



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES - CCTA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO - PPJ

AS DIMENSÕES SOCIOEDUCATIVAS DA WEB RÁDIO. No ar: a
Rádio UFPB

Larissa Natália da Cunha Pereira dos Anjos

João Pessoa - PB
Julho de 2016



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES - CCTA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO - PPJ

AS DIMENSÕES SOCIOEDUCATIVAS DA WEB RÁDIO. No ar: a
Rádio UFPB

Relatório final apresentado ao Programa de Pós-graduação em Jornalismo – PPJ, da Universidade Federal da Paraíba – UFPB, como requisito para obtenção do título de mestre em jornalismo profissional, área de concentração produção jornalística, linha de pesquisa processos, práticas e produtos.

Larissa Natália da Cunha Pereira dos Anjos

Orientador: Professor Doutor Luiz Custódio

João Pessoa - PB
Julho de 2016

A611d Anjos, Larissa Natália da Cunha Pereira dos.
As dimensões socioeducativas da Web Rádio. No ar: a
Rádio UFPB / Larissa Natália da Cunha Pereira dos Anjos.-
João Pessoa, 2016.
84p. : il.
Orientador: Luiz Custódio
Relatório (Mestrado) - UFPB/CCTA
1. Jornalismo. 2. Produção jornalística. 3. Web Rádio.
4. Jornalismo público. 5. Educomunicação.

UFPB/BC

CDU: 070(047)



Universidade Federal da Paraíba – UFPB
Centro de Comunicação, Turismo e Artes – CCTA
Programa de Pós-Graduação em Jornalismo – PPJ

O Relatório, intitulado: **As dimensões socioeducativas da Web Rádio. No ar: a Rádio UFPB**, foi _____ pela banca examinadora.

Prof. Doutor Luiz Custódio – UFPB
Orientador

Prof. Doutora Goretti Maria Sampaio de Freitas – UFPB
Examinadora

Prof. Doutora Sandra Moura – UFPB
Examinadora

João Pessoa, _____ de _____ de 2016.

Dedico este trabalho ao Diretor do Centro de Comunicação Turismo e Artes, Professor Doutor Davi Fernandes, o anjo. O apoio operacional dele daria outra dissertação: “Um anjo chamado Davi: Acertos e sonhos realizados de uma mestranda em apuros!”.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pelo amor e carinho de formar uma legião ao meu lado!

A mainha, Lúcia de Fátima, que sempre fez a assessoria de Jesus na Terra me dando assistência de toda ordem, acreditando sempre nos meus projetos e apoiando todos. A painho, Josafá, e meus irmãos, Gláucio e Leandro, pelo orgulho que sentem. Esse sentimento foi uma grande motivação para esta realização inesquecível. Cybelle Saffa, minha irmã-amada, doutora e dona do inglês, que com o próprio exemplo e apoio pessoal e intelectual se manteve como meu norte.

Todos anjos em minha vida.

Por falar em anjo... gratidão ao meu marido, Peterson Anjos, que com sua grandeza compreendeu minhas angústias e me motivou todo o tempo, incansavelmente e sempre.

A minha amiga de sempre, Thalita Duarte, pela generosidade em colaborar com seu profissionalismo para a arquitetura do estúdio. A Valéria Sinésio pelo exemplo que só me levou para frente. Minha amiga Cássia Costa por acreditar sempre que eu conseguiria.

A Reitora Margareth Diniz por apoiar o projeto e mostrar interesse neste sonho possível. Ao meu professor orientador Luiz Custódio, doutor na arte de ensinar, exemplo singular de um mestre que norteia os alunos nas academias universitárias e da vida. Aos servidores da UFPB, Fernando Brito (Peixe) pelos valiosos préstimos para estruturação física da Rádio UFPB e Tânia pela disposição em colaborar teórico e praticamente, praticamente em tudo. Aos membros do CA de Comunicação da UFPB pelo envolvimento na seleção dos voluntários e por oferecer estrutura física e de equipamentos para as reuniões e oficinas. Ao aluno Matheus Felipe pela criação sensível que só valorizou o resultado prático do produto e por todo o empenho para a rádio existir, ter espaço físico e equipamentos. Aos alunos voluntários da Rádio. Equipe motivada, engajada, que é parte primordial para concretização deste projeto sonhado ainda na primeira graduação de Rádio e TV.

Ao Presidente da Rede Paraíba de Comunicação, Eduardo Carlos que dispensou parte do seu tempo para me orientar sobre produção de conteúdo e possíveis caminhos para consolidar este projeto de intervenção.

A Rádio UFPB é além da notícia e a minha gratidão por todos vocês vai além do coração.

RESUMO

Este trabalho resulta na criação da Rádio UFPB na internet, com produção de conteúdo educativo, noticioso, científico, mas também musical e de entretenimento. Este canal radiofônico objetiva a construção da cidadania, a prestação de serviço às comunidades interna e externa à UFPB e ainda tem a função pedagógica de ser espaço para que os estudantes de comunicação possam dar início ao seu papel enquanto mediadores sociais. Para tanto, neste relatório há discussão sobre o jornalismo participativo e seus diversos níveis de participação elencados por Peruzzo (2004) e debatidos também por Paulino e Silva (2013). A programação é estruturada nos pilares do jornalismo público apresentados por Quadros (2005) e Rothberg (2011). A Educomunicação definida por Soares (2011) também é discutida na fundamentação teórica para construção deste projeto de intervenção. Foi necessário utilizar ainda noções sobre jornalismo cidadão apresentados por Peruzzo (2002) e Targino (2009). Este relatório percorre ainda os marcos históricos do rádio com Ferrareto (2001), passando pelas versões sobre o pioneirismo da radiodifusão brasileira discutidas por Coelho (2014), os rádios transistorizados apresentados por Mehl (2016 [?]) até alcançar a internet como resgatam Buffarah Junior (2003) e Meditsch (2001). Na sequência, observa-se as estratégias metodológicas adotadas para a construção da atividade acadêmica aqui proposta. Embora não sendo uma ação propriamente de pesquisa, foram utilizados métodos da investigação científica denominados de metodologias participativas comumente adotadas para orientação de projetos de intervenção, a exemplo da pesquisa-conforme Thiollent (2003) e Peruzzo (2010) e da observação participante, tema também problematizado por Peruzzo (2010). Tais recursos possibilitaram uma melhor interação e participação entre a autora do projeto e a equipe de alunos dos cursos de Rádio e TV e Jornalismo da UFPB. Esta proposta de radiodifusão preenche uma lacuna na mesma Universidade, que até então não detinha espaço radiofônico de modo a divulgar suas produções científicas que nem sempre estão sendo divulgadas satisfatoriamente nos principais canais de comunicação paraibanos. Este relatório apresenta as etapas vencidas para institucionalização da proposta, processos de produção e de seleção de voluntários, bem como os caminhos percorridos para estruturação do espaço físico. As Rádios na internet podem ser ferramentas para prestação de serviço ainda preservando características dos canais radiofônicos convencionais, anterior à elas.

Palavras-chave: Web Rádio; Jornalismo Público; Educomunicação.

ABSTRACT

The outcome of work is the UFPB Web Radio creation, with educational and scientific content, news service, as well as musical and entertainment content. This radio channel aims at promoting and cultivating the civic spirit, provision service to internal and external UFPB communities. In addition, it plays an educational role for Social Communication students to initiate their role as social mediators. To this end, this report also presents a discussion about participatory journalism and its several levels of participation proposed by Peruzzo (2004) and discussed by Paulino and Silva (2013). The programming is structured in the pillars of public journalism presented by Quadros (2005) and Rothberg (2011). The term educommunication, defined by Smith (2011), is also discussed in the theoretical background in the design of this intervention project. It was also necessary to use concepts about citizen journalism outlined by Pat (2002) and Targino (2009). Moreover, this report offers an overview of the key milestones in the history of radio (Ferrareto, 2001) mentioning the versions on the pioneering Brazilian broadcasting, discussed by Coelho (2014). Not to mention the journey from the transistorised radios (Mehl, 2016) to the birth of the internet illustrated by Buffarah Junior (2003) and Meditsch (2001). Henceforth, the following chapter presents the methodological strategies adopted for the construction of the academic activity here proposed. Even though this is not an actual action research, a scientific research method has been adopted, namely, the so-called participatory methodologies commonly adopted in intervention projects, with attention to the research action by Thiollent (2003) and Peruzzo (2010) and the participant observation, also problematized by Peruzzo (2010). Such resources allow for a greater participation of both Radio and TV students at the same time cater for an interaction between the author of the project and the aforementioned students of journalism at UFPB. This broadcasting proposal fills a gap in the University here in question, that hitherto, held no radio space for the dissemination of its scientific productions not always satisfactorily disclosed in the main Brazilian communication channels. Furthermore, this report presents the steps taken from the institutionalisation of the proposal, production processes and selection of volunteers, as well as to the paths taken to the structuring of the physical space. Web radio stations can serve as tools of provision service keeping the essential characteristics of conventional radio stations before them.

Keywords: Web Radio; Public Journalism; Educommunication.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

QUADROS

Quadro 1 – Acessórios, equipamentos e mobiliário para Rádio UFPB.....	40
Quadro 2 – Equipe de Pessoal para Rádio UFPB.....	41
Quadro 3 – Programação da Rádio UFPB.....	54
Quadro 4 – Textos das vinhetas da Rádio UFPB.....	56
Quadro 5 – Planilha de produção da Rádio UFPB.....	59

FIGURAS

Figura 1 – Logomarca da Rádio UFPB.....	47
Figura 2 – Logomarca nova da Rádio UFPB.....	48
Figura 3 – Logomarca do perfil do Facebook da Rádio UFPB	48
Figura 4 – Logomarca da capa da página do Facebook da Rádio UFPB.....	49

FOTOGRAFIAS

Fotografia 1 – Estúdio da Rádio UFPB.....	42
Fotografia 2 – Estúdio da Rádio UFPB.....	43

IMAGEM

Imagem 1 – Projeto de Ambientação do Estúdio da Rádio UFPB.....	44
-----------------------------------------------------------------	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 OBJETIVOS.....	14
1.1.2 Objetivo Geral	
1.1.3 Objetivos Específicos	
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1 O RÁDIO ATÉ À SUA ADOÇÃO PELA INTERNET	15
2.1.1 Pioneirismo e várias versões	15
2.1.2 O transistor e a revolução do rádio transistorizado	18
2.1.3 O novo rádio: características da Web Rádio	20
2.1.4 Estatística no Brasil: rádios hertzianas e as rádios universitárias na internet	23
2.2 RÁDIO UFPB E O JORNALISMO PÚBLICO.....	24
2.3 RÁDIO UFPB E A EDUCOMUNICAÇÃO	28
2.4 A INTERNET E OS MODELOS PARTICIPATIVOS DO JORNALISMO.....	30
2.5 JORNALISMO E CIDADANIA: PROCESSOS COLABORATIVOS, LIMITES E DESAFIOS.....	34
3 DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO JORNALÍSTICO	36
3.1 OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE	36
3.2 PESQUISA-AÇÃO	37
3.3. DIÁRIO DE CAMPO.....	38
3.3.1 Em produção: Institucionalização da Rádio UFPB	39
3.3.2 Seleção de voluntários: Métodos e funções e a produção de conteúdo	45
3.3.3 Identidade visual da Rádio UFPB	46
3.3.4 A grade de programação da Rádio UFPB	49
3.3.5 Concepção das vinhetas dos programas	55
3.3.6 As ferramentas de interatividade	57
3.3.7 Ensaio: Rádio UFPB no ar	58
4 RECOMENDAÇÕES	60
5 CRONOGRAMA	62
REFERÊNCIAS	63
APÊNDICE A – LISTA DE CUSTOS OPERACIONAIS DA RÁDIO UFPB	66

APÊNDICE B – FICHA TÉCNICA DA RÁDIO UFPB.....	67
APÊNDICE C - CONTROLE DE CERTIFICADOS DA RÁDIO UFPB.....	69
APÊNDICE D – REGULAMENTO DA RÁDIO UFPB.....	70
ANEXO A - GRÁFICO 1- TOTAL DE EMISSORAS DE RÁDIO NO BRASIL..	75
ANEXO B - GRÁFICO 2 – PERFIL DEMOGRÁFICO E PENETRAÇÃO DOS CONSUMIDORES DO MEIO.....	76
ANEXO C - GRÁFICO 3 – ACESSO À INTERNET NO BRASIL.....	77
ANEXO D - GRÁFICO 4 – INTERNAUTAS NA POPULAÇÃO.....	78
ANEXO E – RÁDIOS UNIVERSITÁRIAS.....	79
ANEXO F - PROJETO DE AMBIENTAÇÃO DO ESTÚDIO DA RÁDIO UFPB.....	85

1 INTRODUÇÃO

A Universidade Federal da Paraíba desenvolve atividades de ensino, pesquisa e extensão fundamentais para o crescimento de todas as áreas do conhecimento, através de vários projetos comprometidos com o desenvolvimento estadual e regional. Tais ações pedagógicas visam, principalmente, a construção de conhecimentos inovadores em busca de solução para os graves problemas sociais, econômicos, educacionais, culturais, entre muitos outros que ainda afetam a Paraíba e demais estados da região Nordeste, especificamente. Todas essas ações realizadas, porém, nem sempre estão sendo divulgadas satisfatoriamente nos principais canais de comunicação existentes no estado da Paraíba. Muitos desses temas, muitas vezes escapam ao olhar da própria Assessoria de Imprensa da UFPB no encaminhamento de matérias para a mídia local. Por outro lado, nem sempre os conteúdos produzidos, estão em sintonia com os critérios de noticiabilidade adotados pelos jornalistas que cobrem a área de educação junto aos jornais, emissoras de rádio e TV e mídia digital no âmbito estadual.

Além dessas questões citadas acima, há ainda a ausência hoje, na Universidade Federal da Paraíba de um canal de áudio, de uma rádio na internet produzida por docentes, discentes e técnico-administrativos da Instituição sobre temas voltados à promoção da cidadania, da educação, da ciência e da cultura.

A última vez que a instituição dispôs desta ferramenta foi no ano de 2008 quando da criação da Web Rádio Intercampus, da qual trataremos em um capítulo a parte mais à frente. Foi idealizada por alunos do curso de Rádio e TV, da época, que ocupavam o espaço com conteúdos jornalístico, de entretenimento e cultural com o objetivo de conquistar a audiência do público interno da instituição, potencialmente os estudantes da academia e ainda de oferecer aos graduandos em comunicação a experiência prática para a futura carreira profissional.

A proposta se consolidou como projeto de extensão da UFPB, no ano seguinte, em 2009, e oferecia, portanto, bolsa de estudos para graduandos envolvidos na Web Rádio, bem como dispensa de disciplinas. Os trabalhos desenvolvidos na ferramenta foram coordenados pela professora mestre Norma Meireles¹ e pela professora doutora Olga Tavares². Em 2011 o projeto ficou inativo por falta de equipamentos básicos como

¹ Professora e ex-coordenadora do curso de Rádio e TV da Universidade Federal da Paraíba.

² Professora doutora do curso de Rádio e TV da Universidade Federal da Paraíba.

gravadores e computadores com placa de áudio para viabilizar a edição e estrutura física, como sala própria para o trabalho da produção e o estúdio de gravação também próprio, já que o estúdio do curso de Rádio e TV da Universidade era de uso prioritário dos estudantes para atividades das disciplinas da graduação. Em 2012 as produções da Web Rádio Intercampus foram retomadas, mas estes mesmos entraves impossibilitaram sua manutenção no ar, no mesmo ano.

Não preenche a lacuna, mas os discentes fazem uso de um breve espaço na Rádio Tabajara AM, emissora que é mantida pelo Governo do Estado da Paraíba, como alternativa para levar ao ar suas produções acadêmicas de áudio. A parceria possibilita aos graduandos a oportunidade de experimentar o mercado de trabalho que eles precisam dominar ao sair dos muros da Universidade, mas ainda está aquém de uma ferramenta plenamente disponível aos alunos, que a UFPB deve oferecer.

Instalar na instituição um suporte para a prática profissional, por vezes enfatizado nesta fase introdutória deste trabalho, é uma proposta desafiadora e que desde sua concepção foi desacreditada por professores e alunos.

O intercâmbio de pessoas e de ideias ganha palco no projeto de intervenção apresentado neste trabalho, que é a concepção da Rádio UFPB na internet. Esta ferramenta é em sua essência, espaço midiático, por exemplo, para as músicas de autoria dos que fazem o curso de Música desta universidade, bem como as pesquisas científicas que têm seu berço na UFPB com o objetivo de contribuir no cotidiano da sociedade.

Dispor desta Web Rádio durante o processo de aprendizagem nos cursos de Jornalismo, Rádio e TV e Mídias Digitais pode determinar o sucesso profissional dos discentes.

É importante destacar que o uso cada vez mais crescente da rede mundial de computadores pelas diversas camadas sociais, faz da internet, onde a rádio se hospeda, uma ferramenta de disseminação de informação eficiente que pode levar conteúdos de prestação de serviço para garantir a quem escuta acesso a direitos enquanto cidadãos. Este novo canal preocupa-se não somente com notícias do âmbito acadêmico bem como, informações que alertem a sociedade externa à instituição, sobre projetos de extensão desenvolvidos na UFPB que oferecem serviços de saúde, educação, esporte, cultura e lazer.

Trata-se, aqui, de um meio de comunicação educativo, produzido e idealizado por uma universidade pública e que mantém a essência da notícia jornalística, esta fundamentalmente de interesse público para as diversas camadas sociais.

Democratizar o acesso à informação, reunir no discurso jornalístico questões de relevância social e de interesse público, devem permear a rotina das redações jornalísticas, como trata Miguel (2002), sobre a produção de conteúdo. O referido autor destaca a necessidade do profissional e da mídia, não serem somente mediadores, como também trabalharem temáticas relevantes para classes sociais diversas.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

- Planejar e produzir uma programação piloto da Rádio da Universidade Federal da Paraíba na internet, com conteúdo institucional e de prestação de serviço à comunidade interna da UFPB e externa ao ambiente da academia.

1.1.2 Objetivos Específicos

- 1) Produzir um modelo de programação para a Rádio UFPB na internet.
- 2) Apresentar conteúdos informativos institucionais e de prestação de serviço, que contemplem:
 - a) Projetos de extensão abertos à comunidade que são desenvolvidos na Universidade;
 - b) Serviços à população oferecidos por todos os cursos, de todos os Campi da Universidade Federal da Paraíba;
 - c) Projetos de pesquisa, calendário acadêmico e outras atividades internas;
 - d) Produções intelectuais, culturais e artísticas da academia;
 - e) Conteúdo institucional da UFPB.
- 3) Desenvolver, estruturar e organizar uma grade de programação identificada com o jornalismo público e pautada na educomunicação.
- 4) Instituir uma prática inovadora de avaliação do Rádio em sintonia com os novos espaços tecnológicos vivenciados pela mídia radiofônica na contemporaneidade.

O produto de intervenção aqui descrito busca inspiração e, portanto, se abriga em dois referenciais teóricos principais para delimitar sua linha editorial e nortear a equipe envolvida: o jornalismo público e a Educomunicação, sem esquecer de conectar à estes a história da radiodifusão no Brasil e sua trajetória até a internet.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 O RÁDIO ATÉ À SUA ADOÇÃO PELA INTERNET

2.1.1 Pioneirismo e várias versões

A primeira transmissão de rádio no Brasil não é consenso na história da radiodifusão brasileira. Ferrareto (2014) apresenta as duas versões, uma delas data de 1919 quando, no mês de abril, a Rádio Clube de Pernambuco foi ar pela primeira vez. Este fato histórico completou 97 anos no dia seis de abril de 2016. A emissora era sintonizada no dial - AM, 720Khz. A sua fundação foi de responsabilidade do radiotelegrafista Antônio Joaquim Pereira e seria, portanto, mais velha que o rádio, se considerarmos o início oficial datado de 1922 no sudeste do país.

