

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – RELAÇÕES PÚBLICAS

ROBERTA SCHWAMBACH

PLANO DE COMUNICAÇÃO PARA A REFORMULAÇÃO DA RÁDIO UFPR

CURITIBA

2008

ROBERTA SCHWAMBACH

PLANO DE COMUNICAÇÃO PARA A REFORMULAÇÃO DA RÁDIO UFPR

Trabalho de Conclusão de curso apresentado como requisito parcial a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas. Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da Universidade Federal do Paraná.

Orientadora
Prof^a Dr^a Adriana Machado Casali

CURITIBA

2008

Agradeço,

Aos meus pais, **Edgar e Roseli**, pelo exemplo de vida e constante incentivo a minha formação.

Ao **Nazen**, companheiro de tantas discussões, que vem me mostrando que vale a pena lutar por um mundo melhor e mais justo. E me faz acreditar que a organização social é um caminho para esta mudança.

A professora e orientadora, **Adriana Casali**, pela constante troca de conhecimentos e pela construção conjunta deste trabalho.

Aos **professores, mestres, colegas e amigos** que acompanharam meu desenvolvimento intelectual nesta longa caminhada que chega ao fim.

Eu quero ser o grão de areia que emperra a
máquina infernal.

Muhammad Yunus, 2006

SUMÁRIO

LISTA DE SIGLAS	09
LISTA DE TABELAS, MAPAS E IMAGENS	10
ABSTRACT	10
RESUMO	11
1 INTRODUÇÃO	12
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	14
2.1 A voz das relações públicas	14
2.1.1 A essência da atividade de Relações Públicas: o Planejamento	15
2.2 Radiodifusão de conhecimentos	19
2.2.1 O Rádio e sua evolução histórica como ferramenta educativa no Brasil	20
2.2.2 A importância de democratizar a comunicação para a Sociedade	28
2.3 Rádios Universitárias Públicas: instrumentos de formação e informação	35
2.3.1 Universidades Federais com Rádios Universitárias	36
2.3.2 Benchmarking: A rádio da UFRGS	43

3	A RADIODIFUSÃO NA UFPR	47
3.1	Procedimentos de Pesquisa	48
3.2	Apresentação	48
3.3	Missão	51
3.4	Objetivos e Metas	51
3.5	Infra Estrutura	52
3.6	Web Site atual da Rádio Web UFPR	53
3.7	Programação Atual	57
4	DIAGNÓSTICO	58
4.1	Pontos Fortes	58
4.2	Pontos Fracos	59

5 PLANO DE COMUNICAÇÃO	61
5.1 Introdução	61
5.2 Justificativa	62
5.3 Objetivos	62
5.3.1 Gerais	62
5.3.2 Específicos	63
5.4 Públicos	63
5.5 Estratégias Gerais	64
5.5.1 Seminário de Planejamento Participativo	
5.5.2 Divulgação e Promoção Institucional da Rádio UFPR	
5.5.3 Incentivar a produção acadêmica para a Rádio UFPR bem como instalar mecanismos de reprodução em espaços públicos da UFPR	
5.6 Recursos	65
5.7 Controle e Avaliação	66
5.8 Cronograma Geral das Ações	66

6. Planos Específicos	67
6.1 CICLO DE SEMINÁRIOS DE PLANEJAMENTO PARTICIPATIVO	
6.2 DIVULGAÇÃO E PROMOÇÃO INSTITUCIONAL DA RÁDIO UFPR	76
6.3 INCENTIVAR A PRODUÇÃO ACADÊMICA PARA A RÁDIO UFPR e INSTALAR MECANISMOS DE REPRODUÇÃO EM ESPAÇOS PÚBLICOS DA UFPR	78
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	81
REFERENCIAS	83

LISTA DE SIGLAS

- ABERT** – Associação Brasileira de Empresas de Radiodifusão
- ABRP** – Associação Brasileira de Relações Públicas
- AM** – Amplitude Modulada
- CBR** – Confederação Brasileira de Radiodifusão
- CBT** – Código Brasileiro de Telecomunicações
- CNC** – Conselho Nacional de Comunicações
- CONFERP** – Conselho Federal de Relações Públicas
- CONTEL** – Conselho Nacional de Telecomunicações
- DECOM** – Departamento de Comunicação da UFPR
- DOP** – Departamento de Propaganda e Difusão Cultural
- EPCOM** – Instituto de Pesquisas em Comunicação
- FABICO** – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul
- FM** – Freqüência Modulada
- FNDC** – Fórum Nacional pela Democratização da comunicação
- FUNPAR** – Fundação da Universidade Federal do Paraná
- MEC** – Ministério da Educação
- MPB** – Música Popular Brasileira
- PR** – Paraná
- RTVE** – Rádio e Televisão Educativa do Paraná
- RU** – Restaurante Universitário
- RP** – Relações Públicas
- SIRENA** – Sistema de Rádio Educativo Nacional
- TV** – Televisão
- UFPE** – Universidade Federal do Pernambuco
- UFPR** – Universidade Federal do Paraná
- UFRGS** – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

LISTA DE TABELAS, MAPAS E IMAGENS

Tabela 01	36 – 37 – 38 – 39
Instituições Federais e suas emissoras de radiodifusão	
Figura 01	41
Rádios Universitárias Brasileiras e sua distribuição geográfica	
Figura 02	50
Página de Acompanhamento Online do Ministério das Comunicações	
Figura 03	50
Página de Acompanhamento Online do Ministério das Comunicações	
Figura 04	54
Logomarca da Rádio UFPR	
Figura 05	55
Site atual da Rádio Web UFPR	
Figura 06	56
Site atual da Rádio Web UFPR/contatos	
Figura 07	57
Aplicativo de Transmissão da Rádio Web UFPR	
Quadro 02	57 ---- 58
Programação da Rádio Web UFPR	
Modelo 01	72
Banner para Internet	
Modelo 02	72
Bloco de Notas	
Modelo 03	73
Boletim Informativo	
Modelo 04	74
Cartaz A3 – Específico para cada evento	
Modelo 05	75
Cartaz A2 – Divulgação do Ciclo de Seminários	

RESUMO

Compreender as funções e formas de atuação das Relações Públicas nos leva a perceber que este é extremamente importante em Instituições Públicas de Ensino Superior. O objetivo principal deste trabalho é aplicar estas ferramentas para o entendimento da atual realidade da Radio UFPR e as formas de auxiliar em seu desenvolvimento, contribuindo para a articulação dos variados públicos envolvidos na questão.

