

Seminário sobre Linguagem Radiofônica

Texto de Avaliação

Uma avaliação sob a perspectiva da sociologia da educação e da cultura¹

Maria da Graça Jacintho Setton
Professora de Sociologia da Faculdade de Educação da USP
Maio 2003

Já se chamou a radiofonia de a universidade popular invisível querendo-se com isso evidenciar o importante elemento de cultura que ela encerra. Mas será preciso pensar também no perigo em que ela pode representar. Se bem que a radiofonia reúna em si todos os meios de aprofundar a cultura geral, ela não é, às mais das vezes, senão um instrumento de vulgarização uniforme e de nivelamento. É claro que uma série de transmissões que tratem de assuntos isolados e escolhidos ao acaso representa papel infinitamente mais restrito que um trabalho sistemático desenvolvido no seio de círculos de estudos, por exemplo (Ariosto Espinheira, 1934).

Agradecimentos

Primeiramente, gostaria de estar agradecendo ao convite da equipe organizadora do *Seminário de Linguagem Radiofônica*, do Departamento Nacional do SENAC, para participar deste evento.

Na qualidade de educadora creio que iniciativas como estas devem ser louvadas por todos aqueles que tem conhecimento das dificuldades que o sistema de ensino, a educação e a cultura no Brasil, vem acumulando ao longo de sua história.

Resumo

A proposta deste seminário, é estimular o debate a respeito do uso dos meios de comunicação de massa, na veiculação de uma proposta aberta de Radiodifusão Educativa, para um público amplo e diversificado.

¹ Este artigo consiste de uma avaliação a respeito de uma experiência de radiodifusão educativa – o Programa de Rádio *Sintonia SESC SENAC* - encomendada pelo Departamento Nacional do SENAC e apresentado em 29 de maio de 2003, no Rio de Janeiro.

Esta reflexão tem como ponto de partida o Programa de Rádio *Sintonia SESC SENAC*, iniciado institucionalmente, nos anos 90. Segundo consta na bibliografia consultada, esta não é a primeira vez que as duas instituições dedicam-se a uma educação aberta, via rádio. Em 1947, tendo como público alvo os comerciários, o SESC-SENAC investiram em um projeto intitulado “*Universidade no ar*”. Algumas indicações sugerem ainda, que mais recentemente, nos anos 70, outro empreendimento semelhante foi alvo de preocupação destas instituições².

Para a realização deste seminário foi proposto um conjunto de cinco questões, com um roteiro de avaliação, que destaca alguns aspectos da produção, veiculação e recepção da proposta do programa.

A intenção deste encontro, segundo seus organizadores, é pois obter um diagnóstico de uma experiência educativa, para jovens e adultos, que tem como desafio adequar conteúdos educacionais a uma linguagem radiofônica eficiente no sentido de alcançar um público heterogêneo. Mais do que isso, a intenção deste encontro é obter um diagnóstico da experiência do Programa de Rádio *Sintonia SESC SENAC* em democratizar a informação como estratégia de fortalecimento da cidadania.

Observações preliminares

Contudo, para a realização deste diagnóstico, creio que seria necessário, de minha parte, precisar a origem destas colocações. É importante salientar o lugar em que essas reflexões foram produzidas. Ou seja, alerta para o fato de que minhas considerações serão feitas sob a luz da sociologia da educação e da cultura.

Minha área de estudo e pesquisa concentra-se, fundamentalmente, nas relações fronteiriças entre cultura e educação, nas relações de interdependência entre as estratégias educativas da família, da escola e da mídia e o consumo de cultura dos sujeitos.

Assim, para responder à proposta deste seminário, ou seja, avaliar o Programa de Rádio Educativo *Sintonia SESC SENAC* vou partir de alguns pressupostos teóricos de filiação sociológica.

