenvolvimento das outras mídias massivas e pós-massivas?**

**EV:** Como se sabe, o rádio enfrentou uma série crise, ainda nos anos 60, ante o crescimento da televisão no país. Nos últimos anos, as informações oficiais dão conta de que ele tem recebido algo próximo a 4,5% das verbas destinadas à publicidade. É, efetivamente, muito pouco. Apesar disso, o rádio possui imensa penetração nacional, grande significação cultural e parece estar vivendo um momento de revalorização, através do surgimento de novas práticas de consumo e de novos espaços de produção e veiculação.

Porém, é inegável que a fragilidade econômica do setor prejudica a autonomia do veículo. São fatos conhecidos, por exemplo, que políticos e organizações religiosas controlam grande parte das emissoras existentes no país. Além disso, a divulgação musical tornou-se a principal fonte de recursos para muitas emissoras, o que acaba por orientar fortemente a programação musical das mesmas.

**NO: Qual o lugar da indústria cultural na caracterização do rádio brasileiro contemporâneo?**

**EV:** Embora não se possa negar a existência de emissoras locais, onde a atividade de produção radiofônica ainda mantenha certa artesanidade, entendo que a atividade radiofônica no país tornou-se fortemente racionalizada, com a presença de grandes redes e a padronização das práticas de produção. Nesse sentido, entendo que a atividade tenha se tornado fortemente industrializada.

**NO: Como você visualiza a formação acadêmica para a área de rádio na contemporaneidade no caso brasileiro?**

**EV:** Embora minha experiência não seja ampla nessa área, eu entendo que a academia não tem cumprido plenamente seu papel de oferecer uma crítica às atuais limitações do veículo e em propor uma discussão sobre possibilidades alternativas de produção. Nesse sentido, eu entendo que acaba sendo oferecida uma visão naturalizada da trajetória do veículo e um ensino técnico que se destina muito mais à reprodução dos padrões de produção vigentes do que a seu questionamento.

**NO: O mercado profissional se desenvolveu e se diversificou de forma a tornar estimulante a formação acadêmica nessa área?**

**EV:** Creio que não. Entendo que a excessiva padronização da produção radiofônica, hoje limitada a uns poucos formatos e à veiculação ao vivo, oferece um espaço bastante restrito para a experimentação. Assim, ela acaba por se constituir muito mais como uma atividade técnica do que propriamente artística. Atualmente, ao menos em São Paulo, entendo que as novidades surgidas no dial convencional situam-se mais no âmbito da segmentação – especialmente das emissoras integrantes da Rede Bandeirantes – não oferecendo, na verdade, nenhuma inovação em termos de linguagem ou grade de programação.

**NO: De que maneira o desenvolvimento tecnológico, em constante atualização e diversificação, hoje marcante para o processo comunicacional, qualifica o lugar do consumo radiofônico?**

**EV:** De várias maneiras e entendo que o rádio tem sido realmente privilegiado nesse processo. Para o dial convencional, temos a implantação do rádio digital, que permite uma melhora significativa na qualidade do áudio, além da transmissão de textos. Especialmente nos EUA, tivemos o surgimento em 2001 do rádio por satélite, um serviço por assinatura que oferece um pacote com perto de 200 canais. A internet oferece a possibilidade da criação de novas emissoras ou do acesso mundial a uma infinidade de emissoras convencionais. Outra prática em expansão na rede, a do podcasting, surge como uma nova e interessante alternativa para o consumo de áudio. Além disso, telefones celulares e players de MP4 estão incorporando receptores de rádio e possibilitando novas práticas de consumo. Enfim, entendo que esse é um espaço bastante promissor para o futuro da produção e do consumo radiofônico.

**NO: Há políticas públicas na área do rádio brasileiro? Como se situam?**

**EV:** O cenário é um tanto perturbador nessa área. Na mais importante questão do momento – a da definição do padrão para a implantação do rádio digital (HDR) – pouco espaço tem sido dado a uma discussão mais ampla das propostas, havendo uma clara preferência pelo padrão norte-americano (IBOC). Aparentemente, questões relevantes como a da cobrança de royalties e dos investimentos necessários para a conversão ao padrão – que podem favorecer uma concentração econômica ainda maior na radiodifusão – não estão sendo colocadas em pauta.

Nem no âmbito das rádios comunitárias foram verificados grandes avanços, sendo bastante complexo e demorado o processo de legalização das emissoras. Além de extremamente limitadoras as normas para o seu funcionamento.

**NO: Como a diversidade e pluralidade da cultura regional se dá diante da crescente consolidação de uma estrutura radiofônica brasileira sustentada em redes?**

**EV:** É um problema bastante complexo. Ao contrário da TV, o rádio é um veículo com apelo fortemente local. Como já observei aqui, talvez a tendência de concentração se acentue com a implantação da transmissão digital e isso representa uma perda evidente no que se refere à pluralidade. No caso paulistano, uma maior



segmentação das emissoras tem ocorrido sob a égide da concentração das redes, sendo mais evidente o caso da Band, que opera emissoras musicais voltadas a diferentes segmentos (popular, jovem e adulto), uma rádio especializada em trânsito e uma outra no formato all news. Além disso, duas dessas emissoras são patrocinadas por grandes empresas, das quais recebem o nome.

Temo que essa tendência a uma “segmentação dentro da concentração” possa se tornar dominante nos próximos anos.

**NO: Há um perfil possível para o público radiofônico no Brasil na contemporaneidade?**

**EV:** Não, o rádio atende a praticamente todos os públicos. A novidade que me parece mais relevante é do crescimento do público jovem, especialmente através de novas práticas de consumo que são a da recepção pelos aparelhos celulares e por players de música. Pesquisas recentes atestam que tem havido um aumento no interesse do público jovem pelo veículo e também pelo uso do celular como meio preferencial de recepção.

### Bibliografia do entrevistado

VICENTE, E. **Organização, crescimento e crise: a indústria fonográfica brasileira nas décadas de 60 e 70.** Eptic On-Line (UFS), v. VIII, p. 114-128, 2006.

VICENTE, E. **A vez dos independentes(?): um olhar sobre a produção musical independente do país.** E-Compós (Brasília), v. 7, p. 1/19-19/19, 2006.

VICENTE, E. **Música Independente no Brasil dos Anos 90.** Cultura Vozes, Petrópolis, RJ, v. 95, n. 1, p. 81-86, 2001.

VICENTE, E. **A Indústria Fonográfica nos Anos 90: elementos para uma reflexão.** Arte e Cultura na América Latina, São Paulo - SP, v. VI, n. 2, p. 71-96, 1999.

VICENTE, E. **As Tecnologias Digitais de Produção Musical.** Cadernos de Pós-Graduação, Campinas, SP, v. 2, n. 2, p. 103-108, 1998.

VICENTE, E. **Música Popular e Produção Intelectual: uma visão dos artigos sobre música e radiodifusão produzidos pelos intelectuais do Estado Novo.** Cadernos de Sociologia (IFCH/UNICAMP), Campinas - SP, v. 1, n. 2, p. 157-172, 1996.