Para tanto, foi imprescindível compreender a evolução histórica das rádios educativas no país, bem como um levantamento das rádios ligadas a instituições públicas de ensino superior e uma pesquisa de benchmarking a respeito da mais antiga e conceituada destes veículos: a Radio da UFRGS.

Sendo a autora representante discente durante cerca de quatro, dos cinco anos de existência da Radio UFPR, e os debates acerca da mesma serem constantes (porem não conclusivos) a mesma pode fazer um diagnostico completo da situação, considerando os interesses e anseios dos variados públicos, e, assim, tendo a possibilidade de propor um Plano de Comunicação para a reestruturação da mesma.

Palavras-chave: rádio universitária, comunicação, relações públicas.

INTRODUÇÃO

As relações públicas são imprescindíveis para a sociedade atualmente. É através de diversos mecanismos desta profissão que a sociedade desenvolve-se e abre novos caminhos para a interação social.

Perceber o conjunto de diferentes públicos que fomentam interesses frente às organizações, bem como compreender seus anseios, é uma das formas mais importantes que o profissional possui para bem diagnosticar situações e propor planos de ação que modifiquem a realidade percebida, de forma a alterá-la positivamente.

Este é o objetivo do presente trabalho: estudar uma realidade e propor alterações a ela. A Rádio Web UFPR, há cinco anos em funcionamento, tem sido um problema administrativo interno da UFPR. Os variados públicos envolvidos na questão sentem-se excluídos do processo, não sendo considerados como atores da mesma, o que gerou um desinteresse geral pela Rádio UFPR e o quase abandono do projeto de implantação da mesma.

Para entender a situação, buscou-se fazer um levantamento histórico a respeito de rádios universitárias, e se percebeu a necessidade de entender os conceitos de rádio educativa e como ela evoluiu no Brasil. Assim, pode-se perceber que não somente na UFPR a radiodifusão educativa é um tanto desconhecida, como em diversas outras instituições.

A proposta desta autora é um Plano de Comunicação, por acreditar que, através de algumas ferramentas de relações públicas seja possível articular os diversos públicos envolvidos na questão para uma reformulação da mesma, que contemple seus interesses e possa ampliar as funções educativas e sociais da Rádio UFPR, em um momento tão importante para a mesma, como se verá adiante.

Para isso, no primeiro capítulo foi abordada a função de Relações Públicas e suas formas de atuação, caracterizando o planejamento estratégico e seus benefícios para a instituição.

No segundo capítulo, buscou-se fazer um levantamento histórico da radiodifusão no Brasil e sua influência para o desenvolvimento social, político, cultural e educativo, sendo este último o principal foco do estudo.

A legislação de radiodifusão também foi levantada, de forma a acompanhar o processo histórico que teve como conseqüências as atuais legislações para o setor.

Por fim, um estudo mais específico a respeito da radiodifusão universitária, por meio de um levantamento de dados das instituições de ensino superior do país que se utilizam deste meio para sua divulgação e promoção. A pesquisa de benchmarking a respeito da Rádio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, ferramenta de relações públicas que pôde fundamentar as ações propostas para a reformulação da Rádio UFPR, o que concretizou-se no último capítulo.

O levantamento de dados a respeito da radiodifusão na UFPR nos levou a crer na necessidade de realizar um Plano de Comunicação para reformular sua estrutura e envolver os diversos públicos da mesma na sua reconstrução.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A voz das Relações Públicas

O mundo caminha para o futuro em consequência de decisão e não de planos. Estes só são significativos na medida em que afetam as decisões. Podemos definir o planejamento de tal modo que ele seja parte do processo total de tomada de decisões; mas se não é parte desse processo, é um saco sem vento, um pedaço de papel e diagramas sem valor.

Kenneth E. Boulding

Segundo Kunsch (2003) as relações públicas, como disciplina acadêmica e como atividade profissional, têm como objeto de estudo o relacionamento das organizações e seus públicos. Apesar de instâncias distintas, relacionam-se dialética e constantemente. Promover e administrar o relacionamento entre as duas partes, muitas vezes, mediando conflitos, é a principal função de Relações Públicas, valendo-se para tanto de estratégias e programas de comunicação.

Tais estratégias são delimitadas em planejamentos de comunicação, que buscam identificar os públicos da organização, bem como perceber seus anseios e objetivos frente à mesma, para só assim integrar uma ação que amenize os conflitos e enfatize os pontos de ligação entre os públicos e a organização da qual se fala.

Porém, também é importante atentar para o fato de que as relações públicas são uma atividade política, como coloca Simões (1987) e por tanto, a mesma deve estar participando da alta administração da organização que visa representar, para somente

assim, o planejamento efetuado não ser um “saco sem vento” e sim um instrumento para facilitar a tomada de decisões e a implantação de ações que integrem os objetivos institucionais aos de seus públicos, internos e externos.

A essência da atividade de Relações Públicas: o Planejamento

Para a Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP), a atividade se define como:

O esforço deliberado, planejado, coeso e contínuo da alta administração, para estabelecer e manter uma compreensão mútua entre uma organização pública ou privada, e seu pessoal, assim como entre essa organização e todos os grupos aos quais está ligada, direta ou indiretamente.

Portanto, além de ser responsável por estabelecer e manter o diálogo entre os diversos públicos de uma organização, os profissionais de Relações Públicas devem estar atentos para os interesses de cada um deles para com a organização e tentar alinhar seus objetivos com os da mesma.

A atividade de Relações Públicas no Brasil é regulamentada pela Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967, a qual em seu artigo segundo define as atividades específicas da função, sendo elas¹:

a) a informação de caráter institucional entre a entidade e o público, através dos meios de comunicação; b) a coordenação e planejamento de pesquisas de opinião pública, para fins institucionais; c) o planejamento e supervisão da utilização dos meios áudio-visuais, para fins institucionais; e d) planejamento e execução de campanhas de opinião pública.