A singela atitude destes pioneiros liderados por Augusto Joaquim Pereira vai dar origem a uma das principais dúvidas históricas sobre os anos iniciais do rádio no país, ligada a qual seria, realmente, a entidade a instalar a primeira estação: o Rádio Clube de Pernambuco ou a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. A questão, portanto, passa por definir quem transmitiu antes conteúdo sonoro – conversação, conferências, debates, música etc. – em uma perspectiva ponto-massa e com que frequência o fez. De acordo com as referências existentes, boa parte das dúvidas advém: (1) da impossibilidade de enquadrar os pioneiros nordestinos, com certeza, como radioamadores, radiodifusores ou ambas as categorias; e (2) da fundação da entidade, em 1919, e de sua reorganização, quatro anos depois. (FERRARETO, 2014, p.16)

Ferrareto (2014) observa ainda que esta iniciativa histórica não pretendia uma transmissão radiofônica, mas sim uma comunicação radiotelegráfica, que à época era autorizada apenas para o governo. “A organização de uma entidade de amadores voltava-se, assim, à defesa do que estes pioneiros consideravam seus direitos: ter acesso legal à possibilidade de transmitir e receber mensagens por ondas eletromagnéticas.” (FERRARETO, 2014, p. 17).

Por esta razão Coelho (2014) afirma que “[...]essas comunicações públicas não podem ser consideradas como radiodifusão, tendo em vista a sua característica de recepção em espaço aberto por meio de alto-falantes, e, ainda, o número insignificante de aparelhos individuais [...]” (COELHO, 2014, p. 24)

Há quase cem anos, quando a Rádio Clube de Pernambuco fez sua primeira transmissão, ela foi ouvida por poucas pessoas, um grupo pequeno e seletivo de classe média alta da capital pernambucana Recife. Não se trata aqui de uma manobra para privilegiar este grupo mas uma limitação técnica do recém-nascido veículo de comunicação que

naquela época ensaiava sua vida longa e competia sua vontade de ir mais longe com o limite da única forma conhecida até então para transmitir áudio naquela época.

Ferrareto (2014) reúne informações de que as primeiras transmissões em 1919 eram captadas através de um rádio receptor, construído artesanalmente e acompanhado por fones de ouvido. Uma transmissão de pouca abrangência, mas que aconteceu, e que só quatro anos mais tarde, em 1923, alcançou o centro do Recife, após a instalação de um equipamento de 10 watts, até então era de 5 watts. Ano seguinte à transmissão oficial de rádio no Brasil, motivo, também dos tantos questionamentos sobre o pioneirismo da Rádio Clube de Pernambuco. A classe média alta da época ouviu em 1919, primordialmente, óperas, outras obras clássicas e recitais que ocuparam a programação nos primeiros anos da emissora.

Tratava-se de uma fase experimental, inovadora, sem modelo anterior para cópia, que se configurava no ar, com estrutura técnica limitada, trazendo entretenimento para os seus poucos ouvintes e delimitando-se a retransmitir em som, em sua primeira fase, os textos escritos nos jornais impressos, que pautaram o rádio no seu início.

Estas cópias do jornal impresso eram feitas sem qualquer adaptação de linguagem, havia uma leitura na íntegra do que estava escrito no noticiário de papel, mas que para época e até hoje, trata-se de um avanço importante da comunicação brasileira.

Zuculoto (2012) quando relata os primórdios do rádio no Brasil é enfática e crítica ao afirmar:

Pode-se dizer que a notícia é exceção no rádio pioneiro, pois é emitida como cópia pura e simples dos jornais impressos. Também pela precariedade técnica das transmissões. Mesmo os radiojornais de Roquette Pinto, com opinião e interpretação, não chegam a marcar um modelo para a notícia radiofônica brasileira, pois eram igualmente produzidos com base nos impressos e foram superados pelo estilo “Esso” posteriormente. Em resumo, na 1ª fase do rádio nacional, improvisação, amadorismo e cópia fazem sua notícia. (ZUCULOTO, 2012, p. 28).

A Rádio Clube de Pernambuco ainda coleciona outro fato histórico, o de transmitir ao vivo, pela primeira vez, a cobertura do futebol para o Norte/Nordeste tendo narração inédita de Abílio de Castro em 1931. Em outubro de 1935 o presidente à época, Getúlio Vargas, assina um decreto e concede a permissão oficial para a emissora ir ao ar para todo o país. Foi em 1952 que ela se profissionalizou ao ser integrada aos Diários Associados de Assis Chateaubriand. Mas até este ano chegar, a Rádio Clube de Pernambuco e seu fundador enfrentaram o nascimento de outro registro histórico sobre o pioneirismo do rádio no Brasil, como marco de transmissão inédita no território brasileiro.

O estúdio da Rádio Clube de Pernambuco situava-se na capital, Recife, até passar a se chamar Rádio Globo Recife em fevereiro de 2014 depois de uma negociação entre os Diários Associados e o Sistema Globo de Rádio.

Coelho (2014) dedica-se a resgatar da história do rádio brasileiro, esta outra emissora pioneira em transmissão no país:

Ainda em 1923, por falta de um programa de implementação de radiofonia no país, os intelectuais da Academia Brasileira de Ciências (ABC)³, receosos diante da possibilidade de utilização da estação da Praia Vermelha apenas para fins de telegrafia, apresentaram ao governo um projeto de radiodifusão, elaborado a partir de suas pesquisas. Naquele mesmo ano, foi fundada a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro (PRA2) nos salões da ABC. (COELHO, 2014, p.24)

Esta emissora que acabara de ser apresentada por Coelho (2014) foi idealizada por Edgar Roquette Pinto, médico, antropólogo, educador e precursor da radiodifusão no Brasil. O referido canal de áudio objetivava, como privilegiava seu idealizador, difundir a educação e a cultura.

A concepção de radiofonia idealizada pelos intelectuais da Rádio Sociedade envolvia os campos da cultura, da educação e da instrução. Para esses pioneiros, a radiodifusão deveria dedicar-se exclusivamente à transmissão da cultura. Nesse aspecto, destacava-se a perspectiva desenvolvida por estudiosos não apenas sobre a vulgarização, como sobre a transmissão do conhecimento. Apenas o acesso ao conhecimento seria capaz de libertar nosso povo, disperso pela imensidão do território nacional, das explicações lendárias e da ignorância. A radiocultura não teria a capacidade de substituir o sistema educacional, algo muito mais complexo. (COELHO, 2014, p.25)

A rádio carioca era mantida com doações de sócios até que Roquette Pinto decidiu doá-la para o Ministério da Educação e Cultura para não transformá-la em rádio comercial. A emissora de rádio passou a se chamar Rádio MEC e mantém até hoje o mesmo propósito educativo-cultural na frequência modulada 99,3, nas ondas de rádio do Rio de Janeiro e na internet³.

Passada esta fase introdutória, o rádio encontra sua essência na década de 30, em meados de 1935, mais precisamente, até 1955, quando vislumbra a “Era de Ouro” de sua história. É neste período que ele valoriza sua imediatividade na transmissão de informações jornalísticas. É nesta época, que o Repórter Esso vai ao ar e marca o padrão radiofônico de transmitir notícia no dial, que é aprimorada até hoje no Brasil e tem raízes no modelo de jornalismo do rádio dos Estados Unidos. O “Esso” traz o *lead* ao Brasil e mais, constrói o estilo, o modelo de notícia que é referência até hoje no radiojornalismo do país. “A maior contribuição do Repórter Esso foi a introdução de um modelo de texto linear, direto,

³ <http://radios.ebc.com.br/mecfmrio>

corrido e sem adjetivações, apresentado em um noticiário ágil e estruturado.” (FERRARETTO, 2001, p. 127)

Ao longo de sua vida, que não terminou, o rádio no Brasil sofreu ameaças de morte. A primeira, na década de cinquenta, foi da televisão. O advento deste meio de comunicação, com o atrativo do apelo visual que o rádio não oferece, levou consigo não só público, mas profissionais que migraram para a então novidade tecnológica que ainda era artigo de luxo nas casas brasileiras.

Zuculoto (2012) complementa que o veículo realmente sofre um declínio passando da era de espetáculo para se limitar a tocar músicas, em praticamente, toda à sua programação, na maioria das emissoras.

2.1.2 O transistor e a revolução do rádio transistorizado

Mas é quando ele parece ser superado que o rádio se reinventa, se redescobre, inova e se mostra capaz de estar em qualquer lugar, a qualquer tempo.

Mehl (2016 [?]) explica que até 1947 os aparelhos de rádio tinham válvulas, eram pesados, com muito volume porque ainda dependiam de baterias grandes para atender o alto consumo de energia dos tubos.

Foi o transistor, pequeno equipamento de receptor portátil, que deu ao rádio flexibilidade para ser transportado na palma da mão. Não há consenso sobre a criação do transistor, mas uma das versões apresentadas por Mehl (2016 [?]) afirma que o feito é mérito de três físicos americanos, John Bardeen, William Shockley e Walter Brattain inventaram o transistor em 1947 e foram reconhecidos por isto em 1956 com o Prêmio Nobel de Física. Tratava-se de um equipamento pequeno, com circuitos em miniatura e baixo consumo de energia, que inicialmente havia sido pensado para outro fim.

[...]é até estranho que a invenção do transistor tenha tido sua origem em uma área de pesquisa relativamente distante, ligada ao desenvolvimento do radar. Ao contrário do que seria de se imaginar, o transistor surgiu como resultado de estudos onde se desejava usar cristais de germânio e de silício como detectores de radar e talvez esse fato explique porquê à princípio seus inventores não tivessem dado a devida importância ao novo dispositivo. Também é interessante observar que o transistor, ao contrário de outras descobertas, não é propriamente um "produto de guerra", mas uma invenção ocorrida imediatamente após a Segunda Guerra Mundial, como uma espécie de consequência da disponibilidade de cristais de germânio altamente purificados produzidos como arma militar. (MEHL, 2016 [?], p.1)

Mehl (2016 [?]) registra ainda que foi em 1948 que o mundo conheceu o protótipo de rádio transistorizado, um marco não só para a comunicação mundial como também uma inovação, uma evolução da eletrônica.

O transistor popularizou o rádio, o fez caber no bolso, é mais do que uma invenção genial, trata-se de um aparelho que mudaria hábitos da época, fazia do rádio um companheiro capaz de transporta sem dificuldade. Escutar rádio passava a ser possível a qualquer tempo, hora e lugar.

O rádio transistorizado passava a levar músicas, notícias à toda parte, onde o ouvinte estivesse, um caráter inimaginável para os aparelhos de televisão pesados e grandes.

O rádio precisava ainda de uma revolução no seu conteúdo.

Pautado pela prestação de serviço e estimulado pelo desenvolvimento da frequência modulada, a FM, é nas décadas de 70 e 80 que o rádio conquista de vez o seu espaço na radiofonia brasileira. Na década seguinte, o estilo “Esso” dos Estados Unidos de construir a notícia radiofônica perde força e o Brasil formula seu próprio modo de narrar fatos jornalísticos nas ondas do rádio. É na década de 90 que surgem os modelos “*all news*” e “*talk and news*” que se sustentam nas transmissões de notícias em tempo real, ao vivo. Estes modelos foram importados dos Estados Unidos. Baumworcel (2001) destaca que o primeiro modelo descrito aqui, o “*all news*” representa um marco na forma de entender a informação, que passa portanto, a ser percebida como mercadoria. Isto porque, segundo a mesma autora, tal modificação se deve ao modo acelerado como a informação é transmitida, semelhante ao modelo capitalista vigente.

Nos anos 2000, o advento da internet é uma ameaça à vida útil do rádio, como narra Zuculoto (2012) ao detalhar a história da radiodifusão.

Mas, Magnoni e Carvalho (2010) observam:

O rádio é um sobrevivente. Um veículo que, nas últimas seis décadas testemunhou o nascimento de gigantes – seres poderosos como a televisão, salas de cinema que garantem imersão total, aparelhos de DVD de alta definição, videogames com experiências que flertam com o real e ela, a insuperável internet. Mas o rádio respira. Não estufa o peito como antes, é verdade, mas respira. (MAGNONI E CARVALHO, 2010 apud ZUCULOTO, 2012, p. 33).

As ondas radiofônicas ganham transmissão na internet. O veículo mais uma vez se adapta, se reinventa, migra para a *web* e é quando nascem as webrádios.

Para Ferraretto (2001), quando o rádio alcança a rede mundial de computadores, ele se afasta do seu conceito original, partindo da premissa de que o rádio até então

limitava-se à transmissão de conteúdo através de ondas eletromagnéticas, com a internet este meio de comunicação passa a irradiar sonoridade na web onde há a possibilidade de também compartilhar espaço com animações, imagens em movimento e/ou estáticas.

O visual que alcança o rádio na web não significa, entretanto, que ele adquire também características de televisão, como problematizaram Barbeiro e Lima (2001):

O novo vai ter que disponibilizar na rede as imagens dos seus apresentadores e entrevistados e até mesmo dos anúncios veiculados. Então, o rádio vai se transformar em uma televisão na web? Por quanto não, porque sua linguagem continuará sendo auditiva e a imagem só ficará à disposição do internauta-ouvinte se ele assim desejar. (BARBEIRO E LIMA, 2001, p. 38).

Mas este caminho da radiodifusão para a internet não empobrece a natureza do veículo. Analisando críticas, teorias e discussões sobre este momento vivido pelo rádio, é possível afirmar que quando ele ganha o status de webrádio é também um marco das consequências da evolução deste meio de comunicação.

As tecnologias digitais despertam a possibilidade de interferência popular no processo noticioso. É relevante destacar a ampliação do acesso à internet, através de pontos de conexão gratuitos. Na capital paraibana, João Pessoa, por exemplo, há internet sem fio em praças públicas, pontos turísticos, através do programa “Jampa Digital” mantido pelo governo municipal da cidade e ainda há estações digitais abertas à comunidade.

O novo rádio tem que se transformar para sobreviver no mercado em que a web está se convertendo, através de uma explosão acelerada. O velho esquema do “eu falo e você me escuta” será substituído pelo diálogo com o público-alvo da rádio, no qual a cumplicidade e a busca do interesse comum serão essenciais. (BARBEIRO E LIMA, 2001, p. 39).

2.1.3 O novo rádio: características da Web Rádio

Ser capaz de ouvir. É o bastante para o rádio, diferentemente da televisão que tem o apelo visual e o jornal impresso que exige alfabetização. É através do som que o ouvinte cria a imagem que quiser. Mas o rádio na internet estimula além da audição, como Ortiz e Marchamalo (2012) acrescentam:

O advendo da internet, porém, faz surgir uma nova forma de radiofonia, onde o usuário não apenas ouve as mensagens transmitidas, mas também as encontra em textos, vídeos, fotografias, desenhos, hipertextos. Além de áudio, há toda uma profusão de elementos textuais e imagéticos que resignificam o velho invento de Marconi. (ORTIZ E MARCHAMALO, apud PRATA, 2012, p. 43).

Prata (2012), quando se refere à este novo modelo de rádio explica que nasce junto com ele, uma nova forma de discurso, que ela define como discurso eletrônico.

Trata-se de uma nova linguagem, que une o texto escrito e a palavra falada, oralizada. Há uma relação íntima e indispensável entre ambos, trata-se agora de um rádio multimídia, nele convergem o som, a imagem e o texto. Prata (2012) assinala os pressupostos deste novo modelo:

Do ponto de vista da tecnologia, o novo rádio é, por excelência, digital. A partir do olhar da linguagem, a nova radiofonia tem como base a interação, o usuário como produtor e consumidor de informações ao mesmo tempo, a menor fidelidade do público, a alta segmentação das emissoras e a presença de elementos imagéticos e textuais. (PRATA, 2012, p. 50).

O nível de participação neste novo modelo de rádio se aproxima da profundidade prevista pelos teóricos que tratam sobre o jornalismo cidadão, a exemplo de Peruzzo (2002) que delimita a prática deste jornalismo pelo cidadão, sem interferências, sem intermediadores. O desafio da ferramenta apresentada neste trabalho é alcançar este nível de participação, de cidadania com a comunidade acadêmica e externa à UFPB.

Mas todos os esforços foram dispensados no sentido de tentar ainda preservar a fidelidade do público, proporcionando uma programação útil, dinâmica, com conteúdo único e que promova a prestação de serviço aos usuários da rádio na internet.

Estas são apenas as primeiras características do rádio na internet, há mais outras que Buffarah Junior (2003) define como formas de utilização:

A hipótese central dessa discussão é de que a conversão do veículo rádio para Internet traz conseqüentemente um somatório de potencialidades, no qual encontramos três formas de utilização: rádios convencionais (abertas) via Internet, rádios virtuais ou canais de áudio e web rádios (exclusivas da rede). (BUFFARAH JUNIOR, 2003, p.3)

Além de apresentá-las, este trabalho se dedica ainda a definir em qual destas categorias a Rádio UFPB se encaixa.

As emissoras interpretadas por Buffarah Junior (2003) como rádios convencionais (abertas) são aqueles que estão nas ondas hertzianas, mas também disponibilizam os seus conteúdo *online*, em tempo real, unindo ao áudio recursos visuais de imagem e de texto.

O ouvinte que já tem uma empatia com a programação aproveita a Internet como um novo canal, sem deixar de utilizar seu aparelho de rádio convencional sempre que possível. Esse formato também permite o acesso de pessoas fora de uma área geográfica determinada pelo alcance da emissora. Assim, ouvintes fiéis podem continuar acessando sua programação mesmo quando estiverem no exterior ou

em outras cidades fora da área de cobertura da transmissão, além de poderem interagir com essa programação. (BUFFARAH JUNIOR, 2003, p.3)

As rádios virtuais ou canais de áudio são aquelas, segundo o mesmo autor, que não têm necessariamente, as ferramentas estéticas de uma rádio como vinhetas, transmissão ao vivo, trata-se uma operação que é possível denominar ainda de rádios off-line.

Esta rádio, baseada em softwares e microcomputadores, pode manter uma programação (preestabelecida) por dias no ar, promovendo a alteração da ordem do material veiculado com base em um banco de dados. Dá-se a impressão de uma atualização de conteúdo, tocando músicas aleatoriamente sem relação pessoal estabelecida com o ouvinte, valendo-se da rotatividade da audiência. (BUFFARAH JUNIOR, 2003, p.3)

O último modelo de rádio na internet definido ainda por este autor é o formato que Buffarah Junior denomina de Web Rádio, emissoras que produzem conteúdo somente para a internet. Há promoção de interatividade, com participação mais recorrente dos usuários, inclusive na produção de conteúdo.

As transformações tecnológicas levam o rádio a encontrar na dispersão da fragmentação eletrônica a própria multiplicação de seu modelo, possibilitando acesso a dados em formato multimídia, sendo esta a terceira forma a ser apresentada: as rádios virtuais que se estabeleceram na Internet como sites integrando áudio, vídeo, textos e fotos a uma programação que garante acesso a serviços diferenciados, além de uma estética que tenta privilegiar a possível interatividade entre os ouvintes e a emissora. (BUFFARAH JUNIOR, 2003, p. 3-4).

Mesmo conceituando e entendendo que há várias formas de fazer rádio no ambiente virtual, Buffarah Junior (2003, p.4) não ignora e ainda sinaliza para uma única denominação bastante usada “Como a princípio não houve preocupação em se diferenciar os serviços, praticamente todo áudio na rede passou a ser denominado “rádio na Internet”, o que acabou colocando sob a mesma definição produtos e serviços muito diferentes.”.

A Rádio UFPB na internet se abriga na proposta definida pelo autor como Web Rádio. A ferramenta foi estruturada e programada para veicular o seu conteúdo na rede mundial de computadores. No processo de produção, portanto, foi planejada a linguagem visual da Rádio para adequar o canal de áudio à internet, com ferramentas de interatividade também *online*, através das redes sociais, das quais falaremos mais adiante.

A interatividade proporciona aproximação com o veículo de comunicação. É através da interatividade que o usuário opina, interfere no conteúdo a ser vinculado na rádio pela internet. Trata-se de uma dimensão cidadã, onde é possível e necessário

participar da produção de conteúdo, com sugestões para a programação ou em um nível mais profundo de participação, na produção das reportagens, sem a presença do interlocutor, como vamos tratar ao longo deste trabalho.

A interatividade vai além do mecânico, do pragmático, dinamiza o jornalismo, a programação radiofônica e estabelece a função terapêutica do rádio, esta defendida pelas concepções mais românticas do radiojornalismo. Participar é como fazer parte, aproxima, neste caso, o usuário que estabelece uma relação de amizade com os comunicadores radiofônicos, fideliza a audiência e garante ao conteúdo veiculado o caráter regional na programação já discutido na década de 60, quando Lima (1967) já se antecipava:

A nossa audiência gosta de conhecer o locutor, o cantor, o cronista radiofônico; os quais, para ela, ainda são pessoas e não tipo. Pessoas que, muitas vezes, levam a representá-la no Congresso Nacional e nas assembleias e câmaras políticas estaduais, como seus mandatários, em função exatamente desse conhecimento que rádio e televisão, especialmente, proporcionam ao ouvinte. Por outro lado, a audiência prefere ouvir falar de gente com quem convive, negocia, se corresponde facilmente; gente em quem vota, de quem recebe favores, com quem simpatiza ou antipatiza, por quem tem admiração, respeito, despeito ou inveja. (LIMA, 1967, p. 37).