Pressupostos teóricos e conceituais

Primeiramente, creio ser necessário afirmar que desde meados do século passado a sociedade ocidental vem passando por amplas e significativas mudanças em suas instituições culturais. Na

² *Radio Educativo no Brasil: um estudo*. Trabalho elaborado pela equipe do Centro Nacional de Recursos Humanos do IPEA/IPLAN, Brasília, 1976 e Moraes Dia, Carlos Eduardo, *Radio Educativa: concepções de rádio universitária*, Dissertação Mestrado, 1993, (entre outros).

esfera da economia, da política, da religião ou ainda no âmbito da vida individual ou da vida cotidiana, observamos intensas e profundas transformações.

No tocante ao nosso tema, vemos a emergência de uma cultura midiática, sobretudo a partir dos anos 50, no Brasil, oferecendo uma outra linguagem, um outro modelo de aquisição e apropriação de conhecimentos. Estamos presenciando a difusão generalizada de um imaginário preso a uma ficção midiática estimulando, no homem contemporâneo, uma nova organização de idéias e representações sobre o mundo.

Entretanto, é preciso salientar, embora todos nós estejamos submetidos a influência desta nova configuração sócio-educacional, são as gerações mais jovens que estão sendo precocemente socializadas pela cultura da imagem, do texto fragmentado, da montagem e *bricolagem* incessante de informações. São elas que estão sendo formadas por uma série de processos educativos informais muitas vezes em ruptura com o projeto pedagógico das instituições tradicionais de ensino.

Nesta nova arquitetura do social, considero a hipótese de que as sociedades contemporâneas contam então com uma prática educativa distinta das demais verificadas historicamente. Vejo o acesso à informação na atualidade generalizado em múltiplas referências. Isto é, creio que a particularidade do processo educativo nas formações atuais deriva das relações de interdependência entre as duas instâncias tradicionais da educação, quais sejam – família e escola – mas da relação de interdependência entre elas e a mídia.

Como cultura em constante circulação, a cultura da mídia tem o poder de tocar, sensibilizar, propor valores, referências identitárias, juízos de valor para uma gama variada de ouvintes ou espectadores. No entanto, seria importante salientar que as mensagens são recebidas de maneira particular por cada um deles.

Ou seja, afirmo que o processo de ressignificação das mensagens está profundamente marcado pelo tipo de patrimônio cultural e econômico dos ouvintes. As disposições e/ou pré-disposições em relação aos conteúdos das programações correspondem a um tipo de prática educativa vivenciada anteriormente pelos indivíduos.³

Como segundo pressuposto sociológico, argumento que toda ação comunicativa corresponde a um ato pedagógico. Isto é, tenho como hipótese que toda mensagem comunicativa ou o conjunto de

³ Bourdieu, Pierre, *La distinction – critique sociale du jugement*. Ed. Minit, Paris, 1979 e, do mesmo autor, *Escritos de Educação*, org. Nogueira, Maria Alice Nogueira e Catani, Afrânio, Ed. Vozes, Petrópolis, 1998.

preceitos culturais e informativos oferecidos pelas instâncias midiáticas, propõem um conteúdo pedagógico. Neste sentido, estou afirmando que todas as mercadorias veiculadas pelas mídias devem ser vistas como potencialmente educativas.⁴

A comunicação midiática opera pois nas sociedades atuais como um agente pedagógico, como um agente educativo, por excelência. Tendo como certa esta colocação poderia afirmar, provocativamente então, que programas como o *Terceiro Tempo*, da Jovem Pan, e, o *Sintonia SESC SENAC* seriam ambos igualmente educativos.

Mas... saltam aos olhos as diferenças. Como precisar, esclarecer todas elas? No meu entender, é nossa tarefa, neste seminário, esclarecer o que entendemos por mídia educativa.