Assim, uma das funções principais do profissional de Relações Públicas é a de planejar ações institucionais que venham

¹ Retirado de http://www.conrerp2.org.br/perfil_conrerp.asp em 19 de setembro de 2008.

a transmitir informações entre a entidade e os públicos da mesma, bem como a utilização de meios áudio-visuais com os mesmos fins.

Para tanto, é de extrema importância para as Relações Públicas bem definir quais são os públicos da Instituição, para então traçar um plano de ação que os aproximem da Instituição, informando e coletando informações dos mesmos.

Para França, (2002); a pesquisa junto a organizações pode resultar em uma conceituação lógica de públicos capaz de identificar com precisão os públicos de interesse da organização e quais suas expectativas em relação à mesma. Esse processo visa ainda definir com clareza o tipo correto de comunicação para cada público, bem como a mídia que será empregada para atingir os objetivos de comunicação. Pois, afinal, a essência da atividade de relações públicas são os relacionamentos estratégicos com públicos específicos.

As relações públicas voltadas para Instituições de Ensino Superior Público, portanto, seriam voltadas a favorecer a consciência, articulação e ação das diversas classes sociais, buscando transformar a sociedade através da consciência das contradições singulares; pois,

Além das relações objetivas, que identificam e classificam os componentes da interação, esta atividade compreende, também, aspectos qualitativos: o social, o cultural, o econômico, o ideológico, o jurídico e o filosófico, em nível abstrato. As Relações Públicas (...) buscam métodos de motivação para a mudança de mentalidade, no sentido de humanizar relações de trabalho, minimizar diferenças sociais, transformando a própria sociedade. Constituem-se não apenas numa necessidade do modo de produção capitalista, como também de instituições como sindicatos, universidades, escolas, hospitais, associações. (FONSECA, 2002. p.20)

Neste sentido, este trabalho busca perceber as necessidades de uma entidade pública de ensino – a Universidade Federal do Paraná – e de seus variados públicos internos – docentes, discentes, funcionários – na construção de um meio de comunicação plural, que mostre as singularidades de cada um deles, que integram o universo da instituição e representam, cada um, parcelas distintas da sociedade frente a outros públicos externos à mesma. Para tanto, faz-se necessário estudarmos a

organização da qual falamos, os públicos que se apresentam frente à mesma, seus objetivos e metas, bem como possibilidades de implantação do planejamento efetivado.

Decisões dentro de organizações implicam um planejamento prévio, ou seja, um processo de pesquisa e análise, para antecipadamente ter-se o encaminhamento do que deve ser feito, por quem, como e por que, tendo sempre em vista os objetivos e metas da organização. (KUNSCH, 1986).

Drucker, citado por Oliveira (2002), enfatiza que o planejamento não diz respeito a decisões futuras, mas a implicações futuras de decisões presentes; por isso é de extrema importância para o futuro da organização. Oliveira conceitua o termo *planejamento* como:

a identificação, análise, estruturação e coordenação de missões, propósitos, objetivos, desafios, metas, estratégias, políticas, programas, projetos e atividades, bem como de expectativas, crenças, comportamentos e atitudes, a fim de alcançar de modo mais eficiente, eficaz e efetivo o máximo de desenvolvimento possível, com a melhor concentração de esforços e recursos pela empresa. (OLIVEIRA, 2002. p. 327).

Oliveira (2002) ainda enfatiza a necessidade de se ter planejamentos flexíveis, constantemente monitorados e atentos às transformações devido a interferências de fatores internos e externos ao ambiente organizacional.

Segundo Dias, (apud Kunsch 2003, p. 216), as vantagens do planejamento para a tomada de decisões por organizações são as seguintes:

- Permite a coordenação de esforços e a maximização de recursos;
- Por meio da sistematização estratégica do desempenho da organização, faz com que a mesma tome consciência de sua razão de ser, sua visão e seus objetivos;
- Permite conferir se a mesma está buscando os resultados propostos nos objetivos;
- Aumenta a interação entre os indivíduos que fazem parte da organização;
- E o planejamento amplia o horizonte de visão estratégica dos dirigentes, orientando-os na prospecção dos ambientes em que a organização irá inserir-se, bem como lhes suscita novas idéias sobre oportunidades a serem exploradas.

O planejamento não pode ser confundido com o plano, já que este corresponde a um documento formal que consolida as informações desenvolvidas no planejamento. O plano engloba as diretrizes básicas para a aplicação do planejamento. Nele, indicam-se os objetivos a serem alcançados, os recursos a serem despendidos e os prazos a serem cumpridos, bem como os enfoques que devem ser dados a cada uma das ações a serem desenvolvidas, fornecendo um cronograma e um acompanhamento das mesmas. Segundo Baptista, (apud KUNSCH 2000. p.99):

o plano delinea as decisões de caráter geral do sistema, suas estratégias e precisa responsabilidades. Deve ser formulado de forma clara e simples, a fim de nortear os demais níveis da proposta (...).

Em resumo, o plano é uma parte do planejamento, e ele facilita a realização de cada uma das diretrizes apontadas de forma ampla e integrada no planejamento.

Para Kunsch (1986; 1997) o planejamento estratégico está relacionado com as questões políticas, sociais e econômicas da sociedade, sendo extremamente dinâmico, visa encontrar formas de gerenciar as ações estratégicas da organização, frente às incertezas, conflitos e riscos que a mesma deve enfrentar, para que as decisões tomadas resultem positivamente no futuro da mesma.

Neste trabalho, elegemos a estrutura de planejamento baseada nos estudos e considerações de Margarida Kunsch para desenvolver o Plano de Comunicação para a Rádio da Universidade Federal do Paraná, adaptando-o à realidade e especificidades do próprio estudo em questão.

Radiodifusão de conhecimentos

A radiodifusão há de ser transformada de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação. A radiodifusão poderia ser o mais fantástico meio de comunicação imaginável na vida pública, um imenso sistema de canalização. Quer dizer: isto se não somente fosse capaz de emitir, como também de receber; em outras palavras, se conseguisse que o ouvinte não se limitasse a escutar, mas também falasse, não ficasse isolado, mas relacionado [...]