A autora acrescenta que os referidos aspectos não causam estranheza ao ouvinte, na internet usuários, tendo em vista a relevância da identificação pelo sotaque, que conferem credibilidade ao fato narrado ou notícia veiculada no rádio.

É neste contexto que a Rádio UFPB se apresenta como ferramenta de comunicação próxima, identifica com o público para o qual se destina: professores, servidores técnico-administrativos, alunos e o público externo à Universidade.

Este projeto de intervenção prioriza discussões regionais, locais, bem como temas ligados ao cotidiano paraibano ou mesmo que nacionais, mas aplicáveis ao estado que pertence a Universidade que representa.

A UFPB pode e deve buscar aproximação com a sociedade fazendo uso dos canais disponíveis e acessíveis à ela com o objetivo de divulgar suas produções científicas, bem como projetos de extensão e outras atividades pertinentes à garantia da cidadania e da educação de todos.

2.1.4 Estatística no Brasil: rádios hertzianos e as rádios universitárias na internet

A partir de agora vamos apresentar números estatísticos que quantificam a presença do rádio hertziano no Brasil, bem como em cada região do país, o perfil dos

ouvintes, como faixa etária e classe econômica. Apresentaremos ainda um balanço sobre o número de rádios universitárias e quais delas estão na internet no contexto nacional. Foram pesquisados ainda estudos que tratam sobre o perfil do usuário que navega na internet com o objetivo de ouvir a mídia radiofônica, mas não foram identificados estudos neste sentido até a conclusão deste trabalho.

As primeiras informações estatísticas que nos deteremos aqui foram apresentadas pelo Grupo de Mídia de São Paulo (2015)⁴, que tem 68 anos de história dedicados ao setor publicitário e aos seus profissionais com o objetivo de promover capacitação, discussões e amparar estatisticamente o mercado sobre o perfil da mídia brasileira.

Desde 2009, o Grupo de Mídia de São Paulo apresenta anualmente um estudo com informações demográficas, mercadológicas e comerciais do mercado brasileiro e também sul-americano de mídia. O estudo chama-se Mídia Dados. O último anuário publicado na internet pelo grupo é de 2015, ao qual nos debruçaremos a partir de agora.

A última pesquisa Mídia Dados Brasil (2015) mostra que há hoje em todo o território brasileiro 44.642,2 milhões de domicílios com rádio, o que corresponde a 66,9% de abrangência, só na região Sul do país o percentual é de 76,31%, número que coloca esta área da nação em primeiro lugar no número de domicílios com esta mídia no país.

É na região Sudeste que se concentra o maior número de emissoras de rádios hertzianas do Brasil; são 1.159, sendo 1.112 AMs e 547 FMs. Essa área ocupa a segunda posição neste ranking de número de rádios ativas no contexto nacional, com um total de 1.142, sendo 710 FMs e 432 AMs. O Sul do país vem logo atrás, com uma emissora a menos que o Nordeste. Nesta área regional, estão localizadas 666 FMs e 475 AMs.

Na região Centro-oeste, o número de emissoras no ar nas ondas hertzianas é bem menor do que nestas citadas acima. No Centro-oeste 527 rádios, no total, sendo 341 FMs e 186 AMs. Por última está a Região Norte do país com 440 emissoras em atividade, 303 FM e 137 AM.

São 4.909 emissoras de rádio no Brasil, de acordo com os dados estatísticos do Mídia Dados 2015. A pesquisa não trata sobre essas emissoras na internet, mas apresenta dados estatísticos sobre acessos na rede mundial de computadores. Enquanto na primeira edição do anuário Mídia Dados (2009), os acessos à internet no Brasil alcançaram a marca de 42 milhões 209 mil, em 2015, o último realizado pelo Grupo de Mídia de São Paulo mostra que o número de acessos passou para 102 milhões 558 mil no ano (Anexo A).

⁴ <http://gm.org.br/midia-dados>

A maior parte do público que escuta rádio é formada por mulheres, 52% e por homens 42%. Um total de 72% de pessoas que ouvem este meio de comunicação no Brasil, estão entre as classes econômicas “b” e “c”, média alta e média, respectivamente. O maior número de ouvintes tem entre 20 e 29 anos; estes representam 21% do público que ouve rádio no país hoje. Logo em seguida estão os segmentos com 30 e 39 anos, que representam 20%; e ainda o público entre 40 e 49 anos, perfil que totaliza 17% das pessoas identificadas com a audiência radiofônica. Este percentual é igual ao do público de faixa etária entre 50 a 64 anos. Já os que têm mais de 65 anos, somam 8% (Anexo B).

O estudo mostra ainda o percentual de internautas na população de treze regiões metropolitanas brasileiras. É em Brasília e em Curitiba que maior parte da população está na internet, 67% do total de habitantes dessas localidades. As demais pesquisadas estão perto desta marca. As duas atividades mais realizadas no ambiente da internet são: enviar e receber e-mails 74,1% e ouvir música 60,3% (Anexos C e D).

Diante destes números a grade de programação da Rádio UFPB, que será apresentada mais a frente, foi planejada de modo a atender não só os interesses dos internautas brasileiros, bem como valorizar as produções dos artistas vinculados à Universidade Federal da Paraíba.

O Portal do Rádio Intercom (2016 [?]), endereço eletrônico com informações diversas sobre a radiofonia nacional, lista as emissoras universitárias no ar no cenário brasileiro (FM, AM) e na internet. Segundo o referido portal acadêmico, existem hoje, 60 rádios em universidades públicas brasileiras. Além de estarem na FM e algumas na AM, todas também estão na internet (Anexo E).

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010)⁵, também traça um panorama da radiodifusão brasileira. Nesta última pesquisa, o IBGE divulga queda na presença de aparelhos de rádio no país de 87,45% nos anos 2000 para 81,4%, dez anos depois. Porém, ainda há que considerar o avanço tecnológico que atraiu milhares de pessoas para a internet e para outras formas de ouvir rádio no mundo inteiro. A mesma pesquisa mostra que no fim de 2010, 36% dos 202,9 milhões de celulares tinham o aplicativo de rádio, além dos instalados nos automóveis.

2.2 RÁDIO UFPB E O JORNALISMO PÚBLICO

⁵ <http://www.ibge.gov.br/home/>

É legítimo, do ponto de vista democrático, que a Web Rádio sugerida neste trabalho, centre seus conteúdos em temas de interesse público de modo a promover o acesso dos usuários, comunidade externa à universidade, aos projetos de extensão. Esta preocupação atende a concepção de Jornalismo Público, ou Jornalismo Cívico, na sua essência. Trata-se de uma proposta idealizada por um grupo de jornalistas norte-americanos com o objetivo de recuperar a ética e a democracia na produção de notícias, se aproximando do público, falando para ele.

O Jornalismo Público, portanto, no fim dos anos 1980, nasceu como um movimento, não como gênero ou categoria jornalística, com o objetivo de retomar a credibilidade da mídia da época. Quadros (2005) ao descrever o surgimento dessa corrente, relembra que o Jornalismo Público surgiu após a cobertura mal sucedida das eleições presidenciais de 1988, quando os jornais não priorizaram questões relevantes para os eleitores. É inerente a este jornalismo promover a cidadania, oportunizando a participação da sociedade não só para informá-la, mas principalmente para formá-la cidadã.

Apresentar aqui uma ferramenta de radiojornalismo acessível na internet é muito mais do que promover a convergência deste meio de comunicação, é democratizar o acesso à informação com o auxílio da rede mundial de computadores.

Quadros (2005) ao refletir sobre a relação entre jornalismo público, rádio e internet recupera ideias do pensador francês Pierre Lévy.

[...] o filósofo francês sugere que a sociedade não se concentre apenas nas dificuldades da Revolução Digital, mas aproveite todo o seu potencial em favor dos cidadãos. Para o filósofo, a história demonstra que o progresso tecnológico está correlacionado com a evolução da opinião pública e, em consequência, com uma imprensa mais democrática. (QUADROS, 2005, p. 43-44).

Quadros (2005 p.46) também observa que “[...] a internet permite bidirecionalidade de uma mensagem em contraposição a unidirecionalidade dos meios de comunicação de massa.”. Ou seja, a internet permite uma pluralidade de diálogos e construções do conhecimento, já que todos falam para todos, não um emissor somente falando para tantos.

Quadros (2005 p.46) afirma ainda que “No jornalismo público, todos os meios de comunicação devem criar uma “agenda dos cidadãos”. Há necessidade de manter contato permanente com a comunidade para conhecer os seus principais interesses e problemas.”.

Propor um canal de comunicação na internet pautado no jornalismo público há que se estabelecer que os jornalistas, neste caso, não vão construir sozinhos o que será assunto na mídia radiofônica, nesta era digital eles precisam interagir com o ouvinte.

[...]jornalistas e cidadãos constroem uma agenda pública de forma conjunta, repercutindo muitas vozes de uma sociedade em benefício de uma causa comum. Essa relação não pode ser apenas aparente, pois se o cidadão descobre manipulação na troca de informações ele definitivamente deixará de ouvir o programa. Na Revolução Digital, o público das cidades reais e virtuais aprende, a cada dia, a ser mais exigente. (QUADROS, 2005, p 50-51).

Traquina (2003) relaciona a responsabilidade do jornalismo com o interesse público. O autor reforça que o jornalista deve privilegiar notícias relevantes para o cidadão, que determinem a vida em sociedade. “Um papel que é dado ao jornalismo é o de fornecer às pessoas as informações necessárias para que elas possam cumprir seus papéis como cidadãos.” (TRAQUINA, 2003, apud BARROS, 2009, p. 20).

Esta afirmativa deve nortear as rotinas de produção jornalísticas. O jornalista deve pautar conteúdos que promovam o acesso a serviços e bens públicos, objetivando transformações do ponto de vista social, identificados com problemáticas relevantes para a construção da cidadania.

FERREIRA (2008) afirma que o Jornalismo Público em prática, na sua essência, exige:

- Escutar sistematicamente as histórias e ideias dos cidadãos mantendo, ao mesmo tempo, a liberdade para escolher em qual dessas histórias prestar atenção;
- Examinar maneiras alternativas de moldar as histórias a partir dos temas que resultam importantes para a comunidade;
- Escolher aqueles enfoques, na apresentação dos temas, que ofereçam a melhor oportunidade, a deliberação cidadã e a compreensão dos temas por parte do público;
- Tomar a iniciativa na hora de informar sobre os problemas públicos pendentes de modo que aumente o conhecimento do público sobre as possíveis soluções e sobre os valores envolvidos nos cursos de ação alternativa;
- Prestar atenção sistemática, assim a relação comunicativa com o público é credível e de boa qualidade (FERREIRA, 2008, p.20 apud BARROS, 2009)

Diversos autores que se dedicam a conceituar jornalismo público se preocupam em destacar que este tipo de jornalismo não se limita somente a noticiar fatos de relevância social, mas precisa ainda, para existir, selecionar a notícia que também apresente vocação para soluções das diversas problemáticas sociais ou mesmo oriente o cidadão.

O que tem caracterizado, no entanto, o jornalismo público é a intenção de não apenas se servir dos fatos sociais no que eles apresentam de dramático, mas agregar aos valores/notícia [news values] tradicionais elementos de análise e de orientação do público quanto a soluções dos problemas, organizações neles especializadas e indicações de serviços à

disposição da comunidade: endereços, telefones úteis, e-mails, sites etc. (SILVA, L. M., 2002, p. 4).

Praticar o jornalismo público é cumprir a função social da mídia que necessariamente, neste caso, deve se pautar por conteúdos de interesse público e que estimulem o senso crítico e o acesso a bens e serviços públicos. Só noticiar o fato social não atende ao conceito desse tipo de jornalismo, é preciso ir além da superfície, aprofundar sob pena de não alcançar o público-alvo como sintetiza Silva, L. M. (2002, p.16) “[...] se não abrirem espaço para as questões sociais acabarão perdendo público.”.

Desde os primeiros estudos sobre o tema, quando da criação do conceito de jornalismo cívico teóricos trazem a democracia para as discussões. Facilitar o acesso a um serviço e/ou à uma informação, promover o debate sobre questões de cidadania são garantias democráticas que devem ser promovidas pela mídia que se apresenta cidadã, participativa e pública.

Pautados por estas premissas, a Rádio UFPB na internet representa uma universidade pública e gratuita que está entre a sociedade civil e o Estado e, portanto pode e deve promover a cidadania.

Um público que participa ao invés de somente se informar, uma organização política que possa deliberar ao invés de debater, comunidades que não só conheçam seus problemas como também possam atuar sobre eles, leitores que considerem a si mesmos cidadãos ao invés de consumidores de notícias. (TEIJEIRO, 2000, p. 224)

2.3 RÁDIO UFPB E A EDUCOMUNICAÇÃO

Na América Latina o pioneiro a relacionar comunicação e educação foi o teórico Mário Kaplún a quem vamos atribuir a maioria das referências sobre a Educomunicação.

Em síntese o comunicador-educador foi um faz de tudo para obter qualidade do processo educativo, utilizando a comunicação como meio, nos mais variados veículos. [...] ele construiu na prática uma comunicação educativa, que mesmo sem todo o ‘didatismo’ apregoado em muitos livros, foi capaz de coligar ‘o fazer’, através dos meios de comunicação, como algo comum no cotidiano das pessoas, em uma clara alusão de cidadania. (GOBBI, 2006, p. 23)

A educação se apresenta como ferramenta para desenvolver no cidadão o senso crítico. Promover a educação na mídia garante, entre tantos outros resultados, o exercício pleno da cidadania.

Educação, sabemos, é uma dessas palavras (como liberdade, realização, etc.) que geralmente se dão como supostas em seu significado e em sua circulação social. Em termos correntes – jornais, projetos oficiais, sendo comum – o processo educacional costuma aparecer como resultado de um

paradigma que organiza a transmissão oral de conhecimentos por um professor a seus alunos, com o objetivo de transformá-los em algo socialmente desejável: um engenheiro, um médico, um jornalista, um professor etc. (SOARES, 2006, p. 106).

A Rádio UFPB tem como um dos pilares da sua missão, socializar o ser humano promovendo a educação em diversos níveis. O projeto de intervenção faz o contraponto, do ponto de vista do conteúdo, entre todas as rádios locais, comerciais. O norte da Web Rádio é a promoção da cidadania não do consumo, a não ser de conteúdo.

Soares (2006) conceitua ainda que “Educar-se é crescer dentro da experiência cultural de conquista da humanidade própria. Por isso, os primeiros pensadores modernos da educação fazem da educação universal uma exigência radical do humanismo.” (SOARES, 2006, p. 107).

Alavancar a cidadania através da mídia é tarefa da Educomunicação. Esta, em sua essência, se concretiza quando há, por parte do ouvinte, a capacidade crítica de decodificar a realidade e as mensagens veiculadas nos meios de comunicação.

Soares (2006) relembra a história entre rádio e educação, que já foi marcada por erros e preconceitos.

O Movimento de Educação de Base que tinha como meta alfabetizar usando os rádio-postes converteu-se em alvo dos militares. E foi então que a educação abandonou o rádio como recurso didático. [...] O rádio foi escolhido, não porque pretendia substituir o professor na produção e transmissão de recursos da comunicação contemporânea, desde que respeitadas as suas especificidades. (SOARES, 2006, p. 174).

O mesmo autor dialoga com Kaplún ao relacionar educação, cidadania e participação. Soares destaca que “Kaplún falava essencialmente, da necessidade de ser deslocar o eixo de mercado para o da cidadania, garantindo o protagonismo do povo na produção da comunicação.” (SOARES, 2006, p. 178). Ele observa ainda que

Kaplún falava em “Comunicação Educativa”, tomando-a como um processo de construção de conhecimento a partir da reflexão dialética sobre a realidade vivida comunitariamente, chamando a atenção de seus leitores e seguidores para a necessidade urgente de potencializar a ação do educador, assegurando condições para que, superando uma visão mecanicista das tecnologias da informação, se transformasse em “comunicador”. Um comunicador para a transformação da pessoa e da comunidade. (SOARES, 2006, p. 178).

A Educomunicação propicia o potencial crítico do ouvinte, leitor, telespectador, de modo a promover uma interferência qualificada desses públicos na comunicação. Ao unir educação e comunicação o comunicador faz muito mais que informar, ele estimula o público a reflexões construtivas sobre contextos sociais diversos.

2.4 A INTERNET E OS MODELOS PARTICIPATIVOS DO JORNALISMO

Na internet é possível oferecer instantaneidade na publicação de notícias e, por conseguinte mais interação social com o público, este pode através de canais de opinião e/ou de redes sociais, debater os fatos noticiosos, até mesmo com o jornalista que produziu o conteúdo.

Em 2006, ainda nos primeiros anos da internet no Brasil, Ward (2006) já assinalava três níveis de interação com o público:

- a) Consumidor interagindo com o provedor: o exemplo mais óbvio é quando leitores enviam e-mails para jornalistas com suas opiniões sobre o que foi escrito ou para fornecer outras informações.
- b) Consumidor interagindo com o consumidor: por exemplo, os fóruns de mensagem (*message boards*) dos websites permitem aos leitores trocarem opiniões e informações; isso pode fornecer diferentes perspectivas para uma reportagem.
- c) O consumidor pode também se tornar o provedor: à medida que o meio de comunicação online amadurece, algumas vozes “lá de fora” estão se tornando mais confiáveis contribuindo para o conteúdo principal. (WARD, 2006, p.25)

Ainda quando Ward (2006) escreve sobre o jornalismo *online*, ele destaca que as publicações na *web* abrem novas possibilidades na disseminação de informações e estabelece um relacionamento mais dinâmico, imediatista com o leitor.

Mas há uma ressalva à esta lógica, advinda de uma Teoria do Jornalismo. Traquina (2005) destaca a concepção do *gatekeeper*, na qual, segundo o autor, o processo da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, “portões” que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é o *gatekeeper*, tem que decidir se vai escolher essa notícia ou não. Para tanto faz uso de filtros sejam eles voltados aos interesses da empresa, de influências externas à organização (a exemplo de políticos) ou mesmo do próprio jornalista.

O webjornalismo participativo surge como ferramenta imprescindível para preencher a lacuna deixada pela mídia tradicional. Para Primo e Trasel (2006) webjornalismo participativo se define como um canal de notícias na internet onde produção e leitura de notícias devem caminhar juntas, sem que o leitor ou ouvinte perceba separações ou que estas não existam.

Partindo desta premissa, é possível apontar que diferentemente do jornalismo convencional, tradicional, o webjornalismo participativo possibilita a interação entre o

jornalista e o público. Ele estabelece uma nova forma de relação entre as pessoas e o que é noticiado.

No projeto de intervenção descrito aqui ,objetiva-se interagir com o público-alvo com o recurso da própria internet, através das redes sociais (*facebook, instgram e twitter*) e ainda com o auxílio tecnológico do aplicativo de troca de mensagens via internet, pelo celular, chamado *whatsapp*. Nestes canais a equipe da Rádio UFPB recebe sugestões de pautas, elogios e críticas sobre resultado das produções que estão no ar.

Estas ferramentas que funcionam como ouvidorias foram escolhidas, inspiradas numa iniciativa semelhante das emissoras de rádio da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), para promover a interatividade com o público como apresentou Paulino e Silva (2013).

Os referidos autores mostram o instrumento da ouvidoria como canal de prestação de contas e responsabilidade social da mídia, potencialmente as rádios públicas, como é o caso do projeto de intervenção apresentado neste trabalho. Outras considerações detalhadas do referido autor, sobre este tema, estão listadas no capítulo referente às estratégias de ação.

O radiojornalismo na web, sob o ponto de vista da mídia cidadã, pode ser utilizado principalmente como ferramenta para o desenvolvimento social e na construção da cidadania, pois caracteriza-se como um espaço de poder público.

Silva, A. C. S. M. (2010) apresenta uma reflexão sobre a mídia partindo do jornalismo voltado à promoção da cidadania:

[...] compromete-se com a promoção, ampliação e desenvolvimento da cidadania. Funciona, assim, em um primeiro nível, para desmistificação do fazer midiático, incentivando o debate e práticas sociais com vistas à democratização da comunicação; bem como, em um segundo nível, atua como instância educativa e formativa, através de estratégias criativas e plurais, contribuindo para o estabelecimento de relações sociais e culturais mais igualitárias, com vistas ao aprofundamento da democratização da sociedade. (SILVA, A. C. S. M., 2010, p. 821).