Um terceiro pressuposto que dá base à minha argumentação é de que nesta sociedade da informação, a cultura culta ou midiática⁵, representada pelos valores e referenciais identitários de seus produtores, é hoje uma moeda de muito valor. Como toda moeda ela é cobiçada por muitos. Seja na forma de diplomas escolares ou na forma de uma predisposição à cultura informal (emissões radiofônicas, cinemas, música, literatura, TV), a informação ou a cultura que acumulamos ao longo da nossa experiência de vida são um enorme trunfo que hierarquizam e diferenciam os indivíduos nas sociedades capitalistas. Já na década de sessenta, Bourdieu e sua equipe de pesquisa, concebem o conceito de *capital cultural* para explicitar as diferenças de performance no mundo escolar e profissional daqueles que tiveram acesso e se apropriaram dos bens da cultura, esses vistos como uma nova moeda em circulação.⁶

Por último, gostaria de salientar que os estudos de comunicação mais recentes, estudos específicos sobre a etapa da *recepção*, trabalham principalmente com a perspectiva da segmentação de mercados. Para alguns autores existe uma variedade de pequenos sub-grupos de

⁴ Thompson, John B., *Ideologia e Cultura Moderna*, Ed. Vozes, Petrópolis, 1995 e Hall, Stuart, "A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções de nosso tempo" in *Educação e Realidade*, vol.22 (2), jul./dez., 1997, pp15-26 e Setton, Maria da Graça e Vianna, Claudia, "O conceito de gênero e a construção dos sujeitos femininos na família: o uso do cinema nas reflexões educacionais" in *Anais do V Encontro de Educadores da Região Sudeste – Águas de Lindóia – 21 a 23 de novembro de 2002*.

⁵ Seria interessante considerar aqui as contribuições de Ortiz, Renato em *Mundialismo e Cultura*, Ed. Brasiliense, São Paulo, 1994. Para ele a modernidade traz novos valores, novos padrões globais e hegemônicos que conferem prestígio àqueles que o interiorizam. As formas tradicionais de cultura, entre elas às veiculadas pela escola, por exemplo, deixariam de ser as únicas formas de distinguir os grupos sociais. Neste sentido, o acesso diferenciado aos bens de consumo midiáticos poderia servir como elementos hierarquizantes entre os grupos e segmentos sociais diversos.

⁶ Bourdieu, Pierre, "O novo capital" in *Razões Práticas – sobre a teoria da ação*. Ed. Papirus, 1996 e do mesmo autor, "Os três estados do capital cultural" in *Escritos de Educação*, org. Nogueira, Maria Alice Nogueira e Catani, Afrânio, Ed. Vozes, Petrópolis, 1998.

consumidores que criam entre si afinidades de gosto, que se identificam com propostas e programas específicos.⁷ .

No que se refere ao rádio, sabemos que seu público em especial são os segmentos C (36%) e D (24%), (60%), na faixa etária de 20 a 40 anos (45%). Apenas 12% dos ouvintes possuem de 15 a 19 anos e 30% com mais de 41 anos.⁸

Roteiro de avaliação

Tendo apresentado os principais pressupostos de meu argumento gostaria agora de refletir sobre o eixo de avaliação.

Nele constam questões que envolvem fundamentalmente, no meu entender, as três etapas do processo comunicativo, de uma maneira geral. Quais seriam as três etapas que orientam a prática comunicativa midiática e ou a prática pedagógica de transmissão de um conhecimento?

Destaco aqui a etapa da *produção*, a etapa da *difusão* e por último a etapa da *recepção*. Chamo a atenção para o fato de que cada uma destas etapas formam uma rede de relações entre si. Ou seja, o que estou afirmando é que para que haja um ato comunicativo, para que o processo de troca de códigos, para que o processo pedagógico propriamente dito se realize plenamente, é necessário que cada uma destas etapas formem uma rede de sentido articulada.

Todo ato comunicativo e educativo prescinde pois que emissor e receptor comunguem um mesmo código, partilhem uma mesma linguagem; mais do que isso, é preciso que emissor e receptor se envolvam em uma relação de convivência, é necessário que se estabeleça uma identificação entre a mensagem proposta e as expectativas dos sujeitos.

Neste sentido, vou dirigir minhas respostas a partir do eixo de articulação entre as etapas do processo comunicativo e os pressupostos apresentados no início da minha exposição.