Bertold Brecht, 1932.

Estamos nos aproximando do centenário de implantação do rádio no Brasil, durante esse tempo, modificações estruturais, legislativas, políticas, econômicas e culturais puderam ser observadas neste meio de comunicação, que acompanhou o desenvolvimento do país em suas variadas facetas.

Atualmente, os debates acerca da implantação de novas tecnologias digitais nos formatos de transmissão de informação inflamaram novamente as discussões da importância e relevância dos meios de comunicação de massa para a formação política, cultural e desenvolvimentista do país.

No seio destes debates, está a questão da liberdade de expressão, cada vez mais reivindicada por grandes frações da sociedade, preocupadas com a pluralidade de informações.

Por isso, neste capítulo do trabalho se busca fazer um levantamento histórico da radiodifusão, sua importância social e política, e, acima de tudo, busca em qual medida o rádio tem influenciado na difusão de conhecimento e educação no país.

O Rádio e sua evolução histórica como ferramenta educativa no Brasil

No dia 07 de setembro de 1922, durante as comemorações do centenário da Independência do Brasil, o discurso do presidente Epitácio Pessoa pôde ser ouvido através de 80 receptores distribuídos pela empresa Westinghouse. Era a primeira transmissão radiofônica no Brasil, depois dela, algumas outras transmissões públicas foram realizadas, mas encerraram-se pela ausência de um projeto que viabilizasse sua continuidade. Seu desenvolvimento se daria através da elite local. (MOREIRA,1991; FERRARETTO, 2001; TAVARES, 1999)

Foi pelo interesse de Edgard Roquette Pinto e Henry Morize que o novo advento seria implantado, sendo fundada a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, em abril de 1923, a primeira emissora de rádio do país, baseada na sede da Academia Brasileira de Ciências, no Rio de Janeiro, e consolidada através de doações de seus sócios. Roquette Pinto e Morize, estudiosos da época, idealizavam o rádio como veículo educacional, inserido no contexto de modernização do Brasil na época, como já dizia o slogan da Rádio Sociedade do Rio: “*Trabalhar pela cultura dos que vivem em nossa terra e pelo progresso do Brasil*” (FERRARETTO, 2001, p.97).

Apesar de o rádio ter surgido com a missão de transmitir educação e cultura aos brasileiros, ele restringia-se a uma elite que tinha a possibilidade de adquirir equipamentos de recepção, bem como pagar as taxas de participação na Rádio Sociedade. Sua ampliação e difusão gradativa permitiram que o rádio atingisse seus objetivos mais nobres, como podemos verificar na própria definição de Roquette a respeito da radiodifusão:

O rádio é o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre; é o animador de novas esperanças; o consolador dos enfermos; o guia dos sãos, desde que o realizem com espírito altruísta e elevado. (TAVARES, 1999, p.8).

Esse incentivo cultural assumiu um caráter erudito nesta primeira rádio brasileira, principalmente por seus interesses serem direcionados para os próprios interesses dos seus sócio-mantenedores. Na programação, podiam-se ouvir óperas, recitais de poesia, conferências e concertos. Aulas de geografia e cursos em diversos idiomas, como “Literatura Francesa”, “Esperanto”, “Silvicultura Prática”, entre diversos outros. Intelectuais e cientistas, inclusive estrangeiros de passagem pelo Brasil, participavam de debates e palestras promovidos pela rádio, sempre com a intenção de se transmitir educação e cultura para seus ouvintes.

A partir dos anos 30 a rádio começa a popularizar-se e o Governo preocupa-se com a questão insurgente da comunicação social e cria a primeira definição do Sistema Brasileiro de Radiodifusão, com o Decreto nº. 20.047 de maio de 1931.

Os meios de comunicação passam a ser considerados então como assunto de interesse nacional, com finalidade educativa e, pela primeira vez, fala-se em concessão de freqüência, deliberação exclusiva do Governo. No ano seguinte, o Decreto nº. 21.111 permite e regulamenta a publicidade no rádio, restrita a 10% da programação da emissora. Começa uma nova fase na radiodifusão brasileira.

As emissoras passam a ser administradas como empresas de comunicação. A abertura para a publicidade no rádio gera um novo potencial deste meio antes não explorado: o mercadológico. E grandes alterações podem ser percebidas neste meio;

A introdução de mensagens comerciais transfigura imediatamente o rádio: o que era erudito, educativo, cultural passa a transformar-se em popular, voltado ao lazer e à diversão. O comércio e a indústria forçam os programadores a mudar de linha: para atingir o público, os reclames não podiam interromper concertos, mas passaram a pontilhar entre execuções de música popular, horários humorísticos e outras atrações [...]. (ORTRIWANO, 1985, p.15)

A integração nacional via ondas do rádio transpareceu nas freqüentes inaugurações de novos e potentes transmissores, capazes de atingir toda a América do Sul. Como aponta Ortrawano

(1985), a audiência aumenta diretamente proporcional à constante redução dos preços dos aparelhos receptores.

A importância deste veículo logo foi percebida em diversos âmbitos da sociedade, sua penetração sócio-política no Processo Revolucionário de 1930 despertou o Governo Federal para a necessidade de controlar seus conteúdos. Surgiu, então, o Departamento Oficial de Propaganda – DOP – que em 34 é substituído pelo Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, responsável por produzir a Hora do Brasil².

Os resultados advindos para o nosso país foram imensos [...] os nossos patrícios, distribuídos numa enorme extensão territorial e separados por inúmeras dificuldades físicas, nunca mais sentiram-se sós ou isolados das grandes comunidades nacionais. A radiodifusão exerceu papel de convocadora da massa brasileira para o processo de integração total; reatamos conhecimentos que a distância estava fazendo esquecidos; ultrapassamos barreiras [...]. (LOPES, 1970. p. 43-44)

A Rádio Sociedade do Rio não se rendeu aos interesses comerciais, e permaneceu firme em seus propósitos educativos, enfrentando dificuldades financeiras, em 1936 foi doada ao Governo Federal, sob o âmbito do Ministério da Educação e Saúde Pública, passando a se chamar Rádio Ministério da Educação (MEC). Consciente da comercialização do rádio e de seu distanciamento da função educativa e cultural, Roquette Pinto a transfere mediante a assinatura de um acordo com o Governo, que, entre outras coisas, estabelece:

As instalações serão gratuitamente transferidas ao Ministério da Educação que, em compensação, se obriga

² A Hora do Brasil (antes chamada de Programa Nacional) tem o objetivo de transmitir informações jornalísticas diariamente, sobretudo do Poder Executivo. Foi criada em 1935 por Getúlio Vargas. Em 1938 passou a ser transmissão obrigatória por todas as emissoras do país. Após 1962 o programa passa a chamar-se a Voz do Brasil, sendo que o Senado e a Câmara passam a dividir a segunda meia hora do programa.