As novas tecnologias de comunicação, atreladas ao compromisso de prestação de serviço podem funcionar com ainda mais eficácia tendo em vista a velocidade em que as informações são publicadas na rede mundial de computadores, a internet. O rádio adquire alcance sem fronteiras neste tipo de transmissão, ao mesmo tempo em que pode e deve estar mais próximo do público para quem fala com o objetivo incessante de promover a identificação da emissora com os usuários.

Camponez (2002) observa a relação da informação local com o espaço de identidade. Ele identifica três diferentes tipos de proximidade:

A proximidade geográfica começa no acontecimento da nossa rua, do bairro e alarga-se à região, ao país. A proximidade social diz respeito a temáticas relacionadas com a família, a profissão, a classe social, a religião, a ideologia ou a política. Por fim, a proximidade psico-afetiva integra valores como o sexo, a vida e a morte, a segurança, o dinheiro e o destino. (CAMPONEZ, 2002, p.107)

A comunicação regional é uma tendência muito acentuada no atual contexto da sociedade em função dos cenários da globalização. É no contexto da regionalização que a mídia busca a tão almejada proximidade, mostrando o que acontece na região, na rua, nas pequenas localidades que o jornalismo tende a ficar mais perto da população. Peruzzo (2005) observa que ao apresentar um recorte regional ou local, o comunicador promove a proximidade. A autora enfatiza ainda que o meio de comunicação que se pauta por conteúdo local apresenta melhor este do que qualquer outro veículo, o rádio faz isso.

Peruzzo (2002) faz uma análise da relação entre a cidadania e o processo histórico-social, observando o elo de pertencimento existente entre indivíduo e sociedade. Segundo a autora, essa aproximação garante ao indivíduo direitos fundamentais como o de se sentir pertencente à uma nação, igual perante a lei, com liberdade para exercer seus direitos, pensar e se expressar.

O jornalismo comunitário aparece como alternativa para desvincular a lógica de mercado dos grandes veículos de comunicação e assume o papel que deveria ser de todo jornalismo: o papel social. O ato de comunicar unido aos conteúdos pertinentes ao bem comum que são noticiados faz a comunicação comunitária na sua essência. Peruzzo trata nessa discussão sobre a aliança sólida entre a comunicação e a educação que já tratamos aqui no capítulo sobre Educomunicação.

Define-se o Jornalismo Cidadão quando uma pessoa comum participa na elaboração de trabalhos jornalísticos, sendo na participação direta ou sugestões, ou seja, é aquele jornalismo em que o receptor participa ativamente na produção das notícias. São transpostas ou não deixam de existir barreiras entre quem produz a informação e quem consome o conteúdo jornalístico. Aliás, para Castilho (2004), o jornalista perdeu a exclusividade de deter a notícia e de emití-la também. Segundo o mesmo autor, há colaboração no processo de construção da notícia jornalística. A relação entre o profissional da comunicação e para quem ele fala e/ou escreve está ainda mais transparente e participativa.

Além de abrir possibilidades para novas vozes dentro da comunicação, o jornalismo cidadão traz perspectivas de melhorias na vida em sociedade, funcionando como ferramenta de visibilidade e estímulo do debate público. Mas Peruzzo (2004) acrescenta níveis de participação à esta produção jornalística que igualmente podem e são o conceito prático do jornalismo cidadão. A autora apresenta a participação popular na comunicação como uma estratégia para ampliar o status da cidadania. Ela destaca também que há vários mecanismos de participação nos meios de comunicação e que na América Latina essas estratégias se realizam em níveis distintos, mas conservando princípios democráticos. Os principais modelos e níveis de participação são assim descritos por Peruzzo (2004):

- a) Como receptores dos conteúdos, o que ajuda a dar audiência, muitas vezes tomada como parâmetro para dizer se o meio de comunicação é “popular”. É uma participação passiva que interfere nos conteúdos apenas indiretamente.
- b) Participação nas mensagens: nível elementar de participação, no qual a pessoa dá entrevista, pede música etc, mas não tem poder de decisão sobre a edição e transmissão.
- c) Participação na produção e difusão de mensagens, materiais e programas: consiste na elaboração, edição e transmissão de conteúdos.
- d) Participação no planejamento: consiste no envolvimento das pessoas no estabelecimento da política do meio comunicativo, na elaboração dos planos de formatos do meio e de programas, na elaboração dos objetivos e princípios de gestão etc.
- e) Participação na gestão: consiste no envolvimento no processo de administração e controle de um meio de comunicação comunitária. (PERUZZO, 2004, p. 140-147)

Peruzzo (2004) reforça, ainda, que a utopia da mídia cidadã pode deixar de ser ilusão, assim como a “participação na construção da cidadania”, pode evidenciar a potencialidade do cidadão tornar-se sujeito ativo da comunicação deixando seu papel histórico de apenas colocar-se na condição de ouvinte.

Já Fausto Neto e Fernandes (2011) lembram que as empresas de comunicação, mais do que nunca, passaram a ser pautadas também pelo público, agora online. Para os referidos autores, as redes sociais podem e estão norteando, em muitos momentos, as redações no contexto atual. Os temas em destaque no *twitter* ou *facebook*, por exemplo, são compreendidos, portanto como de interesse de quem vai ler o jornal, ouvir o rádio, acessar as páginas de notícias na web ou assistir os telejornais. Os papéis se invertem ou se complementam.

A produção jornalística conta agora com mais produtores que estão fora das redações e não têm vínculo empregatício com as empresas de comunicação. Quem antes era só leitor agora até produz conteúdo e contribui como repórter ou cinegrafista amador nos diversos veículos de massa.

O profissional no mercado midiático hoje não só precisa reconhecer essa nova lógica operacional, bem como tem que dominar as novas tecnologias e fazer parte do universo virtual.

A cada dia as empresas de comunicação buscam interagir, buscam aproximação com o público online adaptando suas redações, seus profissionais para acompanhar este fenômeno. Há ainda àquelas que se preocupam em criar setores voltados somente para atender a demanda que os internautas produzem, a todo momento, com um clique.

2.5 JORNALISMO E CIDADANIA: PROCESSOS COLABORATIVOS, LIMITES E DESAFIOS

A promoção da cidadania deve ser uma pauta recorrente nos meios de comunicação, em função de um conjunto de variáveis, que podem implicar em resultados de audiência, mas deve ser principalmente para garantir prestação de serviço à comunidade.

Entre as principais características desse processo comunicacional, Peruzzo (2008), destaca a opção política de colocar os meios de comunicação a serviço dos interesses populares; fala também sobre a transmissão de conteúdos a partir de novas fontes de informações (do cidadão comum e de suas organizações comunitárias). Ainda de acordo com a autora, a comunicação é mais que meios e mensagens, pois se realiza como parte de uma dinâmica de organização e mobilização social; tem o dever de promover a transformação social e, ao mesmo tempo, de construção de uma sociedade mais justa; abre a possibilidade para a participação ativa do cidadão comum como protagonista do processo.

Partindo desta premissa, é possível apontar que diferentemente do jornalismo convencional, tradicional, o jornalismo participativo possibilita a interação entre o jornalista e o público. Ele estabelece uma nova forma de relação entre as pessoas e o que é noticiado.

Alsina (2009) afirma que “as empresas que estão inseridas num sistema de economia de mercado têm a tendência de unificar sua prática de produção”, principalmente

em meio a circunstâncias conjunturais, como situações econômicas desfavoráveis, mudanças tecnológicas e sociais, além de circunstâncias estruturais, como a gradual redução de público dos meios tradicionais (impresso, rádio e TV). Para Alsina (2009) a resposta das empresas de jornalismo tem sido parecida diante dos desafios da competitividade em um contexto de mudança econômica e redução de público, evidenciando que “a lógica de produção de qualquer empresa faz com que ela reduza os custos de produção”.

Os estudos clássicos na área de jornalismo registram várias teorias, como a do Gatekeeper, que auxiliam para uma melhor compreensão dos processos de produção do jornalismo. Traquina (2004) observa que as etapas de construção da notícia são de escolha, nas quais a informação precisa passar por diversos Gates (portões), que nada mais são do que áreas de decisão. Traquina (2004) alerta para alguns problemas nesta teoria. Para o autor, esta concepção se concentra na pessoa do jornalista, individualizando a função que tem uma dimensão burocrática inserida numa organização. Ele ainda acrescenta que esse estudo é uma interpretação ainda muito limitada do trabalho jornalístico.

Outras hipóteses discutem os processos de construção da notícia jornalística como a do espelho, que considera que a notícia é a imagem da sociedade; a construcionista, estruturalista e a construtivista que surgiram nos anos 1970, defendem a notícia como construção social, ou seja, afirmam que a notícia ajuda a construir a realidade e rejeitam a teoria do espelho. Há ainda a teoria organizacional, na qual os jornalistas teriam muito mais preocupação em respeitar as normas editoriais da empresa do que privilegiar suas convicções.

Os atuais processos de comunicação e de produção, distribuição e consumo de informações são marcados por três principais características com efeitos nas relações econômicas, políticas e culturais. A expressiva participação das audiências por meio de telas de televisão, de computadores, de celulares e de outros dispositivos técnicos na construção de diferentes tipos de mensagens; a possibilidade de um conteúdo midiático circular e ser acessado em diferentes suportes e a hibridização de linguagens resultantes da convergência. Ser rápido na coleta de informações tem sido cada vez mais necessário para o Jornalista acompanhar a velocidade da internet. A pluralidade de ferramentas e a emergência da transmissão instantânea da notícia, têm feito as empresas jornalísticas se apressarem para informar e nesta ânsia de publicar primeiro, talvez arrisquem e ponham em dúvida àquela apuração.

Mas para Traquina (2004) as respostas oferecidas por todas as teorias citadas por ele apontam para o jornalismo como realidade, mas uma realidade muito seletiva.

Sendo assim, é mais do que natural e até imprescindível que as redações e os processos produtivos jornalísticos se transformem, se adaptem e estejam aptos a atuar com essas diversas ferramentas tecnológicas, caso contrário, não terão audiência, aceitação e, portanto, estarão fadados ao fracasso.

3 DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO JORNALÍSTICO

Um projeto de intervenção carece de princípios metodológicos e estratégias de ação que permitam uma maior aproximação com o público-alvo e com os objetivos pedagógicos da proposta aqui apresentada.

A instalação de uma Web Rádio no âmbito de uma universidade pública e gratuita exige o compromisso de educar os ouvintes, através da internet, para a cidadania. Este, portanto, é o principal desafio da programação deste produto jornalístico e de entretenimento proposto aqui.

Há, ainda, que se destacar que para tanto, fez-se necessário vencer etapas práticas como: processo de produção, gravação e transmissão dos conteúdos, que detalharemos mais adiante.

A natureza deste projeto de intervenção tem uma profunda relação/identificação com os modelos de observação participante e pesquisa-ação.

3.1 OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE

Mais que observar, participar. Este caminho metodológico está em prática desde a elaboração do pré-projeto da Rádio UFPB na internet.

Vários autores se revezam na conceituação deste modo de fazer pesquisa ou projeto de intervenção, como é o caso do produto apresentado no decorrer deste trabalho.

[...] autores se centram numa nova proposta de pesquisa, numa alternativa de investigação, majoritariamente vinculada a setores populares e visando à sua inclusão social como atores do processo de conhecimento e beneficiários dos resultados encontrados. (PERUZZO, 2010, p. 132)

Peruzzo (2010) complementa que o pesquisador faz parte do grupo, participa das atividades, opina, interfere, mas esta aproximação não influencia no resultado da pesquisa. “O “grupo”, ou qualquer elemento do ambiente, não interfere na pesquisa, no que se refere

à formulação dos objetivos e às demais fases do projeto, nem no tipo de informações registradas e nas interpretações dadas ao que foi observado.” (PERUZZO, 2010, p. 134).

Mas para o canal proposto aqui, as interferências dos alunos que são voluntários da equipe ou mesmo dos usuários via internet e/ou aplicativo *whatsapp*, são o norte para criação de pautas, tendo em vista que é missão da Rádio UFPB promover a interatividade e a cidadania, bem como proporcionar a identificação do público com os conteúdos veiculados na emissora pública e educativa.

Estas participações são, inclusive, estimuladas durante a programação para serem feitas via redes sociais (*facebook* e *instagram*), além do aplicativo de celular *whatsapp*, objetivando a interação com os produtores da Web Rádio mas também promovendo o papel do *ombudsmen*, da ouvidoria, da qual trataremos aqui no espaço reservado para discutir a interatividade.

Observando, participando e elaborando o diário de campo, detalhado mais a frente, foi definido ao longo dos meses da elaboração do trabalho escrito, as necessidades da UFPB e dos que fazem a instituição, informações norteadoras para a produção de conteúdo do projeto de intervenção.

A observação participante não só pode abarcar estudos de recepção de mensagens da televisão ou de outros meios, de caráter massivo ou comunitário, mas também estar interessada em captar outros processos comunicacionais, tais como [...] bastidores dos momentos de produção [...] tipo de relações e interferências num departamento de produção jornalística [...] (PERUZZO, 2005, p. 136)

3.2 PESQUISA-AÇÃO

A observação participante tem características comuns à pesquisa-ação. Acrescenta-se à esta última que o grupo não só tem ciência dos objetivos da pesquisa, bem como colabora com a sua realização. “Os resultados – e o próprio processo da pesquisa – revertem em benefícios do grupo, pois servem de subsídios para o encaminhamento de soluções demandadas *in loco*.” (PERUZZO, 2010, p. 138).

[...] um tipo de pesquisa social com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo e participativo. (THIOLLENT, 2003, p.14 apud PERUZZO, 2010, p. 134).

O que foi observado acima por Thiollent (2003) dialoga com a realidade do produto apresentado aqui. Este caminho metodológico deve levar ao fim de uma lacuna

compartilhada por todos na UFPB, a ausência da rádio pública da Instituição para prática acadêmica e para a prestação de serviço à comunidade.

[...]o pesquisador pode aplicar técnicas complementares de coleta de dados, como a entrevista (tanto no formato semi-estruturado, como a entrevista em profundidade – a história oral, por exemplo), a análise documental e o estudo de dados secundários (informações já disponíveis em órgãos públicos e privados ou instituições vinculadas ao próprio grupo pesquisado etc). (PERUZZO, 2010, p. 144).

O estudo de dados, ao qual se refere Peruzzo (2010), no texto acima, foi utilizado para trazer a este trabalho informações sobre o uso de rádio no Brasil bem como estatísticas quanto ao perfil do usuário da internet, onde a Rádio UFPB se hospeda.

Para construir esta ferramenta pedagógica de comunicação na Universidade Federal da Paraíba foi relevante entender os processos da primeira rádio que foi ao ar na instituição, a Rádio UFPB, bem como a última que se tem registro em artigos e monografias da graduação em Comunicação Social da UFPB, a Web Rádio Intercampus.

3.3 DIÁRIO DE CAMPO

Para este trabalho se fez necessário observar, participar e nortear, todos os processos desenvolvidos para a realização do presente projeto de intervenção, compreendendo desde a produção de conteúdo até a proposição de pautas e edição das reportagens produzidas.

Este é um campo para reflexão sobre as etapas vencidas e a vencer, a linguagem para tanto, deve ser descritiva. Minayo (1993) explica sobre os conteúdos dos diários de campo:

Constam todas as informações que não sejam o registro das entrevistas formais. Ou seja, observações sobre conversas informais, comportamentos, cerimoniais, festas, instituições, gestos, expressões que digam respeito ao tema da pesquisa. Falas, comportamentos, hábitos, usos, costumes, celebrações e instituições compõem o quadro das representações sociais. (MINAYO, 1993, p. 100).

Outro autor completa este conceito. Hess (1996, p. 63) acrescenta que “o diário é uma técnica de registro dos pensamentos e dos grupos de pesquisa no cotidiano da própria pesquisa. [...] como a história de vida, o diário inscreve-se no movimento da escrita biográfica”.

Até aqui, todas as etapas de produção da Rádio UFPB foram acompanhadas, algumas pessoalmente, outras pela internet. Há um grupo no *whatsapp*, aplicativo de troca de mensagens pelo celular, com todos os voluntários da equipe. Nele acontecem reuniões

de pauta e compartilhamento de informações sobre as etapas de instalação da estrutura física da emissora educativa na internet.

3.3.1 Em produção: Institucionalização da Rádio UFPB

Este projeto de intervenção foi apresentado a Reitora da UFPB, professora doutora Margareth Diniz, em reuniões no prédio da Reitoria. A iniciativa objetivou institucionalizar a ferramenta para consolidar a proposta como canal de prática jornalística da Universidade e garantir apoio logístico e financeiro para manutenção da Web Rádio no ar, vislumbrando ainda à sua transmissão também na frequência modulada, a FM.

Até este momento de elaboração do projeto em pauta, foram realizados dois encontros com a Reitora da UFPB, a fim de apresentar os avanços nos estudos teóricos e necessidades operacionais, também de interesse da professora Margareth Diniz. A gestora solicitou e recebeu a planilha de custos operacionais (Apêndice A), de equipamentos e de pessoal que traduzem necessidades da emissora a fim de concretizar o projeto. Ao longo dos processos de busca por orçamentos, identificou-se um endereço eletrônico que oferece além do streaming e do site, um aplicativo de celular no pacote de serviços para que a emissora também possa ser ouvida no telefone móvel com internet. O custo benefício fez dele o escolhido para hospedar a Rádio UFPB na internet. Trata-se do site www.host.com.br, cujos valores pagos pelos próximos três meses, estão na íntegra nos anexos.

Abaixo estão as planilhas que versam sobre a estrutura necessária para a Rádio na internet ou mesmo que ela venha a ir ao ar na frequência modulada (FM) depois das etapas burocráticas vencidas em Brasília pela Reitora da UFPB. Ela já esteve no Ministério das Comunicações solicitando a permissão para que a Universidade possa por no ar, em frequência modulada, a rádio da Universidade. Mas até esta autorização, ela ficará disponível não no dial, mas nas ondas da internet. Para tanto necessita de uma estrutura mais compacta, de equipamentos e de mobiliário, descrita nas planilhas seguintes.

Quadro 1 – Acessórios, equipamentos e mobiliário para Rádio UFPB

ACESSÓRIO	ESPECIFICAÇÃO	QUANTIDADE
SUPORTE PARA MICROFONE	Alctron Suporte Articulado para Microfone, cabo com conector XLR de alta qualidade com fio dentro do tubo	4
IDENTIFICAÇÃO/MICROFONE	BEX Canopla De Microfone, quadrada, branca	4
PLACA ESTÚDIO	PVC	1
CABOS PARA MICROFONE	XLR	4
ESPUMA PARA MICROFONE	BEX Espuma preta para Microfone	4
RELÓGIO/ESTÚDIO	BEX relógio digital que marca horas, minutos e segundos na cor vermelha	1
REVESTIMENTO ACÚSTICO	Best-seller Auralex Alpha Kit Alpha-DST	13 m ²
FONE DE OUVIDO	Fone De Ouvido Sony MDR 7506	4
EQUIPAMENTOS	ESPECIFICAÇÃO	QUANTIDADE
MICROFONE ESTÚDIO	Shure Beta 58a Microfone Supercardioide Dinamico	4
CAIXA DE SOM (RETORNO)	Sony	2
GRAVADOR DE ÁUDIO	Gravador de voz Digital Sony ICD PX333 Grava 1073H 4 gb Entrada MicroSD USB	4
MESA DE ÁUDIO	16 Canais	1
LINHAS TELEFÔNICAS ABERTAS		1
ROTEADOR PARA INTERNET	INTELBRAS	1
INTERNET	WIFI, 3G e Streaming	
CABO DE INTERNET	RJ 45	5m
TELEFONE FIXO		1
TELEFONE MÓVEL	Smartphone com internet 3G	1
COMPUTADORES	Computador para mesa do controlador	1
	Computador para ilha de edição com placa de áudio	1
	Computador para produção	1
MOBILIÁRIO	ESPECIFICAÇÃO	QUANTIDADE
MÓVEIS	Mesa retangular em madeira para 8 lugares	1
	Mesa para suporte de equipamentos: Referência: BEX – Móvel para Estúdio BEX1	1
	Cadeiras giratórias, com rodas	9
	Projeto de ambientação	1

Fonte: Autoria própria

Quadro 2 – Equipe de Pessoal para Rádio UFPB

PROFISSIONAL	FUNÇÃO	QUANTIDADE
JORNALISTA	EDITOR DE TEXTO	2
JORNALISTA	REPÓRTER	2
RADIALISTA	LOCUTOR	1
RADIALISTA	PRODUTOR	2
ESTAGIÁRIO/BOLSISTA (JORNALISMO E RÁDIO E TV)	PRODUTOR, REPÓRTER, LOCUTOR E EDITOR DE ÁUDIO	10
RADIALISTA	OPERADOR DE ÁUDIO/CONTROLADOR	1
RADIALISTA	EDITOR DE ÁUDIO	1
DESIGNER GRÁFICO		1
ANALISTA DE SISTEMAS	SUPORTE TÉCNICO EM INFORMÁTICA	1

Fonte: Autoria própria

A Rádio UFPB na internet também será transmitida pelo endereço eletrônico do Centro de Comunicação Turismo e Artes, como espaço informativo para todos os internautas que acessarem, principalmente, os alunos do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, PPJ-UFPB. Para tanto, a Coordenadora do Programa, a Professora Doutora Sandra Moura, autorizou e se habilitou a colaborar oferecendo o canal do mestrado na internet para veiculação da ferramenta.