1. O programa tem uma abrangência que atende à diversidade cultural do Brasil?

Resposta – Creio que sim, dado que nos programas enviados para a avaliação existe uma variedade grande de assuntos que interessam a uma gama variada de segmentos sociais. Jovens

⁷ White, Robert, "Recepção: a abordagem dos estudos culturais" in *Comunicação e Educação*, ECA-USP, vol.12, maio/agot., pp. 56 a 76, 1998 ; Mira, Maria Celeste, "O global e o local: mídia, identidades e usos da cultura" in *Revista Margem*, PUC-São Paulo, n/3, dez.,1994, pp. 131-149 e Nestor Garcia Canclini, *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*, Ed. UFRJ, Rio de Janeiro, 1999.

⁸ Elvio Mencarini, Diretor Geral da Rádio 2, Roberto Mencarini, Prof. De Marketing Radio 2, Alfredo Nastari, Publicitário do Escritório de Comunicação, *Instituto de Pesquisa Mídia Dados, Instituto de Pesquisa Ibope*.

(*hip hop*), adultos (vazamentos em casa), idosos (ginástica na terceira idade), questões relativas à violência urbana (para todos), como as drogas, vida alternativa e tratamento fitoterápico etc..

Creio no entanto, que dão uma certa ênfase para o segmento profissional dos professores, pois muitos programas o pressupõe como ouvinte e ou interlocutor.

2. O programa possibilita que o radialista atue de forma flexível, adequando-os às necessidades e interesses de seu público, de sua comunidade?

Resposta – Sim e não. Sim, possibilita uma certa flexibilidade em relação aos interesses de seu público se fizer muita publicidade, chamadas anteriores, em outros horários, sem garantia, no entanto, de envolvimento e fidelidade de um público ouvinte.

Não, pois como foi dito anteriormente, os programas não obedecem a um interesse único, orientam-se, ao contrário, para uma variedade de assuntos que envolvem segmentos de público muito variado. Questiono se o pressuposto da identificação e da convivência entre emissor e receptor se realizam em programas que apresentam temas tão diversificados. Qual o segmento de ouvinte que se interessa pela particularidade da culinária baiana e o serrado do Centro Oeste? Qual o público eclético que se interessa pela história do teatro de bonecos e da vida de um caminhoneiro? Não seria muito distante a realidade do mundo do *hip hop* e da ginástica para a terceira idade?

3. O programa desperta o interesse e motiva a participação do ouvinte?

Resposta – As pesquisas dizem que sim. Mas não poderia ser melhor aproveitado este espaço? O conteúdo é de qualidade, os temas são interessantes, mas creio que a forma de veiculá-los, a didática, por exemplo, poderia ser aprimorada.

4. Tendo em vista seu caráter educativo e os padrões atuais da linguagem radiofônica, o programa explora todo o potencial da linguagem do meio?

Resposta – Creio que esta resposta deveria ser cuidadosa. Não sou especialista em radialismo ou em comunicação. Estou falando segundo a perspectiva de um educador. Temo que o caráter educativo e pedagógico não estejam sendo plenamente explorados. Creio que a proposta educativa do programa deveria ser mais ambiciosa. Deveria tentar articular as relações de sentido potencialmente existentes entre os temas tratados. Os programas para realizarem seu ideal educativo deveriam promover a interdisciplinariedade dos assuntos. Deveriam despertar o interesse dos ouvintes a partir de propostas mais complexas, propondo redes de sentido mais articuladas para públicos segmentados.

5. Recomendações e sugestões

Creio que idealizando um programa penso que ele poderia se realizar

- 1 – circunscrevendo a faixa etária de seu público
- 2 – definindo temas
- 3 - especificando a realidade a ser atingida (públicos de uma escola, família ou empresas)
- 4 – contando com um corpo de profissionais interdisciplinar