Na década de 30, a geração do programa era responsabilidade do Serviço de Publicidade da Imprensa Nacional. No fim de 1939, passou a ser gerado pelo Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP). Em 1945, a geração ficou a cargo da Agência Nacional, órgão do Departamento Nacional de Informações, que substituiu o DIP. Em 1962, o noticiário oficial ficou sob responsabilidade da Empresa Brasileira de Notícias (EBN), que foi substituída em 1988 pela Radiobrás. Atualmente, a Voz do Brasil é regulamentada pelo Código Brasileiro de Telecomunicações.

FONTE: http://www.radiobras.gov.br/radioagencia/historico_voz.php acesso em 13ago2008.

a não utilizar a emissora para outros fins senão o desenvolvimento da cultura popular e a jamais permitir a publicidade comercial ou a propaganda política. (LOPES, 1957. p.8)

Após a transferência, Getúlio Vargas utilizou a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro para a propaganda política de valorização do regime do Estado Novo. Mesmo com este desvio de suas finalidades, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, é considerada a pioneira das rádios educativas, a qual estabeleceu o modelo de programação que fundou as bases para o que, mais tarde, seria denominado de rádio educativo. Ferraretto (2001) afirma que este ideal de ensino e cultura sem a inserção da publicidade comercial vai nortear o sistema educativo de rádio no Brasil, assim como a regulamentação de 1932 de publicidade no rádio forneceu as bases para a radiodifusão comercial.

Entre os anos de 30/45 o rádio consolida-se como veículo de comunicação predominante, a programação enquadra-se no gosto da audiência, em sua maioria analfabeta que tinham no rádio única fonte de notícias. Com programas mais simples e de entretenimento, explode o crescimento das rádios comerciais, e conglomerados começam a se formar, abrangendo São Paulo e Rio de Janeiro, acabando-se com os regionalismos. *“As pequenas emissoras são obrigadas a se coligarem às redes, pois as verbas publicitárias dirigiam-se às grandes, como no caso dos Diários e Associados que congregava 30 jornais e 30 rádios”*. (PERUZZO, 1995, p. 62-63).

As iniciativas baseadas nos princípios educativos e culturais defendidos por Roquette Pinto também não tardaram em reaparecer e se consolidarem. Em 1927 ele tinha publicado um plano de rádio-educação, através do qual todo estado teria uma emissora educativa, sob a coordenação técnica do Governo Federal.

Segundo Moreira (1991) no Distrito Federal em 1928 as escolas primárias passaram a ter receptores de rádio instalados em suas dependências. Em 1933 é fundada a Rádio Escola Municipal do Distrito Federal, estritamente ligada aos ouvintes, recebiam através do correio trabalhos de alunos, telefonemas e

visitas constantes. Moreira (1991) afirma ainda que em apenas um ano, essas rádios receberam cerca de 10.800 trabalhos de alunos da rede pública.

Considerada a primeira cadeia de programas educativos, a Confederação Brasileira de Radiodifusão (CBR), fundada em 1933 com a participação de 13 emissoras de diferentes estados brasileiros, emitia o programa “*Quartos de hora da Comissão Rádio Educativa da CBR*” diariamente no fim da tarde.

Em 1936 é fundada, com princípios educativos, pelo secretário estadual de Agricultura de Minas Gerais a emissora voltada aos interesses dos agricultores, conforme aponta Ferraretto (2001), seu primeiro programa, “*A Hora do Fazendeiro*” recebeu cerca de 25mil cartas nos três primeiros anos. No mesmo ano e com o mesmo princípio, surge a Rádio Jornal do Brasil, com um programa infantil intitulado “*Viagem através do Brasil*”, com descrições dramatizadas da história do povo das regiões brasileiras.

Ainda neste mesmo ano, a Rádio Philips foi nacionalizada e passou a se chamar Rádio Nacional, a qual a partir de 1940 adquiriu independência financeira e transformou-se em uma das maiores emissoras comerciais dos anos 40 e 50. Assim, em 1941 inaugurou o programa “*Universidade no Ar*”, destinado aos professores de todo o país. O programa transmitia cursos de orientação metodológica, letras, ciências, didática e pedagogia. Ferraretto (2001) afirma que de um total de 800 inscritos no início, o programa terminou dois anos mais tarde com 286 alunos recebendo certificados.

Na década de 40 o rádio atinge sua “*época de ouro*”, quando o aumento do número de emissoras e a concorrência entre elas fazem surgir o IBOPE. Nesta mesma fase, com os autoritarismos no mundo, as potencialidades do rádio foram usadas em seu favor. Getúlio Vargas também o faz, com a transmissão de discursos nacionalistas em todas as rádios nacionais.

A televisão surge em 1950 no Brasil com a inauguração da TV Tupi de São Paulo, essencialmente comercial, o novo meio de transmissão de sons e imagens tira o foco do rádio difusor, que se

vê em decadência. A perda de audiência resulta em perda de anunciantes, e as emissoras precisam mudar sua atuação para continuarem competitivas no mercado das comunicações.

No final de 1947, Benjamin Lago elabora um método de rádio-escola que passou a ser executado pelo Governo do Estado de São Paulo, sob o nome de “Universidade no Ar de São Paulo” é apontada por Moreira (1991) como a primeira experiência de núcleos de recepção organizados. Com apoio do Senac, Sesc e Emissoras Associadas, visava treinar a classe operária e pequenos comerciantes, que ouviam às aulas reunidos e depois debatiam os temas abordados com orientação de um professor.