Paralelo à esta etapa fundamental, já foram iniciadas reuniões para coletar informações com coordenadores de cursos de graduação e mestrado do CCTA objetivando somar parceiros para a concretização da Rádio UFPB.

O diretor do CCTA da UFPB, professor doutor José Davi Campos Fernandes forneceu toda a estrutura de equipamentos e ainda a sala para sediar o estúdio da Rádio UFPB, que está localizado no primeiro andar de um dos blocos do Centro de Comunicação Turismo e Artes. A sala ainda carece de revestimento acústico, bem como ainda se faz necessário aprimorar o sinal de internet e o funcionamento do ar condicionado que apresentam falhas de funcionamento. Há ainda que se providenciar a mesa de debates para apoio dos microfones e dos entrevistados, já solicitados à Direção do CCTA, pela Coordenadora do Curso de Rádio e TV, Emília Barreto, mas ainda sem prazo para resposta. Por enquanto, o estúdio se apresenta como mostram as imagens abaixo:

Fotografia 1 – Estúdio da Rádio UFPB



Fonte: Acervo pessoal

Fotografia 2: Estúdio da Rádio UFPB



Fonte: Acervo Pessoal

A arquiteta Thalita Duarte, graduada na Universidade Federal da Paraíba elaborou o projeto do interior da sala para posterior fabricação do mobiliário na marcenaria da UFPB. Abaixo, uma das imagens do projeto, há mais outra neste relatório (Anexo F):

Imagem 1 – Projeto de Ambientação do Estúdio da Rádio UFPB



Foto: Thalita Duarte (2016)

Alguns equipamentos e acessórios foram adquiridos com recursos próprios, tais como: canoplas e espumas para os microfones, bem como banners e adesivos que fazem a identidade visual da emissora e ainda o roteador wifi para permitir o acesso da internet da Universidade pelos convidados e membros da Rádio.

O professor doutor Eli-Eri Luiz de Moura, vice-diretor do CCTA, demonstrou interesse em colaborar com a iniciativa, disponibilizando o laboratório de rádio do Centro para gravações dos conteúdos a serem veiculados na rádio pela internet.

Ele já colaborou com a programação musical da Rádio com a doação de CDs instrumentais autorais.

Outro avanço das atividades de campo foi o diálogo com o Professor Carmélio Reinaldo, responsável pela disciplina dos Cursos de Jornalismo e Rádio e TV da Universidade. O docente disponibilizou o conteúdo já editado dos alunos do Laboratório de Rádio. Este material foi o primeiro a ser disponibilizado na íntegra na Rádio, não só porque está editado, mas principalmente, porque garante uma das essências deste projeto de intervenção: envolver os discentes.

A Coordenadora do Curso de Rádio e TV, professora Emília Barreto, também é colaboradora. Com ela serão definidas estratégias de modo a envolver alunos do curso nas atividades do canal de áudio. Ela deve viabilizar que os estudantes produzam conteúdos para a emissora educativa como exercício prático de disciplinas da graduação, bem como auxiliar na escolha de um professor para monitorar as produções radiofônicas e proceder todo um processo de avaliação dessa atividade.

3.3.2 Seleção de voluntários: Métodos , funções e a produção de conteúdo

Os dois pilares que impulsionam este produto são: a prestação de serviço às comunidades interna e externa à UFPB e possibilitar a prática acadêmica para os estudantes dos cursos do Centro de Comunicação Turismo e Artes, o CCTA, da mesma Universidade. Este último tem se efetivado ao passo que discentes participam de etapas importantes para o desenvolvimento desta atividade acadêmica.

A proposta inicial, que foi concretizada para agregar o maior número de colaboradores possível, se deu através de uma seleção de voluntários durante uma reunião com interessados, através do apoio do Centro Acadêmico dos cursos de Comunicação da Universidade (Apêndice B).

Para que os voluntários possam ser incorporados à equipe como estagiários ainda é necessário fazer da Rádio UFPB um projeto de extensão, permitindo assim bolsa de estudos e dispensa de créditos da grade curricular do aluno.

Os membros da emissora de áudio apresentada aqui receberão certificado de participação nas etapas de produção que colaboraram acompanhadas uma a uma (Apêndice C), bem como nas oficinas de produção, texto, edição e locução para radiojornalismo promovidas no mês de maio de 2016, como estabelece o regulamento da Rádio UFPB (Apêndice D). O texto deste documento estabelece a linha editorial do canal, bem como as divisões administrativas da emissora e as regras para veiculação de reportagens, programas independentes e ainda adesão à equipe.

O regulamento encontra-se, na íntegra na página⁶ da Rádio UFPB na internet. No endereço eletrônico: www.radioufpb.com.br estão disponíveis a programação em áudio, bem como o resumo de cada programa e os referidos horários de veiculação. A página apresenta também notícias relacionadas à Universidade Federal da Paraíba adquiridas pelos

⁶ <http://www.radioufpb.com.br>

produtores dos eventos que enviam os folhetos de divulgação para os canais de interatividade da rádio e ainda através das redes sociais da Universidade criadas pelos alunos da UFPB para compartilhamento de informações inerentes à UFPB. As notícias veiculadas no endereço virtual são também sobre a própria Rádio de modo a informar possíveis processos de seleção, novos programas e trechos em texto de reportagens produzidas na emissora. Ainda no espaço dedicado as notícias há abertura para reprodução dos conteúdos publicados no Portal de Notícias da UFPB, preservada a fonte.

No endereço eletrônico da Rádio UFPB, há galeria de fotos com imagens do estúdio da rádio, das oficinas que os membros da equipe participam, bem como dos bastidores das reportagens.

O designer da página na web foi criado pela Web Designer e aluna do Curso de Jornalismo da UFPB, Emilly Belarmino. Ela aprimorou a identidade visual da emissora que começou antes da página existir.

3.3.3 Identidade visual da Rádio UFPB

A identidade visual da Rádio configurou entre as primeiras preocupações para que o conceito do canal de áudio fosse elaborado. Para a logomarca objetivava-se consolidar o elo entre as teorias de base deste trabalho, o jornalismo público e a educomunicação à ferramenta escolhida para levar conteúdo ao ar, a internet. A tarefa de unir os três em uma marca foi da graduanda em Biblioteconomia na UFPB, Héllida Gilliane Vilar, Pesquisadora CNPq – PIBIC, avaliadora de websites de editoras universitárias do Nordeste na perspectiva dos estudos de usabilidade e arquitetura da informação.

Assim como a forma, as cores da logomarca não foram escolhidas aleatoriamente. Foram selecionadas dentro da concepção de uma rádio web institucional. São elas: amarela, vermelha e azul. A fonte que dá forma ao nome do canal foi escolhida seguindo os mesmos critérios, inspirando-se desta vez, na logomarca da TV UFPB.

Figura 1 – Logomarca Rádio UFPB



Autora: Héllida Gilliane Vilar (2015)

Com a integração da Web Designer Emilly Belarmino à equipe da Rádio, esta logomarca sofreu algumas alterações, mas preservando os critérios estabelecidos no início do processo de criação. A logomarca possui adaptações para os diversos espaços que ela pode ser usada, desde a placa da porta do estúdio, banners, adesivos de identificação das canoplas dos microfones até as redes sociais que propõem outras dimensões de imagem e texto.

À logomarca foi acrescentado o slogan da Rádio UFPB: “Além da notícia”. Este foi criado pelo aluno de graduação da Rádio UFPB, Matheus Felipe, colaborador de todas as etapas de estruturação técnica do estúdio até à internet.

Figura 2: Nova Logomarca da Rádio UFPB



Fonte: Emilly Belarmino e Matheus Felipe (2016)

Figura 4 – Imagem do perfil na rede social *Facebook*



Autora: Emilly Belarmino (2016)

Figura 3 – Imagem da capa da rede social *Facebook*

Autora: Emilly Berlarmino (2016)

3.3.4 A grade de programação da Web Rádio UFPB

O conteúdo é a identidade editorial da emissora. A grade de programação foi subdividida em horários e dias da semana. Esta etapa foi concebida a várias mãos, o professor orientador e os professores da banca colaboraram e os alunos voluntários envolvidos no projeto também. Esta fase continua em constante mudança para melhoramentos.

Trataremos aqui do formato de cada programa proposto para a Rádio, listando-os um a um.

De domingo a domingo, a partir das cinco horas da manhã (05h00) até às seis horas (06h00) vai ao ar o programa “UFPB Musical”, dedicado a divulgar as produções musicais de artistas da Universidade (professores, técnico-administrativos, alunos e profissionais terceirizados).

Na hora seguinte, de segunda à sexta, das seis às sete horas da manhã (06h00-07h00) entra no ar o programa “Repórter Cidadão”. Este versa sobre temas do cotidiano que promovem a cidadania, pode ser mediado por um cidadão, objetivando cumprir o que conceituam os teóricos sobre jornalismo cidadão, a exemplo de Cecília Peruzzo, quando delimita a prática deste jornalismo somente pelas camadas sociais diversas. Este programa apresenta notas, notícias, reportagens e entrevistas sobre projetos desenvolvidos pela Universidade que envolvem e beneficiam comunidades da região metropolitana e/ou de todo o estado da Paraíba.

Também de segunda à sexta, das sete às oito horas da manhã (07h00-08h00) a Rádio UFPB veicula o programa “Espaço Experimental”, adotado do Curso de Jornalismo da UFPB e transmitido pela Rádio Tabajara AM, todos os sábados às dez horas (10h00) da manhã. Nesta programa os alunos produzem reportagens e entrevistas sobre temas relacionados à Universidade, preferencialmente projetos e programas de extensão desenvolvidos pela UFPB. O nome do programa foi mantido para preservar a identidade dele, com a devida autorização do Professor Carmélio Reinaldo, que monitora os alunos e edita o “Espaço Experimental”.

Logo após o “Espaço Experimental” entra no ar o “Extensão Ativa” (08h00-08h30), segundas e sextas-feiras. Este programa é o canal de divulgação dos projetos de extensão da UFPB que estão em andamento. O “Extensão Ativa” informa os projetos acadêmicos ativos em notas, notícias e, preferencialmente, entrevistas com professores e alunos envolvidos nos projetos.

No mesmo horário (08h00-08h30), mas nas quartas-feiras, o espaço da programação da Rádio UFPB é reservado para o programa “Laboratório UFPB”. Espaço dedicado às reportagens explicativas e de prestação de serviço sobre as experiências científicas desenvolvidas nos diversos laboratórios da UFPB que, de alguma forma, influenciam na vida das pessoas. O programa se dedica ainda a informar aos ouvintes se o resultado da experiência está disponível ou quando a população poderá ter acesso, possíveis custos e benefícios.

Nas segundas, quartas e sextas-feiras, das oito e meia da manhã até às nove horas (08h30-09h00) é a vez do programa “Rádio-Educação”. Esta produção é dedicada as aulas de áudio de diversos idiomas, a exemplo de inglês e espanhol. Professores e/ou alunos da UFPB com propriedade em uma dessas matérias, dão dicas básicas sobre os idiomas, sem interferência de intermediador, trata-se de um mini-curso de áudio.

Nas terças e quintas, das oito às nove horas da manhã (08h00-09h00), vai ao ar o programa “Negrícia”. Esta produção é dedicada aos temas inerentes à cultura negra. O programa é resultado do trabalho conclusão do Curso de Rádio e TV, da aluna Andrea Gisele.

O programa “Receita de Saúde” entra no ar segundas e quartas, das nove da manhã às nove e meia (09h00-09h30) com entrevistas e reportagens sobre temas ligados à qualidade de vida, dicas sobre hábitos saudáveis e exemplos de superação de pessoas que encontraram na atividade física e na reeducação alimentar alternativas para viver melhor. Este programa de saúde apresenta informações sobre problemas de saúde de toda ordem.

Os temas serão tratados por especialistas vinculados à Universidade nos seus diversos cursos, bem como os vinculados ao Hospital Universitário.

No mesmo horário (09h00-09h30) nas terças, quintas e sextas-feiras a programação da Rádio UFPB abre espaço para o programa “Questão Financeira”. Esta produção é dedicada às orientações práticas e acessíveis aos diversos públicos, sobre economia doméstica, bem como de outros setores da economia e até que ponto o tema em questão influencia na rotina das pessoas. O programa se divide em notas e notícias sobre o tema e ainda dedica parte do seu espaço para um bate-papo simplificado, bem traduzido, sobre economia com um especialista na área.

Das nove e meia às dez e meia (09h30-10h30), segundas, quartas e sextas-feiras as discussões são sobre temas debatidos no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB, acadêmico e profissional, no “Siga o Mestre”. Este programa tem, pelo menos, um mediador fazendo perguntas a um mestre ou mestrando e seu orientador sobre seu objetivo de pesquisa. As perguntas são elaboradas pela equipe do programa e também pelos ouvintes da Rádio UFPB. Basta interagir via redes sociais, essas perguntas têm prioridade no debate.

No mesmo horário (09h30-10h30), mas nas terças e quintas a proposta é semelhante a do Programa “Siga o Mestre”. Mas o “UFPB em Debate” é voltado, principalmente para discussões sobre temas que envolvam problemáticas sociais de interesse cidadão a exemplo do saneamento básico e do transporte público. Neste programa, entre os debatedores, há que se convidar para a discussão um representante da comunidade externa à Universidade, um líder comunitário ou presidente de associação, por exemplo. Esta recomendação de preservar o espaço para a participação cidadã, se faz primordial para o pleno cumprimento do jornalismo voltado para a promoção da cidadania, a que se propõe a linha editorial da Rádio UFPB, apresentada aqui. A estrutura do programa também exige, no mínimo, um mediador e mais dois debatedores: um profissional da área e um especialista no tema proposto. Assim como no “Siga o Mestre”, as perguntas são elaboradas pela equipe do programa e também pelos ouvintes da Rádio UFPB. Basta interagir via redes sociais, essas perguntas têm prioridade no debate.

Sempre segundas e quartas, das dez e meia às onze horas da manhã (10h30 às 11h00) artistas, poetas com alguma relação com a Universidade e poetas populares da comunidade externa à UFPB, mostram suas produções literárias, poesias, cordéis no programa “Rádio-Poeta”. No mínimo, uma vez por semana, há que se abrir espaço para as

produções literárias destes poetas populares para valorização do talento e da identidade cultural deles.

Terças e quintas-feiras, no mesmo horário (10h30 às 11h00), é o espaço na programação da Rádio UFPB para o mundo do cinema. O programa “UFPB em Cartaz” apresenta notas sobre as sinopses dos filmes em cartaz nas salas de cinema alternativas, que estão fora dos shoppings paraibanos. O “UFPB em cartaz” traz também reportagens sobre as produções de cinema do curso da Universidade, discussões sobre os cinemas paraibano e brasileiro com debates no estúdio da rádio ou fora dele e ainda trechos de filmes com comentários de especialistas no assunto.

Nas sextas-feiras das dez e meia até o meio-dia (10h30-12h00) vai ao ar o programa “UFPB Musical” dedicado às músicas de artistas que têm algum vínculo com a Universidade.

Ao meio-dia, durante uma hora, todos os dias da semana, o programa “UFPB Hoje” apresenta notas do portal da UFPB, www.ufpb.br, bem como informações dos murais espalhados pelos diversos Centros da Universidade, no quadro “Jornal Mural”. Este programa pode receber convidados, não para entrevistas longas, mas para um breve bate-papo de, no máximo, dez minutos, sobre algum evento programado para os próximos dias. No “UFPB Hoje” as notícias envolvendo os diversos Campi da instituição podem pautar reportagens. O programa abre espaço para a interatividade divulgando mensagens escritas pelos ouvintes da Rádio UFPB nas redes sociais dela.

Na hora seguinte, a partir de uma hora da tarde (13h00-15h00), de segunda à sexta-feira, entra no ar na Rádio UFPB o “Compositor”. O programa é dedicado a entrevistas com artistas que têm ou tiveram alguma relação com a Universidade, a exemplo de ex-alunos que desenvolveram carreira artística no mundo da música e também é aberto para grupos de cultura popular de comunidades da capital paraibana e/ou de qualquer município do estado, sem que estes precisem ter qualquer relação com a UFPB. A conversa com o artista ou grupo é intercalada com as composições ou releituras deles e ainda perguntas enviadas pelos ouvintes via redes sociais.

Depois do “Compositor”, segundas, quartas e sextas (15h00-15h30) vão ao ar as reprises do programa “Rádio-Educação”. No mesmo horário, nas terças e quintas, a rádio reprisa o “UFPB em Cartaz”.

Uma nova edição do “UFPB Musical” ocupa a programação todos os dias da semana à tarde (15h30-18h00).

Os programas de debate são reprisados das seis horas até às sete da noite (18h00-19h00). Segunda e quarta reprisa o “Siga o Mestre”, terça e quinta o “UFPB em Debate”. Nas sextas (18h00-18h10) a Rádio UFPB apresenta a sua “Rádio-Novela”, roteiro totalmente autoral. A Rádio-Novela é produzida por alunos do Centro de Comunicação Turismo e Artes da UFPB. Algumas produções são inspiradas em grandes obras literárias, a exemplo de publicações de Ariano Suassuna, outras dos próprios alunos. A “Rádio-Novela” foi idealizada com o objetivo de promover o resgate das rádio-novelas e/ou roteiros idealizados pelos alunos e professores do curso de Cinema e/ou de Comunicação da UFPB.

Uma nova edição do “UFPB Musical” ocupa a programação novamente, todos os dias da semana (19h00-00h00).

As madrugadas são dedicadas às reprises do que fora ao ar durante o dia. Na primeira hora, 00h00 (zero hora), de domingo a domingo, reprisa o “Espaço Experimental”.

O programa “Compositor” é reprisado em seguida (01h00-03h00), também de domingo a domingo. A reprise do “Rádio-Educação” ocupa a grade até às cinco da manhã (03h00-05h00).

Nos fins de semana o “UFPB Musical” vai ao ar das cinco da manhã até a meia-noite (05h00-00h00).