Por exemplo- aproveitando o material já existente, tomemos como base um programa educativo sobre o Estado da Bahia. Poderiam ser explorados assuntos relativos aos costumes culinários, características do clima, da fauna e flora do Estado, elementos da religiosidade baiana, ervas e medicina fitoterápica do candomblé, que por sua vez se relacionariam com aspectos da colonização, da história do povo negro, mais do que isso, conteúdos sobre a história do Estado e do Brasil. Todos estes assuntos poderiam estar articulados com temas relativos às atividades econômicas do Estado, o potencial de profissões como o turismo e a hotelaria etc. Neste processo caberia também a divulgação e a leitura de trechos de obras da literatura regional, tendo como exemplos paradigmáticos *Gabriela, cravo e canela* e *Capitães de Areia* de Jorge Amado, *Os sertões*, de Euclides da Cunha ou *Viva o povo Brasileiro*, de João Ubaldo, entre outros.

Desta forma, os conteúdos se entrelaçariam em múltiplas relações de sentido, explorando ao mesmo tempo as especificidades de cada disciplina, história, geografia, literatura, antropologia, a cultura sendo vista em sua totalidade, bem como o respeito às indiocincrasias culturais das regiões e dos povos.

Conteúdos que despertariam o raciocínio articulado, que explorariam a conexão de sentido das disciplinas e a complexidade da realidade humana. Uma didática que estimularia o interesse do ouvinte pois abriria para ele uma nova forma de conceber a realidade, plenamente ajustada aos ideais da interdisciplinariedade e contextualidade requeridos pelas atuais Diretrizes Curriculares do Ensino Médio.⁹

Considerações Finais

A intenção destas reflexões foi analisar o potencial pedagógico da proposta de Radiodifusão Educativa do Programa de Rádio *Sintonia SESC SENAC*. Para analisar criteriosamente alguns programas desta série, concentrei e circunscrevi alguns pressupostos teóricos da sociologia da educação e da cultura. A nova malha de veículos educativos, a segmentação de mercado, a

⁹ Fernandes, Angela Viana, “Diretrizes curriculares Nacionais para o Ensino Médio: é possível superar a histórica dualidade?” pp.21-28 e, Souza, Rosa Fátima, “Uma agenda crítica para a discussão das diretrizes curriculares para o Ensino Médio”, pp. 29-37, ambos in *Revista de Educação*, APEOESP, n/10 – Segunda edição, maio 1999.

convivência entre ouvinte e emissor, foram algumas bases de apoio que possibilitaram essa leitura sobre o programa.

Não obstante, para finalizar esta exposição, gostaria de estar lembrando algumas contribuições de Pierre Bourdieu em seu livro *La distinction – critique sociale du jugement*¹⁰. A importância desta obra para este seminário reside no fato de explorar as raízes sociais das práticas culturais dos indivíduos, entre elas a escolha por uma programação de rádio.

Isto é, para ele, o gosto cultural está diretamente relacionado às condições materiais e culturais de existência dos indivíduos. Se estamos avaliando a pertinência de uma programação de radiodifusão educativa, é porque partimos de um desejo de democratizar o acesso a informações de caráter educativo e cultural, até hoje, restritas a um público privilegiado. Neste sentido, cabe uma reflexão sobre o alcance destas iniciativas, dado que o universo do público a que se destina está pouco familiarizado com os códigos de uma cultura escolar.

Bourdieu, inicia este livro justificando a escolha do tema a que vai se dedicar – o gosto. Para ele, a análise do gosto ou das práticas socioculturais dos indivíduos devem fugir das interpretações essencialistas. Ou seja, para compreender as disposições culturais dos indivíduos, Bourdieu propõe concebê-las como produtos de uma criação coletiva. Fugindo de uma perspectiva ideológica que afirma a natureza espontânea, natural e inata das opções de gosto, Bourdieu neste trabalho, procura denunciar as diferenças de acesso à cultura¹¹ pelas quais os indivíduos das sociedades ocidentais capitalistas estão submetidos.

Para Bourdieu, a competência cultural valorizada no mercado escolar e no mercado social das profissões pode ser adquirida em apenas duas instâncias de socialização - a família e a escola. Espaços por excelência que produzem, fazem circular e possuem o poder de consagrar um tipo de cultura que é legitimado no universo competitivo de uma sociedade hierarquizada.