Outro projeto inovador, apontado por Moreira (1991), que motivou a criação em 57 do Sistema de Rádio Educativo Nacional (SIRENA), com patrocínio do Ministério da Educação, congregava 11 emissoras que transmitiam programas de alfabetização para adultos. Monitores voluntários auxiliavam os alunos nas tarefas passadas pelo veículo. O projeto foi extinto em 1963 quando já haviam 47 emissoras incorporadas ao sistema.

Neste contexto, é oficialmente fundada em 18 de novembro de 1957, a Rádio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), com autorização do Governo Federal, é pioneira na radiodifusão universitária. Operando em 1080kHz, em amplitude modulada (AM), sempre se caracterizou por não transmitir intervalos comerciais e se dedicar a programas jornalístico-culturais, educativos, música erudita, além de atividades promovidas pelos vários setores da Universidade³.

Em 1951 Getúlio Vargas cria o Decreto nº.29.783, que altera o anterior e intensifica a concentração das concessões nas mãos do Presidente da República. Entretanto, no ano seguinte Café Filho revoga o mesmo e em 62 é criado o Código Brasileiro de Telecomunicações – CBT, lei nº. 4.117. Como coloca Peruzzo (1995), é resultado da coligação de forças entre Executivo, Forças Armadas, parlamentares e empresários.

³ Informações retiradas do site eletrônico oficial da entidade <http://www.ufrgs.br/radio/> acessado em 22 de maio de 2008, às 13h30.

O CBT é a legislação vigente até hoje, e marca a regulamentação da comunicação social no país em um momento crucial para a TV e o rádio, quando os mesmos tinham se consolidado como motor de desenvolvimento capitalista no país. Este código delineou a forma como estes meios vieram a desenvolverem-se no Brasil. Esta norma reformulou quase todas as normas da comunicação, criou o Conselho Nacional de Telecomunicações – CONTEL. Pela primeira vez o Congresso Nacional torna-se agente da estrutura administrativa destes órgãos, coisa que antes estava concentrada nas mãos da Presidência da República.

No mesmo ano, a Associação Brasileira de Empresas de Radiodifusão – ABERT – foi constituída, demonstrando a força dos empresários do setor, que se beneficiou mais que as outras partes envolvidas com a nova legislação porque imprimiram pontos importantes do ponto de vista mercadológico.

Os militares também impuseram ao CBT o seu projeto de modernização, e em abril de 64 o país mergulha na Ditadura Militar, com o objetivo de transformar o Brasil em uma potência militar e defender a monopolização capitalista, a aliança com a classe empresarial e média foi necessária, bem como a utilização de publicidade nos meios de comunicação e a entrada do capital estrangeiro no país.

Neste momento, os interesses particulares sobrepuseram-se aos nacionais, e foi desrespeitada a Constituição de 1946 que proibia a estrangeiros serem proprietários, acionistas ou que interferissem intelectualmente em veículos de comunicação. A força do capital falou mais alto. Peruzzo (1995), relembra que se formou o grupo Civita com a Editora Abril que simboliza hoje 2/3 de todas as publicações encontradas no mercado, da família Bloch e da TV Globo do Rio de Janeiro.

Em 1967 é criado o Ministério das Comunicações, o CONTEL é substituído pelo Conselho Nacional de Comunicações – CNC – e institui-se o Decreto nº. 236, que regula até hoje, juntamente com a CBT as comunicações no Brasil.

Na década de 70 os empresários do rádio buscaram dar um novo impulso ao meio, que se encontrava em decadência em decorrência do avanço da televisão. Peruzzo (1995) enfatiza que ocorrem modificações no meio, que tendem para a especialização das programações e estações, de acordo com cada faixa de ouvinte. A transmissão via satélite permite a formação de redes nacionais, uma forma de unificar a programação e concentrar a publicidade nas mãos de poucos grupos do setor, forma-se a Transamérica e o Sistema Globo de Rádio. O desenvolvimento e a estruturação dos meios de comunicação no final da década de 70 até os anos 90 demonstraram a influência política das concessões de canais de áudio e vídeo transmissores.

O período do governo de José Sarney pode ser considerado um dos momentos mais críticos da comunicação, no que tange à distribuição de canais de rádio e TV [...] Sarney utilizou concessões e permissões de canais como forma de barganha política, chegando a se tornar o Presidente que mais distribuiu canais [...]. (PERUZZO, 1995. p. 66).

As educativas também passam por reformulações, se dedicando mais à divulgação de aspectos culturais do Brasil, como a música popular, e deixando de se preocupar diretamente com a questão educacional.

Mesmo com as modificações, o Governo Federal cria o projeto Minerva, programa de 30 minutos, transmitido por todas as emissoras do país, com cunho informativo, cultural e recreativo. Não conquistando a população, ficou conhecido como “Projeto Me Enerva”, dando a idéia de que a rádio educativa é cansativa e chata.

Em fevereiro de 1999, um convênio entre o Ministério da Educação (MEC) e a Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT) reativou o projeto, sendo que todas as emissoras associadas à ABERT devem transmitir três programas com notícias do MEC.

Com a nova interpretação do conceito de rádio educativa no Brasil, voltado às transmissões culturais e não tão preocupado com as funções escolares, alguns pesquisadores, como Moreira

(1991) e Lopes (1970) constatam que a radiodifusão educativa não possui uma política educacional para as suas emissoras, que se preocupam em atrair ouvintes e para isto, espelham-se nos moldes da radiodifusão comercial.

Depois de percorrer diversos caminhos, desde o cientificismo erudito cultural⁴, à tentativa de editar modelos educacionais capazes de mudar a realidade sócio-cultural do país, e as propostas culturais, o rádio educativo brasileiro transformou-se de função educativa em cultural.

Pensar na radiotransmissão no Brasil é fazer um paralelo com as transformações sociais, políticas e culturais de nosso povo. Pensar a importância deste meio para o desenvolvimento nacional é perceber como os meios de comunicação influenciam em diversos processos e problemáticas sociais, portanto, é importante que tenhamos clareza em perceber a importância de se ter múltiplos difusores de informação e de ampliar os públicos destes veículos.