Quadro 3 - Programação – Rádio UFPB

Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo
00h-01h	00h-01h	00h-01h	00h-01h	00h-01h	00h-01h	00h-01h
Espaço Experimental (Reprise)	Espaço Experimental (Reprise)	Espaço Experimental (Reprise)	Espaço Experimental (Reprise)	Espaço Experimental (Reprise)	Espaço Experimental (Reprise)	Espaço Experimental (Reprise)
01h-03h	01h-03h	01h-03h	01h-03h	01h-03h	01h-03h	01h-03h
Compositor (Reprise)	Compositor (Reprise)	Compositor (Reprise)	Compositor (Reprise)	Compositor (Reprise)	Compositor (Reprise)	Compositor (Reprise)
03h-05h	03h-05h	03h-05h	03h-05h	03h-05h	03h-05h	03h-05h
Rádio Educação (Reprise)	Rádio Educação (Reprise)	Rádio Educação (Reprise)	Rádio Educação (Reprise)	Rádio Educação (Reprise)	Rádio Educação (Reprise)	Rádio Educação (Reprise)
05h-06h	05h-06h	05h-06h	05h-06h	05h-06h	05h-06h	05h-06h
UFPB Musical	UFPB Musical	UFPB Musical	UFPB Musical	UFPB Musical	UFPB Musical	UFPB Musical
06h-07h	06h-07h	06h-07h	06h-07h	06h-07h	05h-00h	05h-00h
Repórter-Cidadão	Repórter-Cidadão (Reprise)	Repórter-Cidadão	Repórter-Cidadão (Reprise)	Repórter-Cidadão	UFPB Musical	UFPB Musical
07h-08h	07h-08h	07h-08h	07h-08h	07h-08h	05h-00h	05h-00h
Espaço Experimental	Espaço Experimental	Espaço Experimental	Espaço Experimental	Espaço Experimental	UFPB Musical	UFPB Musical
08h-08h30	08h-09h	08h-08h30	08h-09h	08h-08h30	05h-00h	05h-00h
Extensão Ativa	Negricia	Laboratório UFPB	Negricia (Reprise)	Extensão Ativa (Reprise)	UFPB Musical	UFPB Musical
08h30-09h	08h-09h	08h30-09h	08h-09h	08h30-09h	05h-00h	05h-00h
Rádio Educação	Negricia	Rádio Educação	Negricia (Reprise)	Rádio Educação (Reprise)	UFPB Musical	UFPB Musical
09h-09h30	09h-09h30	09h-09h30	09h-09h30	09h-09h30	05h-00h	05h-00h
Receita de Saúde	Questão Financeira	Receita de Saúde (Reprise)	Questão Financeira (Reprise)	Receita de Saúde (Reprise)	UFPB Musical	UFPB Musical
09h30-10h30h	09h30-10h30h	09h30-10h30h	09h30-10h30h	09h30-10h30h	05h-00h	05h-00h
Siga o Mestre (Debate)	UFPB em Debate	Siga o Mestre (Debate / Reprise)	UFPB em Debate (Reprise)	Siga o Mestre (Debate / Reprise)	UFPB Musical	UFPB Musical
10h30-11h	10h30-11h	10h30-11h	10h30-11h	10h30-12h	05h-00h	05h-00h
Rádio-Poeta	UFPB em Cartaz	Rádio-Poeta (Reprise)	UFPB em Cartaz (Reprise)	UFPB Musical	UFPB Musical	UFPB Musical
11h-12h	11h-12h	11h-12h	11h-12h	10h30-12h	05h-00h	05h-00h
UFPB Musical	UFPB Musical	UFPB Musical	UFPB Musical	UFPB Musical	UFPB Musical	UFPB Musical
12h-13h	12h-13h	12h-13h	12h-13h	12h-13h	05h-00h	05h-00h
UFPB Hoje	UFPB Hoje	UFPB Hoje	UFPB Hoje	UFPB Hoje	UFPB Musical	UFPB Musical
13h-15h	13h-15h	13h-15h	13h-15h	13h-15h	05h-00h	05h-00h
Compositor	Compositor	Compositor	Compositor	Compositor	UFPB Musical	UFPB Musical
15h-15h30	15h-15h30	15h-15h30	15h-15h30	15h-15h30	05h-00h	05h-00h
Rádio-Educação (Reprise)	UFPB em Cartaz (Reprise)	Rádio-Educação (Reprise)	UFPB em Cartaz (Reprise)	Rádio-Educação (Reprise)	UFPB Musical	UFPB Musical
15h30-18h	15h30-18h	15h30-18h	15h30-18h	15h30-18h	05h-00h	05h-00h
UFPB Musical	UFPB Musical	UFPB Musical	UFPB Musical	UFPB Musical	UFPB Musical	UFPB Musical
18h-19h	18h-19h	18h-19h	18h-19h	18h-18h30	05h-00h	05h-00h
Siga o Mestre (Debate/Reprise)	UFPB em Debate (Reprise)	Siga o Mestre (Debate/Reprise)	UFPB em Debate (Reprise)	Rádio-Novela	UFPB Musical	UFPB Musical
19h-00h	19h-00h	19h-00h	19h-00h	18h30-00h	05h-00h	05h-00h
UFPB Musical	UFPB Musical	UFPB Musical	UFPB Musical	UFPB Musical	UFPB Musical	UFPB Musical

Fonte: Autoria própria

Esta programação contempla os referenciais teóricos apresentados neste relatório ao propor a participação de artistas e/ou pessoas comuns das comunidades externas à Universidade. A proposta desta grade promove a valorização da cultura local, o incentivo aos poetas populares e ainda dá voz a líderes comunitários ou a quem não tem acesso, ou tem de forma precária, a serviços essenciais como saneamento básico e transporte público.

O compromisso com a cidadania, assumido pela Rádio UFPB, se mostra possível ainda nos debates que podem ser promovidos na emissora, sempre com a presença de um representante da comunidade externa à UFPB e especialistas no assunto proposto. Ao incluir o cidadão, as discussões passam a ter identificação com a comunidade que ele representa e ainda confere profundidade aos debates, tendo em vista a experiência de vida compartilhada por estes personagens.

Os programas propostos possibilitam um intercâmbio entre a ciência e a sociedade, permitem a participação popular e ainda despertam a importância da relação entre o jornalismo e a cidadania.

3.3.5 Concepção das vinhetas dos programas

Esta etapa só foi possível cumprir pelo envolvimento, dedicação e experiência de mercado do aluno de graduação de Rádio e TV da UFPB, Matheus Felipe. O estudante foi livre para usar da sua sensibilidade para compor as vinhetas preservando a linha editorial educativa da Rádio. A musicalidade foi tarefa dele e a voz de cada vinheta é do também aluno de graduação da UFPB, do curso de Jornalismo, Samuel Amaral.

Quadro 4 – Textos das vinhetas da Rádio UFPB

LOC/TEC	VINHETA INSTITUCIONAL
TÉCNICA	SOLTA VINHETA DE IDENTIFICAÇÃO DA WEB RÁDIO UFPB
LOCUTOR	RÁDIO UFPB: ALÉM DA NOTÍCIA!// ESTA RÁDIO É RESULTADO DO PROJETO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM JORNALISMO DA UFPB, DA JORNALISTA LARISSA PEREIRA, SOB A ORIENTAÇÃO DO PROFESSOR DOUTOR LUIZ CUSTÓDIO./ UMA REALIZAÇÃO DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO DA UFPB./ APOIO: CENTRO DE COMUNICAÇÃO TURISMO E ARTES./
TÉCNICA	SOLTA VINHETA DE IDENTIFICAÇÃO DA WEB RÁDIO UFPB
LOC/TEC	VINHETA ASSINATURA
TÉCNICA	SOLTA VINHETA DE IDENTIFICAÇÃO DA WEB RÁDIO UFPB
LOCUTOR	VOCÊ ESTÁ OUVINDO A RÁDIO UFPB: ALÉM DA NOTÍCIA./
TÉCNICA	SOLTA VINHETA DE IDENTIFICAÇÃO DA WEB RÁDIO UFPB
LOC/TEC	VINHETA ABERTURA
TÉCNICA	SOLTA VINHETA DE IDENTIFICAÇÃO DA WEB RÁDIO UFPB
LOCUTOR	A PARTIR DE AGORA VOCÊ ACOMPANHA MAIS UMA PRODUÇÃO DA RÁDIO UFPB: ALÉM DA NOTÍCIA./
TÉCNICA	SOLTA VINHETA DE IDENTIFICAÇÃO DA WEB RÁDIO UFPB
LOC/TEC	VINHETA ENCERRAMENTO
TÉCNICA	SOLTA VINHETA DE IDENTIFICAÇÃO DA WEB RÁDIO UFPB
LOCUTOR	ACABAMOS DE APRESENTAR MAIS UMA PRODUÇÃO DA RÁDIO UFPB./ CONTINUE CONECTADO./ RÁDIO UFPB: ALÉM DA NOTÍCIA./
TÉCNICA	SOLTA VINHETA DE IDENTIFICAÇÃO DA WEB RÁDIO UFPB
LOC/TEC	VINHETA MUSICAL
TÉCNICA	SOLTA VINHETA DE IDENTIFICAÇÃO DA WEB RÁDIO UFPB
LOCUTOR	ESTA MÚSICA É DE AUTORIA DE UM ARTISTA DA UFPB./ RÁDIO UFPB: ALÉM DA NOTÍCIA./
TÉCNICA	SOLTA VINHETA DE IDENTIFICAÇÃO DA WEB RÁDIO UFPB
LOC/TEC	VINHETA PRODUÇÃO INDEPENDENTE
TÉCNICA	SOLTA VINHETA DE IDENTIFICAÇÃO DA WEB RÁDIO UFPB
LOCUTOR	ESTA É UMA PRODUÇÃO INDEPENDENTE./ O CONTEÚDO É DE RESPONSABILIDADE DOS IDEALIZADORES./ RÁDIO UFPB: ALÉM DA NOTÍCIA./
TÉCNICA	SOLTA VINHETA DE IDENTIFICAÇÃO DA WEB RÁDIO UFPB

Fonte: Autoria própria

3.3.6 As ferramentas de interatividade

Este trabalho apresenta a criação de uma rádio pública de uma universidade federal, portanto faz-se necessário atribuir o caráter de responsabilidade social e de prestação de serviço à ela a fim de atender à essência de um veículo que se propõe a representar uma instituição de ensino. Mas como garantir este espaço? Qual recurso usar para ouvir o público e responder a ele diretamente?

Paulino e Silva (2013) apresentam uma ferramenta de interatividade eficaz para rádios. Os autores descrevem a experiência de sucesso da Ouvidoria em rádios da Empresa Brasil de Comunicação, a EBC.

A análise de manifestações de ouvintes permite concluir que a experiência da Ouvidoria pode ser considerada um Instrumento de Responsabilidade Social da Mídia (IRSM), dedicado não apenas ao jornalismo, mas também à música e aos demais conteúdos de entretenimento. [...] porque oferece visibilidade e transparência a equívocos, questões e dilemas associados a atuação da EBC. (PAULINO e SILVA, 2013, p. 55)

Trazendo os conceitos de Paulino e Silva (2013) destacados acima, para os processos desenvolvidos para o projeto de intervenção proposto aqui, a Ouvidoria aplicada à Rádio UFPB é um canal de mediação entre os ouvintes e a equipe e concretiza com o auxílio da internet. A banca sugeriu e a proposta foi devidamente acatada de criar o aplicativo de troca de mensagens, chamado *Whatsapp*, da Rádio UFPB. O celular foi doado, o chip comprado com recursos próprios para a equipe do projeto de intervenção, interagir com o público. A ferramenta é canal também para sugestões de e todas as demandas dos ouvintes, como também críticas aos conteúdos veiculados na grade de programação já apresentada aqui.

Ainda dialogando com as considerações de Paulino e Silva (2013) sobre o tema, é importante contextualizar que os autores fazem relação direta deste canal de interatividade com o papel do *ombudsman*, cargo criado em 1809 na Suécia com a tarefa de receber e informar à administração pública, as ponderações e reclamações dos cidadãos. Nas instituições jornalísticas a mesma figura se coloca como crítico das próprias empresas para qual atua a fim de promover debates sobre e apontar erros das edições publicadas.

Aznar (1999) afirma que *ombudsman* mantém até hoje o papel de ouvir o público:

A Lei 11.6525/2008 regulamentou parte do artigo 223 da Constituição Federal, que determina a complementariedade entre os sistemas estatal, privado e público e incluiu a Ouvidoria como um mecanismo de atenção ao público. [...] A lei prevê que o ouvidor preste contas ao público através de programas semanais de

pelo menos, quinze minutos [...] (AZNAR, 1999, apud PAULINO e SILVA, 2013, p. 60).

Quadros (2005) relaciona o jornalismo público à temática da interatividade com o público-alvo. A autora compreende que não há como fazer radiojornalismo hoje sem escutar o ouvinte-cidadão.

Quanto maior o grau de interação com a organização, aumentará ainda mais o interesse do seu público. [...] Neste aspecto, o radiojornalismo pode abrir espaço para o cidadão e colocar em prática o jornalismo público. É uma forma de reinventar-se, é um modo de prolongar seus dias. (QUADROS, 2005, p. 49-50).

Como proposto pela banca examinadora, quando da etapa de qualificação, a Rádio UFPB dispõe de mais de uma ferramenta de interatividade com o auxílio da internet.

Há canal de interatividade nas seguintes redes sociais: facebook (Rádio UFPB) e instagram (@radioufpb).

3.3.7 Ensaio: Rádio UFPB no ar

Esta etapa teve início no mês de abril de 2016 com o apoio dos alunos vinculados ao CA de Comunicação da UFPB que divulgaram no CCTA a necessidade de voluntários para formação da equipe da Rádio UFPB. Trinta alunos dos cursos de Rádio e TV e Jornalismo se candidataram e foram automaticamente integrados à equipe de voluntários (Apêndice C). Não houve tempo hábil para o processo de seleção dado o limite do prazo para defesa do trabalho frente à banca examinadora, bem como a mudança de local de trabalho da mestrandia que criou o projeto de intervenção, que agora integra o quadro de repórteres da Rede Globo Nordeste no Recife, em Pernambuco.

Para compensar a falta do processo de seleção, importante para identificar habilidades e interesse pelo projeto, foram promovidas oficinas, proposta da banca examinadora. Foram quatro encontros com objetivos distintos. A primeira foi de texto para o radiojornalismo, ministrada pela radialista, jornalista, repórter da Rede Globo Nordeste e mestrandia do projeto, Larissa Pereira. O encontro aconteceu em uma das salas do Centro de Comunicação Turismo e Artes da UFPB, com o apoio do CA de Comunicação. Nesta atividade acadêmica, os alunos tiveram acesso ao Manual de Jornalismo da Rádio CBN, estabelecido, por enquanto, como norte nas produções textuais da Rádio UFPB, dado a falta de tempo hábil para produção do próprio manual da Rádio da Universidade.

A segunda oficina foi sobre locução e edição para o radiojornalismo. Foi ministrada pelo aluno de graduação de Rádio e TV da UFPB e locutor profissional, Matheus Felipe. Neste encontro, também nas dependências do Centro de Comunicação Turismo e Artes, os estudantes tiveram experiências práticas de locução e edição com o apoio da jornalista Larissa Pereira, autora deste projeto.

O terceiro encontro tratou sobre produção para o radiojornalismo, ministrada pela jornalista, mestrande em jornalismo profissional da UFPB e produtora da TV Cabo Branco, Bruna Fernandes. Ela compartilhou experiências da rotina de redação, falou sobre a busca do personagem, critérios de noticiabilidade e apresentou modelos de pautas.

Nestes encontros foi possível estabelecer a relação de identificação de cada aluno, com cada área de atuação possível num redação de rádio. Mesmo assim, nesta primeira etapa de produção da Rádio UFPB, os voluntários envolvidos experimentaram todas as etapas até a veiculação de uma reportagem ou entrevista. Portanto, eles produziram as próprias pautas e foram divididos em núcleos temáticos com prazos semanais para entrega das produções.

Quadro 5 – Recorte da planilha de produção da Rádio UFPB

Editoria Voluntário Representante Campus Isabela Remigio							
	Matéria	Pauteiro	Repórter	Direcionar por:	Pauta feita	Foto feita	Matéria feita
1	Segurança/UFPB			Escuridão no Campus, Equipe de Segurança, Personagem vítima			
2	Avaliação da Universidade			Dado recente sobre boa avaliação da UFPB			
3	Estacionamento UFPB			Desrespeito as vagas especiais			
4	Situação/Lanchonetes			Algumas, no CCTA mesmo, estão com energia cortada e ordem de despejo (Motivo? Avanços com a Prefeitura da UFPB? Sentimento dos comerciantes e história deles naquele ponto? Sustento de quantos da família?)			
5	TV UFPB Programação			Listar o que está no ar na UFPB + Sonora Superintendente Bob Wagner ou responsável pela programação			
6							
7							
Editoria Voluntário Representante Educação Priscila Monteiro							
	Matéria	Pauteiro	Repórter	Direcionar por:	Pauta feita	Foto feita	Matéria feita
1	Educ. à Dist. e Cursos Técnicos			Listas alguns cursos + personagem que fez ou vai fazer			
2							
3	Reabertura Doutorado Sanduiche no exterior -MEC			Informações no capes.gov.br + personagem que esperava por isso			
4							
5	Aulas de áudio			30 minutos de dicas de idiomas (inglês, espanhol, alemão, francês...)			
6							

Fonte: Autoria própria

O canal também está aberto para produções independentes preservados os pilares editoriais desta ferramenta que são o jornalismo público e a Educomunicação.

4 RECOMENDAÇÕES

Não há como dissociar deste projeto de intervenção jornalístico e de função pedagógica, as essências do jornalismo público, da Educomunicação, da participação e da proximidade. Estes referencias norteiam e devem permanecer guiando as rotinas de produção da Rádio UFPB de modo a preservar a linha editorial dela, isto porque trata-se de um canal de uma Universidade pública e gratuita. Para que haja coerência com a instituição que representa, a emissora deve preocupar-se em promover a ponte entre a sociedade, a ciência, a cidadania e a educação.

Recomenda-se, portanto, que as equipes que produzirem conteúdo na emissora respeitem o espaço aberto para a promoção da cidadania, proposto na programação.

Os estudos sobre o rádio na internet, foram pilares para construção da programação que pode e deve ser aprimorada, inclusive com contribuições da banca examinadora e dos alunos do Centro de Comunicação Turismo e Artes (CCTA) da UFPB.

Ferrari (2006, p. 9) sintetiza que é preciso haver um diálogo criativo entre a educação e a comunicação para alcançar o objetivo de “[...] formar o público usuário para uma recepção mais crítica e consciente das mensagens dos meios massivos.”.

A Rádio UFPB poderá ser tanto objeto de estudo quanto prática acadêmica e experimental para os estudantes da Universidade.

Mas para o pleno funcionamento, a emissora ainda precisa de apoio institucional de modo a assumir os custos operacionais da Rádio, financiados, até aqui, com recursos próprios da mestranda que está à frente do projeto de intervenção. Há ainda que se aprimorar o sinal de internet, substituir o computador por outro, com placa de áudio eficiente. Há ainda que se destacar a necessidade de manter ligada a energia elétrica do bloco, onde o estúdio da Rádio está localizado no CCTA. A parte elétrica desligada compromete o funcionamento do canal de áudio apresentado aqui, que por esta razão, já saiu do ar inúmeras vezes, já que a internet também pára de funcionar.

Ainda recomenda-se atenção e cuidado as rotinas de produção que precisam ser acompanhadas por um docente do CCTA. Faz-se necessário observar constantemente o Regulamento da Rádio UFPB para preservar o pleno funcionamento da emissora.

As experiências vivenciadas até aqui são prova de que a prática é um exame eficiente para construção e aperfeiçoamento de todo aluno que se propõe a aprender sobre uma profissão.

A Rádio UFPB no ar é ainda a concretização de um projeto de intervenção capaz de aproximar a Universidade da sociedade e a certeza de que é possível fazer jornalismo com responsabilidade, compromisso com a cidadania, a educação e a ciência.

Acesse: www.radioufpb.com.br para ver e ouvir como isso é possível.

5 CRONOGRAMA

Atividade/Semestre	2015.2	2016.1
Disciplina do Mestrado		
Revisão de Literatura		
Produção da Web Rádio UFPB		
Conclusão do Relatório e Defesa		

REFERÊNCIAS

- A PERGUNTA que todos fazem: **A televisão matará o rádio?** Respondem artistas e observadores. Revista do Rádio, Rio de Janeiro, ano 11, n. 489, p. 64-5, 31 jan. 1959.
- ABRAMO, Cláudio. **A regra do jogo**. São Paulo. Companhia das Letras, 2002.
- ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da Notícia**. Petrópolis – RJ: Vozes, 2009.
- ALVES, Raquel Porto Alegre dos Santos. **O radiojornalismo nas redes digitais: um estudo do conteúdo informativo em emissoras presentes no ciberespaço**. Salvador/BA: UFBA, 2004. (Dissertação de Mestrado Comunicação e Cultura Contemporâneas).
- BARBEIRO, Heródoto. **Manual do radiojornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- BARROS, Luís Gustavo Martins. **O Jornalismo Público praticado pelo programa Cidades e Soluções**. 2009. 115 f. Monografia (Especialização em Assessoria em Comunicação Pública) – Instituto de Educação Superior de Brasília. Brasília, 2009.
- BAUMWORCEL, Ana. **O Radiojornalismo e sentido no novo milênio**. In: Moreira, Sonia Virginia; DEL BIANCO, Nélia R. (Org.). **Desafios do rádio no século XXI**. São Paulo: Intercom; Rio de Janeiro: UERJ. 2001, p. 107-116.
- BUFARAH JUNIOR, Alvaro. **Rádio na internet: Convergência de Possibilidades**. In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação, 2003, Belo Horizonte. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br>, acessado em 30/04/2015.
- CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo de Proximidade: rituais de comunicação na imprensa regional**. Coimbra: Edições Minerva, 2002.
- CASTILHO, Carlos. **Mudanças na produção da notícia**. Observatório da Imprensa. 10/08/2004. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos>. Acessado em 28/09/2014.
- COELHO, Patrícia. **Os Pioneiros do rádio e os desafios da regulamentação da radiodifusão no Brasil dos anos 1920**. Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM) - v.3, n.1, jan.2014-jun/2014 - ISSN 2238-5126. Porto Alegre/São Paulo: Alcar / Socicom, 2014.
- CORDEIRO, Paula. **Rádio e Internet: novas perspectivas para um velho meio**. Resumo do trabalho desenvolvido para apresentação no II Congresso Ibérico de Comunicação na Covilhã, em Abril de 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt>>. Acesso em: 4 dez 2014.
- FERRARETTO, Luiz Arthur. **Rádio – O veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sgra Luzzatto, 2001. 1ª Ed.
- _____. **De 1919 a 1923, os primeiros momentos do rádio no Brasil**. Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM) - v.3, n.1, jan.2014-jun/2014 - ISSN 2238-5126. Porto Alegre/São Paulo: Alcar / Socicom, 2014.