Segundo este ponto de vista, as preferências de gosto, a escolha por determinada programação cultural estão diretamente relacionadas às condições materiais e culturais de existência. Ou seja, as opções de gosto correspondem a um conjunto de experiências de aprendizagem a que foram submetidos os indivíduos ao longo de uma trajetória social. Alerta ainda para o fato de que é necessário estarmos atentos para as diferentes maneira de aprender a apreciar as mercadorias de caráter cultural. A família, com um ensinamento precoce e homeopático e, a escola, com uma

¹⁰ Publicado em 1979, pela Editora Les Minuit, em Paris, este livro sintetiza uma série de pesquisas sobre o consumo cultural do público francês, que Pierre Bourdieu e sua equipe fizeram em um período de quase dez anos.

¹¹ Para Pierre Bourdieu, a noção de cultura não está sendo usada em seu sentido antropológico, mas com um sentido bastante específico. Ou seja, a cultura legitimada pelo mercado escolar e profissional.

educação sistemática e complementar à herança familiar, seriam as instituições sociais com função de prescrever e ensinar a gostar dos códigos de apreciação de bens educativos e culturais. Ou seja, são as únicas instituições que teriam a capacidade de cultivar o gosto pela cultura culta e escolar. Para Bourdieu, as condições de acesso à cultura determinam, substancialmente, a forma como os indivíduos se relacionam e se identificam com ela.

Neste sentido, as programações desta natureza seriam melhor recebidas, despertariam maior interesse entre aqueles que já possuem uma certa pré-disposição a este tipo de proposta. Para os que ainda não desenvolveram as disposições necessárias, para aqueles que ainda não foram habilitados a apreciar e valorizar elementos de uma cultura escolar, deveriam pois serem submetidos a uma política educativa gradual mas persistente.

Creio que aqui encontramos a razão da proposta de um programa educativo aberto via rádio. A necessidade de aos poucos inocular o interesse pelas questões e reflexões educativas em um público amplo e heterogêneo e com acesso a cultura diferenciado. Não obstante, se aceito as contribuições de Pierre Bourdieu como certas, não posso acreditar na eficácia de programas de radiodifusão aberta.

Neste sentido, é que proponho, para que tenhamos a certeza de resultados satisfatórios em iniciativas como esta, deveríamos nos dirigir especificamente aos *multiplicadores e produtores de cultura culta*. Ou seja, é preciso primeiramente atingir com os programas educativos aqueles que tem a oportunidade de chegar mais próximo a este público almejado, *os professores e as escolas*. São eles que podem e têm como função estimular o interesse, divulgar e ampliar o escopo da cultura dos povos. E nesta tarefa, creio, podem contar com a parceria de veículos difusores como o rádio.

Por fim, para concluir meu argumento, gostaria de lembrar os conselhos de um dos maiores incentivadores dos meios de comunicação de massa na área da Educação, Lourenço Filho. Na apresentação da obra *Radio Educação*, de Ariosto Espinheira, escrito em 1934, Lourenço Filho observa que as maneiras de apresentação das matérias importam muito mais nas emissões rádio-educativa do que a escolha dos próprios assuntos a serem tratados. Para eles o rádio poderia cooperar para a comunhão dos homens pois transcendia as distâncias, podendo se constituir em uma verdadeira *Universidade Popular Invisível*.

Não obstante, ambos alertavam que a radiodifusão educativa nunca substituiria o mestre ou a escola. Tratar-se-ia de um veículo suplementar, com função de secundar o professor na sua tarefa educativa, complementando-a. A radiodifusão educativa não constituiria um meio (maneira, forma ou modo de ensinar) de ensino, mas um veículo que serviria para despertar a curiosidade

intelectual dos ouvintes, um estímulo à imaginação, capaz de despertar o desejo de se instruírem. Enfim, inspirar-se neste ideal para poder usufruir do potencial da educação. Sem dúvida, passo essencial para a construção de uma sociedade democrática.