A importância de democratizar a comunicação para a sociedade

A luta pela democratização da comunicação inicia-se com a abertura política no final da ditadura militar, momento no qual vários movimentos populares ganharam força em diversos setores sociais. Essa luta torna-se mais emblemática quando verifica-se a atual concentração dos meios de comunicação no país e sua enorme influência sobre a população.

Segundo dados do Relatório “*Os donos da Mídia*” elaborado pela EPCOM (Instituto de Pesquisas em Comunicação, 2000) a partir da década de 60 formaram-se redes de comunicação que controlam a imensa maioria de meios de comunicação no país. São

⁴ Cientificismo erudito cultural é um termo utilizado para caracterizar a primeira fase da Radiodifusão no Brasil, sendo entendido como a busca pelo entendimento de problemas à partir da ciência, ferramenta esta utilizada para difundir conhecimentos e informações. Esse seria erudito na medida em que busca a cultura clássica como eixo central de difusão cultural.

somente seis redes privadas nacionais, com 138 grupos afiliados, que mantém 668 veículos de comunicação, dentre rádios, televisões e impressos.

Ainda segundo este documento, os meios de comunicação são instrumentos de poder regional e nacional, contam com orçamento publicitário aproximado de cinco bilhões de reais, sendo que destes, apenas 5%, ou seja, 265 milhões de Reais são destinados aos meios radiofônicos de difusão de informações. Além disto, o rádio e a televisão são as maiores e únicas fontes de informação para a maioria da população, sendo que 88% dos brasileiros ouvem rádio todos os dias.

Neste contexto, a luta pela democratização dos meios de comunicação seria uma importante ferramenta de abertura política, de difusão cultural e de propagação da diversidade brasileira. Isso porque os meios de comunicação como estão arranjados, centralizam a informação a ser transmitida e os seus conteúdos, de forma a perpetuar a dominação política e econômica no país. O desenvolvimento dos meios de comunicação de massa influi diretamente no desenvolvimento social, político, cultural e econômico de uma sociedade, pois estes são causa e efeito das mesmas, como bem coloca Schramm:

Um sistema mais eficiente de comunicação facilita o desenvolvimento industrial; e este torna mais fácil o desenvolvimento da comunicação. Mais e melhores jornais fornecem mais argumentos para aprender a ler, e numa alta taxa de alfabetização se encontra a razão de ter mais e melhores jornais. Quanto mais as pessoas se sentem capazes de tomar parte nas atividades políticas, mais sentirão a necessidade de educação e informação. Quanto mais informações recebem, mais interessados estarão nos acontecimentos políticos. A história típica do desenvolvimento dos meios de comunicação, em países onde estão mais avançados, é uma cadeia de interações em que a educação, a indústria, a urbanização, a renda nacional e a participação em política e os meios de comunicação coletiva desenvolveram-se todos juntos, estimulando-se reciprocamente. (SCHRAMM, 1965. p. 5-6)

Como Schramm declara, o estímulo recíproco entre educação, desenvolvimento econômico (industrial), urbano, aumento de renda e melhoria da qualidade de vida, bem como a

participação política e nos meios de comunicação resultou, em diversos países, o desenvolvimento da sociedade. Ainda, segundo ele,

A estrutura da comunicação social reflete a estrutura e o desenvolvimento da sociedade. O tamanho da atividade de comunicação – o desenvolvimento dos meios de comunicação coletiva e seus auditórios, a transmissão dos papéis de comunicação individual da sociedade tradicional para as organizações; o crescimento e a participação das cadeias de comunicação – tudo isso reflete o desenvolvimento econômico da sociedade. A propriedade dos meios de comunicação, o uso deliberado da comunicação, os controles a que a comunicação está sujeita refletem o desenvolvimento político e filosófico da sociedade. O conteúdo da comunicação em um dado momento reflete os padrões de valores da sociedade. As redes de comunicação, que determinam que informação deve emitir e quem participa dela e com quem são reflexo da homogeneidade da cultura e geografia dentro da sociedade. (SCHRAMM, 1965. p.4-5)

Assim, pode-se concluir que os meios de comunicação de massas influenciam diretamente no desenvolvimento social, político, cultural, educacional e econômico do país onde estão inseridos. Portanto, torna-se clara a necessidade de ampliar em quantidade e qualidade os meios de comunicação disponíveis para informar e formar a sociedade.

Na década de 80, a UNESCO, afim de aprofundar os estudos sobre os fluxos de informação no mundo, expôs um Relatório com um quadro de desequilíbrio absoluto dos chamados fluxos informativos no globo. Relatou ao mundo, com pormenores, as terríveis conseqüências, para muitos países, do fato de não partilharem de forma plena das vantagens do exercício do Direito de Comunicar, mostrando principalmente que esta falta de direito levaria os mesmos a simples receptores, ficando à margem da chamada sociedade da informação, que se consolidou neste mesmo período.

Porém, a abordagem dada pela Organização Mundial do Comércio enfatiza a natureza de serviço dos meios de comunicação, bem como acontece no Brasil, não dando importância para seu viés social, político e cultural, bem como

também não enfatizando as mazelas geradas pelo monopólio global da informação. Sodré critica este padrão;

Se o rádio brasileiro segue os padrões do modelo norte-americano em termos de estrutura legal, exploração comercial do veículo, natureza classista do meio e de suas mensagens, padrões formais de estética [...] reforçam os valores dessa estrutura, digamos, hegemônica. (SODRÉ, 1980. p.29)

A comunicação é o grande desafio científico e político do século XXI. O triunfo das técnicas aproxima os homens de toda a sociedade, ao mesmo tempo em que obriga, efetivamente, um esforço conjunto de conhecimento e de compreensão entre si, pois essa aproximação torna mais visível as diferenças culturais, sociais e religiosas, e exige uma maior pluralidade dos meios de informação e comunicação para contemplar tamanha diversidade.

O *direito de comunicação* ou o *direito à comunicação*, que pode ser definido como “*direito de todo indivíduo, coletividade ou Estado ao acesso aos meios, à produção, à distribuição e à recepção de conteúdos comunicativos de qualquer natureza*” (LIMA, 2006. p.19), seria importante na sociedade para incentivar uma maior pluralidade de idéias:

[...] a discussão e as experiências podem e devem ir muito além da questão da ‘posse’ dos meios de produção. A democratização passa a ser pensada num contexto muito mais amplo, que envolve elementos como a experimentação estética, a exploração das potencialidades de formação de redes, a distribuição de mídia via internet e a construção coletiva do conhecimento. (LIMA, 2006. p. 189).