- GENTILLI, Victor. **Democracia de massas: jornalismo e cidadania**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.
- GRUPO DE MÍDIA DE SÃO PAULO. **Mídia Dados Brasil – Rádio**. São Paulo, 2015. Disponível em: <<https://dados.media/#/mosaic>>. Acesso em: 8 julho 2016.
- HESS, Remi. **O Momento do Diário de Pesquisa na Educação**. In: Ambiente e Educação – vol. 14 – Rio Grande: Universidade Federal do Rio Grande, 1996.
- IANNI, Octávio. **O príncipe eletrônico**. *Perspectivas*, Revista de Ciências Sociais, v. 22. São Paulo: Unesp, 1999.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Aparelhos de rádio no Brasil**. 2010. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/>>. Acesso em: 08 julho 2016.
- LIMA, Zita de Andrade. **Aspectos e condições de um novo radiojornalismo –** Dissertação de mestrado apresentada a julgamento na Universidade de Brasília. 1967.
- MEDITSCH, Eduardo. **O ensino do radiojornalismo em tempos de Internet**. In: MOREIRA, Sonia Virginia; DEL BIANCO, Nélia R. (Org.). **Desafios do rádio no século XXI**. São Paulo: Intercom; Rio de Janeiro: UERJ. 2001, p. 226-232.
- _____. **O rádio na era da informação – teoria e técnica do novo radiojornalismo**. Florianópolis: Insular. Ed. UFSC, 2001. 304p.
- _____. **A rádio na era da informação**. Coimbra; Minerva Editora, 1999.
- MEHL, Ewaldo Luiz de Mattos. **Do Transistor ao Microprocessador**. Curitiba, PR, [2016?]. Disponível em: <https://social.stoa.usp.br/articles/0015/5705/historia_transistor.pdf>. Acesso em: 07 julho 2016.
- MEIRELES, Norma. **Relatório Final Web Rádio Intercampus** (Projeto PROBEX 2012). João Pessoa: DECOMTUR/CCTA/PRAC/UFPB, 2013.
- MELO, José Marques de (org.). **Educomídia, alavanca da cidadania: o legado utópico de Mário Kaplun**. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.
- MIGUEL, Luís Felipe. **Os meios de comunicação e a prática política**. Lua Nova, São Paulo, v.56, p.155-184, 2002.
- MINAYO, Maria Cecília de S. **O Desafio do Conhecimento**. Pesquisa qualitativa em saúde. 2ª ed. SP: HUCITEC/ RJ: ABRASCO, 1993.
- PAULINO, Fernando Oliveira; SILVA, Luiz Martins da (Org.). **Comunicação Pública em debate: ouvidoria e rádio**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.
- PERUZZO, Cicília M. K. (Org.): F. de Almeida (Orgs.) **Comunicação para a cidadania**. São Paulo: INTERCOM; Salvador: UNEB, 2002. 294 p.

_____. **Mídia local, uma mídia de proximidade.** In: Comunicação: veredas: revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Marília, SP: Unimar, n. 2. p.65-89, 2002.

_____. **Mídia regional e local** (Publicado na Revista *Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p.67-84, 1o. sem. 2005).

_____. **Direto à Comunicação Comunitária, Participação Popular e Cidadania.**

Disponível em:

<http://www.metodista.br/poscom/cientifico/publicacoes/docentes/artigos/artigo-0019/>

Acessado em 17/08/2014.

_____. **Comunicação nos movimentos populares:** a participação na construção da cidadania. 3 ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

PORTAL DO RÁDIO INTERCOM. **Rádios Universitárias.** Bahia, 2016 [?]: Disponível em: <<https://blog.ufba.br/portaldoradio/radios-universitarias/>>. Acesso em: 8 jun 2016.

QUADROS, Claudia Irene de. Jornalismo público rádio e internet. Uma combinação possível?. **Comunicação e espaço Público.** Brasília, ano VIII. Vol 5. 2005.

RAMONET, Ignacio. “**A explosão do jornalismo na era digital**”. In: *Mídia, poder e contrapoder*. MORAES, Denis de, RAMONET, Ignacio, SERRANO, Pascual. São Paulo: Boitempo, 2013, p. 85-102.

ROTHBERG, Danilo. **Jornalismo público: Informação, cidadania e televisão.** São Paulo: Unespe, 2011.

SILVA, Ana Carolina de Senna Melo. **Mídia Cidadã e Ampliação da Cidadania.** In. Enciclopedia INTERCOM de Comunicação. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. P. 821.

SILVA, Luiz Martins da. **Jornalismo público:** o social como valor-notícia. Texto encaminhado ao GT de Políticas e Estratégias de Comunicação da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). 17 f. Brasília, 2002.

SHIRKY, C. **A cultura da participação.** Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação:** o conceito, o profissional, a aplicação: contribuições para a reforma do ensino médio. São Paulo: Paulinas, 2011.

TARGINO, Maria das Graças. **Jornalismo cidadão:** informa ou deforma? – Brasília : Ibiict : UNESCO, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo:** porque as notícias são como são. Florianópolis, SC: Insular, 2005.

TEIJEIRO, Carlos Alvarez. **Comunicación, Democracia y Ciudadania:** fundamentos teóricos Del Public Journalism. Buenos Aires: Ciccus-La Crujía, 282 f. 2000.

APÊNDICE A - LISTA DE CUSTOS OPERACIONAIS DA RÁDIO UFPB



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
MESTRANDA: LARISSA PEREIRA

LISTA DE CUSTOS OPERACIONAIS DA RÁDIO UFPB

SERVIÇO / MATERIAL	DESCRIÇÃO	VALOR	Obs.
Domínio do site	Empresa: Registro.br	R\$ 57,00	Domínio válido até 17/06/2018
Streaming da Rádio	Empresa: HOOST	R\$ 151,11	Válido até 21/06/2016
Canoplas (6 unidades)	Mercado livre	R\$ 268,70	
Adesivos das canoplas	-	R\$ 20,00	
Placa do estúdio	-	R\$ 70,00	
Banner	-	R\$ 35,00	
Roteador Intelbras	Supermercado Extra	R\$ 70,00	
Chip com internet 3G	Operadora Claro	R\$ 20,00	Válido até 16/08/2016
	TOTAL	R\$ 691,81	

APÊNDICE B – FICHA TÉCNICA DA RÁDIO UFPB



Rádio **UFPB**
além da notícia

FICHA TÉCNICA DA RÁDIO UFPB

Coordenação Acadêmica

Professor Doutor Luis Custódio

Coordenação de Voluntários

Mestranda Larissa Pereira

Subcoordenação Técnica e de Programação

Matheus Felipe

Locutores Voluntários: Samuel Amaral, Matheus Felipe, Jhony Andrade, Fábio Hermano

Subcoordenação de Mídia Social

Voluntário representante: Raquel Freitas

Voluntários: Raphael Dias, Isabela Remígio, Júlia Cotrin

Web designer/Voluntário: Emilly Belarmino

Subcoordenações de Reportagem e Produção

Mestranda Larissa Pereira

Cultura

Voluntário Representante: Luiza Maria

Voluntários: Cephas Castro, Isabela Remígio, Luanna Silva, Fábio Hermano, Priscila Monteiro, Larissa Maia, Raquel Freitas, Beatriz Souza, Robson Martins, Jhony Andrade

Saúde

Voluntário Representante: Raphael Dias

Voluntários: Júlia Cotrin, Beatriz Souza, Raphael Dias, Annaline Araújo, Robson Martins, Jéssica Xavier

Economia

Voluntário Representante: Fábio Hermano

Voluntários: Samuel Amaral, Luiza Maria, Annaline Araújo

Campus

Voluntário Representante: Isabela Remígio

Voluntários: Priscila Monteiro, Beatriz Souza, João Victor, Jayane, Jéssica Xavier, Luanna Silva, Robson Martins, Larissa Maia, Annaline Araújo, Raphael Dias, Raquel Freitas, Cephas Castro

Esporte

Voluntário Representante: Annaline Araújo

Voluntários: Leonardo Afonso, Gilmar Carvalho, Jhony Andrade

Debate

Voluntário Representante: Matheus Felipe

Voluntários: Raquel Freitas, Júlia Cotrin, Robson Martins, Beatriz Souza, Larissa Maia, Priscila Monteiro, Luanna Silva

Educação

Voluntário Representante: Priscila Monteiro

Voluntários: Luiza Maria, Raphael Dias, Anderson Santana, Annaline Araújo, Gabriel Azevedo, Larissa Maia, Jéssica Xavier, Júlia Cotrin, Leonardo Afonso, Gabriel Azevedo, Jhony Andrade

Radionovela

Voluntário Representante: Emiliano Gomes

Voluntários: Robson Martins, Luanna Silva

APÊNDICE C – CONTROLE DE CERTIFICADOS DA RÁDIO UFPB



CONTROLE DE CERTIFICADOS DA RÁDIO UFPB

Nome	Pautas	Reportagem
1. Anderson Santana	1	1
2. Annaline Araújo	0	0
3. Beatriz Souza	0	0
4. Cephas Castro	0	0
5. Emiliano Gomes	1	1*
6. Emilly Belarmino		1*
7. Fábio Hermano	2	2
8. Gabriel Azevedo	1	1
9. Gilmar Carvalho	0	0
10. Isabela Remigio	0	0
11. Jayane	0	0
12. Jéssica Xavier	0	0
13. Júlia Cotrin	0	0
14. Jhony Andrade	0	0
15. Larissa Maia	0	0
16. Leonardo Afonso	0	0
17. Luanna Silva	0	0
18. Luiza Maria	0	0
19. Matheus Felipe	0	3*
20. Priscila Monteiro	1	1
21. Raphael Dias	0	0
22. Raquel Freitas	0	0
23. Renato Araújo	0	0
24. Robson Martins	0	0
25. Samuel Amaral	0	1

APÊNDICE D – REGULAMENTO DA RÁDIO UFPB



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

REGULAMENTO DA RÁDIO UFPB

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º A Rádio Universitária (RÁDIO UFPB), constituída e inaugurada em Agosto de 2016 é órgão técnico suplementar, vinculado ao Centro de Comunicação Turismo e Artes da UFPB.

Art. 2º. A RÁDIO UFPB tem como missão produzir e levar ao ar programação institucional que promova a cidadania, a prestação de serviço à comunidade interna e externa ao ambiente da academia para o pleno desenvolvimento sócio cultural dos ouvinte e objetiva ainda:

§ 1º - Pesquisar, produzir, coproduzir, gravar, adquirir, distribuir e transmitir através dos meios de radiodifusão, potencialmente a internet, um modelo de programação coerente com a radiodifusão pública a qual está intimamente ligada.

§ 2º- Desenvolver formatos que contemplem conteúdos institucionais e de prestação de serviço perpassando temas acadêmicos, culturais, esportivos, artísticos, sociais, de comportamento.

§ 3º - Propiciar a promoção de artistas vinculados direto ou indiretamente à Instituição para que estes tenham seu devido espaço neste projeto de intervenção educativo e aberto à produções intelectuais e artísticas que não têm seu devido espaço na mídia privada comercial paraibana.

§ 4º - Manter e disponibilizar o material radiofônico produzido no endereço eletrônico da emissora;

§ 5º - Representar a UFPB junto às redes de canais públicos de veiculação, dos quais a Universidade venha a fazer parte;

§ 6º - Promover debates construtivos sobre temas de interesse público. Este é um canal que representa a UFPB e portanto, tem responsabilidade com a sua produção de conteúdo para que esta acompanhe os princípios éticos que norteiam a Universidade Federal da Paraíba.

§ 7º - Colaborar com a assessoria de comunicação da universidade para a plena divulgação das pesquisas e de outros temas relevantes desenvolvidos nos diversos Campi da UFPB.

Art. 3º. A RÁDIO UFPB obedecerá aos princípios da dignidade humana, da livre manifestação do pensamento e dos direitos fundamentais previstos constitucionalmente.

CAPÍTULO II

DA ESTRUTURA ADMINISTRATIVA

Art. 4º. Compõem a estrutura administrativa da RÁDIO UFPB:

- I. Coordenação Acadêmica;
- II. Coordenação de voluntários;
- III. Subcoordenações de conteúdos.

Seção I

Da Coordenação Acadêmica

Art. 5º. A Coordenação Acadêmica, órgão executivo da RÁDIO UFPB, será exercida por Servidor Docente ou Técnico com reconhecida atuação na área, indicado pelo Diretor Centro de Comunicação Turismo e Artes da UFPB.

§ 1º - Compete à Coordenação Acadêmica da RÁDIO UFPB:

- I. Coordenar e supervisionar todas as atividades da RÁDIO UFPB;
- II. Executar as linhas de conduta, critérios de funcionamento e implementação das atividades e da programação.
- III. Indicar os Subcoordenadores de área.
- IV. Deliberar sobre o encaminhamento de projetos, de propostas de realização, cooperações, parcerias e das demais ações pertinentes ao processo de produção e radiodifusão da RÁDIO UFPB;
- V. Elaborar para aprovação possíveis previsões orçamentárias para a devida manutenção da Rádio UFPB. Vislumbrando parcerias público-privadas para apoio cultural.

Seção II

Da Coordenação de voluntários

Art. 6º. A Coordenação de voluntários pode ser exercida por Servidor Docente, Servidor Técnico ou aluno do Mestrado Profissional em Jornalismo da UFPB com reconhecida atuação na área, indicado pelo Diretor Centro de Comunicação Turismo e Artes da UFPB. Esta Supervisão tem a seguinte estrutura:

- I) Coordenador de voluntários
- II) Voluntários representantes (este cargo podendo ser ocupado por aluno de graduação ou de pós-graduação do Mestrado Profissional em Jornalismo da UFPB)

§ 1º O mandato destes cargos é de 02 (dois) anos, admitida uma recondução para o período subsequente.

Art. 7º. Compete à Coordenação de Voluntários da RÁDIO UFPB:

- I. Estabelecer as linhas de conduta e critérios da programação da RÁDIO UFPB;
- II. Elaborar os critérios e procedimentos para o julgamento de projetos apresentados à RÁDIO UFPB.
- III. Selecionar e/ou desligar voluntários que não cumpram os critérios de permanência e certificação estabelecidos no item seguinte.
- IV. Reconhecer os voluntários com certificados de experiência na Rádio UFPB, somente quando estes produzirem, no mínimo, oito reportagens para o canal de radiodifusão no período de três (3) meses.

Art. 8º. Compete aos Voluntários representantes da RÁDIO UFPB:

- I. Acompanhar e colaborar para o cumprimento de prazos das produções de conteúdo por parte dos voluntários nas suas diversas editorias da RÁDIO UFPB;
- II. Fazer e entregar relatórios quinzenais à Coordenação de Voluntários sobre as produções de conteúdo da equipe de voluntários que representa (dificuldades, sucessos e outros inerentes ao processo de produção, gravação e edição das pautas).

Seção III **Das Subcoordenações de Conteúdo**

Art. 9º. Estão subordinadas à Coordenação da Rádio UFPB, as seguintes Subcoordenações de Conteúdo:

- I. Subcoordenação Técnica e de Programação;
- II. Subcoordenação de Reportagem;
- III. Subcoordenação de Produção;
- IV. Subcoordenação de Mídia Social.

§ 1º - Compete à Subcoordenação Técnica e de Programação:

- I. Propor a grade de programação local da RADIO UFPB para aprovação da Coordenação Acadêmica
- II. Desenvolver, executar e monitorar o pleno funcionamento da grade de programação da RADIO UFPB;
- III. Supervisionar a qualidade técnica das produções dos conteúdos para veiculação;
- IV. Administrar o acervo, preservando o arquivo da RADIO UFPB.
- V. Gerenciar a manutenção dos equipamentos de produção e garantir a qualidade da transmissão da RÁDIO UFPB;

§ 2º - Compete à Subcoordenação de Reportagem:

- I. Avaliar os conteúdos textuais e de entrevistas produzidos para a RÁDIO UFPB.
- II. Monitorar as produções e as coberturas jornalísticas e de entretenimento.

§ 3º - Compete à Subcoordenação de Produção:

- I. Planejar, coordenar, orientar e criar produtos, programas e projetos de modo a preservar a linha editorial educativa da RÁDIO UFPB.
- II. Avaliar as produções de pauta de todos os programas.
- III. Coordenar e executar, junto à coordenação técnica, o apoio logístico aos projetos e gravações internas e externas ao estúdio.

§ 4º - Compete à Subcoordenação de Mídia Social:

- I. Produzir conteúdo diário de notas, notícias, fotografias e submeter reportagens transmitidas na RÁDIO UFPB na página da rádio e nas redes sociais dela: *twitter, facebook e instagram*;
- II. Promover o interesse pelas páginas acima citadas com spots educativos semanais;
- III. Comparecer aos eventos de maior porte, promovidos ou com cobertura da RÁDIO UFPB para divulgação nos canais de internet da rádio.

CAPÍTULO III DO FUNCIONAMENTO

Art. 10º. A RÁDIO UFPB funcionará, basicamente, com recursos orçamentários da UFPB, com desenvolvimento de projetos e parcerias público-privadas para apoio cultural.

Art. 11º. A RÁDIO UFPB, segundo critérios objetivos e de acordo com a natureza do projeto, poderá contratar pessoal temporário, segundo as normas da Universidade.

Art. 12º. As atividades da RÁDIO UFPB poderão contar com estagiários bolsistas e voluntários.

Art. 13º. A mudança da identidade visual da RÁDIO UFPB, logomarca e designer das páginas na internet, não podem ser alteradas. Salvo consenso entre a Coordenação Acadêmica, Coordenação de voluntários e Subcoordenações de conteúdos, justificados pela necessidade de atualização da identidade visual da Rádio. Para tanto, fica estabelecido que só ocorrerão mudanças após campanhas institucionais em todos os canais da Rádio na internet, durante um mês.

Art. 13º. Este Regulamento entra em vigor a partir da data de inauguração da RÁDIO UFPB, mesma data da defesa de Mestrado da aluna do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo Profissional da UFPB, que idealizou e concretizou a ferramenta com apoio dos discentes dos Cursos de Jornalismo e Rádio e TV da Universidade.

Reitora / UFPB

Diretor / CCTA-UFPB

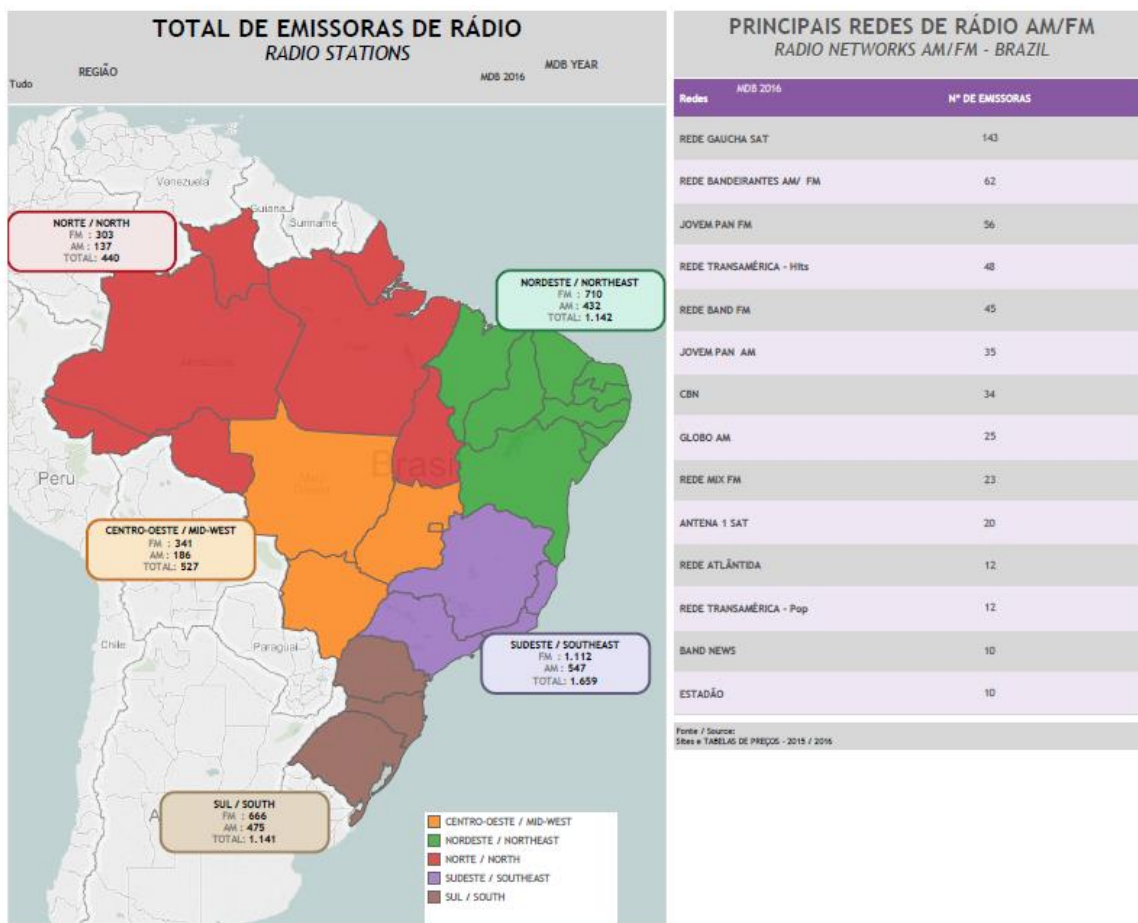
Diretora / PPJ-UPB

Prof. Orientador / PPJ-UFPB

Mestranda / PPJ-UPB

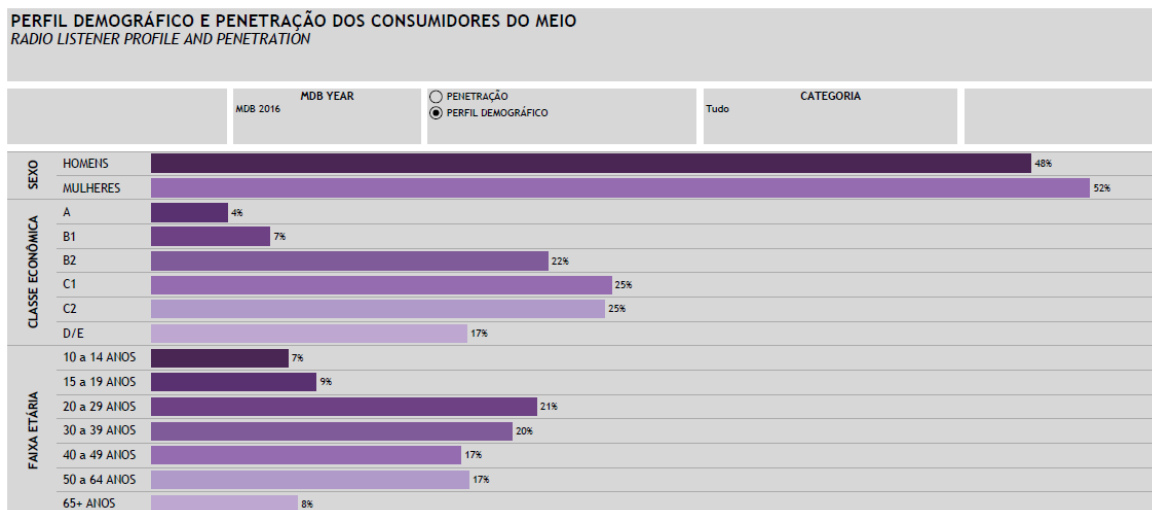
João Pessoa, Agosto de 2016
Centro de Comunicação Turismo e Artes -UFPB
Programa de Pós-Graduação em Jornalismo - UFPB
Mestrado Profissional em Jornalismo - UFPB

ANEXO A - GRÁFICO 1- TOTAL DE EMISSORAS DE RÁDIO NO BRASIL

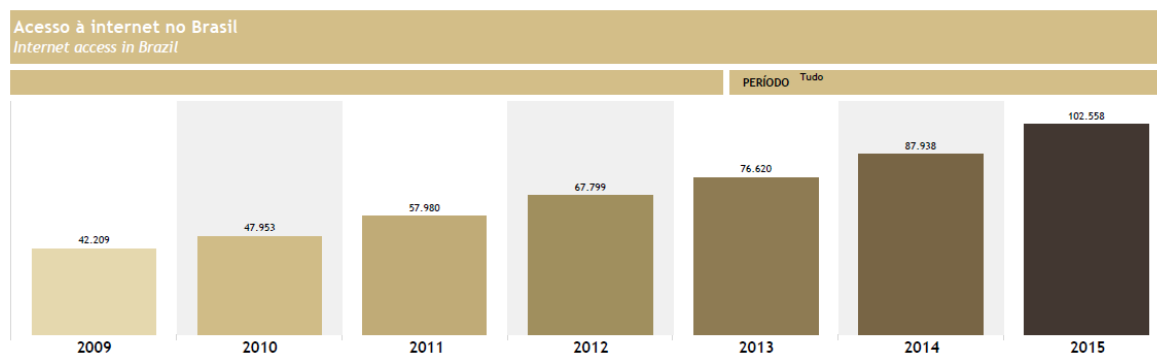


Fonte: Mídia Dados Brasil (2015)

ANEXO B - GRÁFICO 2 – PERFIL DEMOGRÁFICO E PENETRAÇÃO DOS CONSUMIDORES DO MEIO

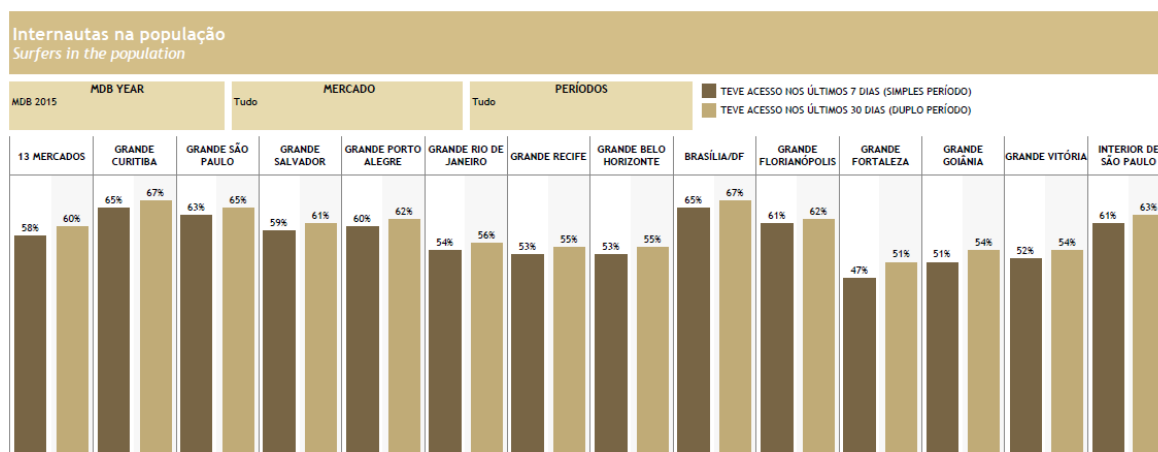


Fonte: Mídia Dados Brasil (2015)

ANEXO C - GRÁFICO 3 – ACESSO À INTERNET NO BRASIL

Fonte: Mídia Dados Brasil (2015)

ANEXO D - GRÁFICO 4 – INTERNAUTAS NA POPULAÇÃO



Fonte: Mídia Dados Brasil (2015)

ANEXO E – RÁDIOS UNIVERSITÁRIAS

UF	Município	Entidade	Emissora	Endereço on line
BA	Vitória da Conquista	Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – UESB	Rádio UESB FM Educativa 97,5	http://www.uesb.br/popup/radio/radio.html
UF	Município	Entidade	Emissora	Endereço on line
CE	Fortaleza	Fundação Cearense de Pesquisa e Cultura	Rádio Universitária FM 107,9	http://www.radiouniversitariafm.com.br/
UF	Município	Entidade	Emissora	Endereço on line
ES	Vila Velha	Centro Universitário Vila Velha – UVV	Radio Cidade 97,7 FM	http://radiocidade.uvv.br/
ES	Vitória	Fundação Ceciliano Abel de Almeida / Universidade Federal do Espírito Santo – UFES	Rádio Universitária FM 104,7	http://www.universitariafm.com.br/
ES	Vitória	Faculdades Integradas Espírito-santenses – FAESA	Rádio Tropical FM 103,7	http://www.radiojoventropical.com.br/
UF	Município	Entidade	Emissora	Endereço on line
GO	Goiânia	Universidade Federal de Goiás – UFG	Rádio Universitária 870 AM	www.radio.ufg.br
UF	Município	Entidade	Emissora	Endereço on line
MA	São Luis	Fundação de Apoio ao Desenvolvimento da UFMA	Rádio Universidade FM 106,9	http://www.universidadefm.ufma.br/
UF	Município	Entidade	Emissora	Endereço on line
MG	Alfenas	Fundação de Ensino e Tecnologia de Alfenas	Rádio Universidade FM 106,7	http://www.radiouniversidade.com.br/
MG	Barbacena	Fundação Jose Bonifacio Lafayette de Andrada / Universidade Presidente Antônio Carlos – UNIPAC	Rádio Educativa e Cultural Show FM 93,3	http://www.showfm.com.br/
MG	Belo Horizonte	Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG	UFMG Educativa 104,5	http://www.ufmg.br/online/radio/
MG	Itajubá	Universidade Federal de Itajubá – UNIFEI	Rádio Universitária de Itajubá 1570 KHz	www.radiouniversitaria.unifei.edu.br
MG	Juiz de Fora	Universidade Federal de Juiz de Fora - UFOF	Rádio Universitária da UFOF 104,9	www.ufjf.br/radio
MG	Lavras	Fundação de Apoio ao	Universitária FM 105,7	http://www.radio.ufla.br/

		Ensino Pesquisa e Extensão – FAEPE / Universidade Federal de Lavras – UFLA	MHz	http://www.universitariafm.ufla.br/
MG	Ouro Preto	Universidade Federal de Ouro Preto	UFOP Educativa 96,1	http://www.ufop.br
MG	Uberlândia	Universidade Federal de Uberlândia (UFU)	Rádio Universitária FM 106,9 MHz	www.universitariafm.ufu.br
MG	Viçosa	Fundação de Rádio e TV Viçosa	Rádio Universitária de Viçosa 100,7 MHz	www.rtv.ufv.br
UF	Município	Entidade	Emissora	Endereço on line
MT	Campo Grande	Fundação Dom Bosco / Universidade Católica Dom Bosco	Rádio 91,5 FM UCDB	http://www.fmucdb.com.br/
MT	Campo Grande	Fundação Manoel de Barros / Universidade para o Desenvolvimento do Estado e Região do Pantanal – Uniderp	Rádio 103,7 Uniderp FM	http://www.uniderpfm.com.br/
UF	Município	Entidade	Emissora	Endereço on line
PA	Belém	Fundação Instituto para o Desenvolvimento da Amazônia – Fidesa	Radio Unama Fm 105,5	http://www.unama.br:8080/midi as/unamaFm/unamafm.htm
UF	Município	Entidade	Emissora	Endereço on line
PE	Recife	Universidade Federal de Pernambuco – UFPE	Rádio Universitária FM 99,9	http://www.tvu.ufpe.br/ http://www.tvu.ufpe.br/index.php?option=com_content&view=article&id=103&Itemid=175
PE	Recife	Universidade Federal de Pernambuco – UFPE	Rádio Universitária AM 820 Khz	http://www.tvu.ufpe.br/ http://www.tvu.ufpe.br/index.php?option=com_content&view=article&id=98&Itemid=162
UF	Município	Entidade	Emissora	Endereço on line
PR	Londrina	Universidade Estadual de Londrina Este endereço de e-mail está sendo protegido de spam, você precisa de Javascript habilitado para vê-lo	Rádio UEL FM 107,9	www.uel.br/radiowww2.uel.br/radio
PR	Maringá	Universidade Estadual de Maringá	Rádio UEM 106,9 FM	http://www.uem.br/
PR	Maringá	Fundação Centro Universitário de Maringá	Rádio Universitária Cesumar FM 94,3	http://www.radiocesumar.com.br/

PR	Toledo	Fundação para o Desenvolvimento Científico e Tecnológico de Toledo – FUNTEC / Faculdade Sul Brasil – FASUL	FM Educativa Sul Brasil 104,9 MHz	http://www.fasul.edu.br/radio/
PR	Umuarama	Fundação Cândido Garcia	Rádio Universitária Paranaense RUP FM 107,7	http://www.rup.org.br/
UF	Município	Entidade	Emissora	Endereço on line
RJ	Petrópolis	Universidade Católica de Petrópolis - UCP	Rádio UCP FM 106.3	http://www.ucpfm.com.br/
UF	Município	Entidade	Emissora	Endereço on line
RN	Natal	Fundação Norte Rio Grandense de Pesquisa e Cultura – Funpec / Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN	Rádio Universitária FM 88,9	Site: www.fmu.ufrn.br
UF	Município	Entidade	Emissora	Endereço on line
RS	Caxias do Sul	Fundação Universidade de Caxias do Sul – UCS	Rádio UCS FM Caxias do Sul 106,5	http://www.sintonizar.com.br/ucs/ucsfmcaxias.wpl
RS	Caxias do Sul	Fundação Universidade de Caxias do Sul – UCS	Rádio UCS FM Bento Gonçalves 89,9	http://www.ucs.br/ucs/cetel/ucstv/capa/capa/ucsfmbento.wpl
RS	Caxias do Sul	Fundação Universidade de Caxias do Sul – UCS	Rádio UCS FM Vacaria 106, 1	http://106fm.vocenabanda.com/
RS	Ijuí	Fundação de Integração, Desenvolvimento e Educação do Nordeste do Estado / Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – Unijuí	Rádio Educativa Unijuí FM 106,9	www.radio.unijui.edu.br www.unijui.edu.br/unijui-fm
RS	Santa Maria	Universidade Federal de Santa Maria – UFSM	Rádio Universidade AM 800	http://w3.ufsm.br/radio http://www.ufsm.br/radio/alfa/radioavivo.html
RS	Pelotas	Fundação Universidade Federal de Pelotas	Rádio Federal FM 107,9	www.ufpel.edu.br/federal http://federalfm.ufpel.edu.br
RS	Pelotas	Universidade Católica de Pelotas	Rádio Universidade AM 1160 Khz	http://www.radiouniversidadeam.com.br/content/ao_vivo/vivo.htm http://www.radiouniversidadeam.com.br

RS	Porto Alegre	Centro de Televisão Educativa Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS	Rádio da Universidade – AM 1080	http://www.ufrgs.br/radio/index.html
UF	Município	Entidade	Emissora	Endereço on line
RS	Rio Grande	Fundação de Apoio à Universidade do Rio Grande – RS	Rádio Universidade FM 106,7	www.universidadefm.furg.br
RS	Santo Ângelo	Fundação Missioneira de Radiodifusão Educativa / Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões	Rádio Universitária FM 106,5	http://www.urisan.tche.br/
RS	São Leopoldo	Fundação Padre Urbano Thiesen / Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS	Rádio Unisinos FM 103.3	http://fundacaourbanothiesen.unisinos.br/radio/
UF	Município	Entidade	Emissora	Endereço on line
SC	Blumenau	Fundação Universidade Regional de Blumenau	Rádio FURB FM 107,1	http://www.furb.br/furbfm/
SC	Florianópolis	Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC	Rádio Educativa UDESC FM 100,1	http://midia.udesc.br/radiofloripa
SC	Itajaí	Universidade do Vale do Itajaí – Univali	Rádio Educativa Univali FM 94,9	http://www.univali.br/radio
SC	Joaçaba	Fundação Educacional Unificada do Oeste de Santa Catarina / Universidade do Oeste de Santa Catarina – Unoesc	Rádio Educativa Universitária Unoesc 106,7 FM	http://unoesc.edu.br/unoesc-fmwww.unoesc.fm
SC	Joinville	Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC	Rádio Educativa UDESC FM 91,9	http://midia.udesc.br/radiojoinville
SC	Lages	Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC	Rádio Educativa UDESC FM 106,9	http://www.cav.udesc.br/radio2.php
SC	Rio do Sul	Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí	Rádio Educativa Universitária UNIDAVI FM 106,7 MHz	http://www.radio.unidavi.edu.br/
UF	Município	Entidade	Emissora	Endereço on line
SP	Araraquara	Fundação Universitária de Rádio e Televisão de Araraquara / Centro Universitário de Araraquara – Uniara.	Rádio Uniara FM100,1 MHz	http://www.uniara.com.br/radio.htm http://www.uniara.com.br/radio/

SP	Bauru	Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho – UNESP	Rádio UNESP FM 105,7	http://radio.unesp.br
SP	Bauru	Fundação Veritas / Universidade do Sagrado Coração (USC)	Rádio Veritas FM 102,7 MHz	http://www.veritasfm.com.br/
SP	Franca	Fundação Cultural Universidade de Franca	Rádio Unifran 101,3 MHz	http://www.radiounifran.com.br/
SP	Itararé	Associação Itararense de Ensino- AIE / Faculdades Integradas de Itararé – FAFIT / Função FAFIT de Rádio e TV Educativa	Rádio Educadora FAFIT 88,7 MHz	http://fm.fafit.com.br
SP	Ribeirão Preto	Universidade de São Paulo /Campus Ribeirão Preto	Ribeirão Preto FM 107,9 MHz	http://www.radio.usp.br/
SP	Rio Claro	Fundação Claret / Missionários Claretianos [Colégio São José, Centro Universitário Claretiano, Faculdades Claretianas, Colégio Anglo-Claretiano e Editora Ave Maria]	Rádio Claretiana FM 106, 5 MHz	http://www.claretianafm.com.br
SP	Santos	Universidade Santa Cecília – Unisanta	Santa Cecília FM 107,5 MHz	http://www.santaceciliafm.com.br/programacao_radio.php
UF	Município	Entidade	Emissora	Endereço on line
SP	São Carlos	Fundação de Apoio Institucional ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico / Universidade Federal de São Carlos – UFSCar	Rádio Ufscar FM 95,3	http://www.radio.ufscar.br http://www.radio.ufscar.br/
SP	São Carlos	Fundação Theodoro Souto [convênio com Universidade de São Paulo – USP]	Rádio USP – São Carlos 102,1 MHz	http://www.radio.usp.br/
SP	São Paulo	Universidade de São Paulo / Campus São Paulo	Rádio USP FM 93,7 MHz	http://www.radio.usp.br/
SP	São Paulo	Fundação Cásper Líbero / Faculdade Cásper Líbero	Rádio Gazeta FM 88,1 MHz	http://www.gazetafm.com.br/
SP	São Paulo	Fundação Cásper Líbero / Faculdade Cásper Líbero	Rádio Gazeta AM 890 KHz	http://www.casperlibero.edu.br/gazetaAM-aovivo/
SP	Taubaté	Universidade de Taubaté	FM Unitau 107,7 MHz	http://site.unitau.br//servicos/radio-fm-unitau

SP	Votuporanga	Fundação Rádio Educacional de Votuporanga	Rádio UNIFEV FM 96,5 MHz	http://www.radiounifev.com.br/
UF	Município	Entidade	Emissora	Endereço on line
TO	Palmas	Fundação Universidade do Tocantins / Instituto de Radiodifusão Educativa da Fundação Universidade do Tocantins – UNITINS	Rádio Palmas FM 96,1	http://www.redesat-to.com.br/96fm/

Fonte: Portal do Rádio – Intercom (2016 [?])

ANEXO F - PROJETO DE AMBIENTAÇÃO DO ESTÚDIO DA RÁDIO UFPB

Fonte: Thalita Duarte (2016)