Portanto, como bem coloca Lima (2006), mais do que ampliar o número de transmissores de informação, é importante incentivar a diversificação e a qualidade das produções, sejam elas áudio-visuais ou impressas. Para isso, é fundamental que o Estado tenha uma clara proposta para o incentivo a esses mecanismos, bem como a criação/ampliação de meios públicos de difusão da informação, não vinculados às pressões mercadológicas.

Apesar da garantia de pluralidade dos meios de comunicação, na clara menção à **complementaridade dos**

sistemas privados, públicos e estatais, no ordenamento jurídico brasileiro, na Constituição Federal de 1988, nos seguintes artigos:

Art. 221 – A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I – preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II – **promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente** que objetive sua divulgação;

III – **regionalização da produção cultural, artística e jornalística**, conforme percentuais estabelecidos em lei;

Art. 223 – Compete ao poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da **complementaridade dos sistemas privado, público e estatal**.

Inclusive, quando no Art. 221, se prevê a preferência para as emissoras com finalidades educativas, tanto quanto a promoção da cultura nacional e regional e o estímulo à produção independente, e, ao analisarmos a realidade nacional percebe-se o contrário, o que temos no Brasil hoje é o oligopólio dos meios de comunicação por grupos restritos, comerciais; isso porque a legislação atual é

[...] uma colcha de retalhos mal costurada, com sérios problemas conceituais e de arranjos legais, resultantes da batalha perdida pelo movimento de democratização da comunicação durante o processo de elaboração constitucional [...] qualquer novo marco regulatório para as comunicações, precisa resgatar, por exemplo, o caráter público de toda a radiodifusão, reconhecendo que a idéia de complementaridade entre sistemas privado, público e estatal é uma armadilha que tende a tornar o público e o estatal simples guetos diante de um colossal sistema privado-comercial. (RAMOS, 2008. p.6⁵)

São inúmeros ordenamentos jurídicos que, de forma conjunta, deveriam regular a radiodifusão no país. Porém, Ramos aponta que o que temos hoje no Brasil é um beneficiamento dos sistemas privados, de poucos grupos comerciais, em detrimento da verdadeira liberdade de expressão de todas as comunidades interessadas em difundir informação, cultura e entretenimento.

⁵ Entrevista cedida à Revista MídiaCom Democracia – Revista do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. Fevereiro de 2008. nº. 7. Murilo Ramos é pós-doutor em Comunicação pela Unicamp, doutor em Comunicação pela University of Missouri-Columbia, EUA. Professor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (Unb) onde coordena o Laboratório de Políticas de Comunicação (LaPCom).

As dificuldades sentidas por entidades comunitárias e Instituições de Ensino para outorgas de difusão de conteúdos radiofônicos em suas regiões e a pressão do Ministério das Comunicações para a repressão de rádios “piratas” ou ilegalmente funcionando, amplia a necessidade de debater-se a importância de uma legislação clara e que priorize a ampliação dos sistemas público, estatal e comercial.

[...] este ano deverá, finalmente, abrigar a Conferência Nacional de Comunicação. Tendo em vista o acelerado processo de convergência tecnológica e a falta de regulamentação no setor de comunicação social no Brasil, é cada dia mais urgente a realização de uma ampla discussão sobre o tema. (VECCHIA, 2008. p.9⁶)

Para este ano, entidades da sociedade civil organizada, como o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) e o Coletivo Intervezes, estão mobilizando-se para a realização da Conferência Nacional de Comunicação.

Segundo o Coordenador geral do FNDC, a “proposta é que ela seja constituída pelos movimentos sociais e a sociedade civil, articulando-se com parlamentares, partidos políticos e governo federal”. (SCHRÖDER, 2008. p.9). Ainda segundo ele, a expectativa é que as propostas ali apresentadas sejam incorporadas de fato pelo Executivo, transformando-se em políticas públicas. De encontro a essas expectativas, o Ministério das Comunicações lançou, em 22 de abril de 2008, a Consulta Pública sobre Atualização das Políticas Públicas em Telecomunicações⁷, via site eletrônico.

Nesta consulta, foram apresentadas 21 questões sobre vários temas, e durante 75 dias foram recolhidas 2.600 contribuições, que foram compiladas e analisadas para agora constarem na segunda fase da consulta pública, ainda em andamento.

⁶ Reportagem escrita por Veridiana Dalla Vecchia na Revista MídiaCom Democracia – Revista do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. Fevereiro de 2008. nº. 7.

⁷ Conforme pode ser acompanhado no site <http://www.mc.gov.br/sistemas/consulta/default.asp?IDTextoBase=> acesso em 20/08/2008.

A necessidade de atualizar a legislação referente à comunicação social no país, e mais especificamente, a legislação a respeito da radiodifusão educativa, é incipiente. O marco regulatório da comunicação remonta a tempos em que ainda éramos um país ditatorial, uma realidade completamente diferente da que vivemos hoje, em um mundo globalizado, sem fronteiras para a informação e a organização social.

Com a entrada de sistemas de transmissão digitais e com o maior acesso da população às mídias eletrônicas, a expansão da comunicação no país e no mundo torna incipiente a necessidade de abrir espaço para estas novas experiências, bem como de ampliar os emissores de informação, o que demanda uma legislação clara, processos burocráticos transparentes para a obtenção de licenças, mobilização social, reativação do Conselho de Comunicação Social, revisão das concessões comerciais, e principalmente, o fortalecimento do sistema público de radiotransmissão.

As rádios universitárias são importantes atores neste processo de democratizar a comunicação e de transmitir informações não voltadas para as necessidades mercadológicas, portanto, o próximo capítulo buscará entrar mais no tema das rádios universitárias e em qual medida as mesmas podem ser ferramentas de mudança social, política, cultural e educativa no nosso país.

Rádios Universitárias Públicas: instrumentos de formação e informação

Se a universidade é depositária do saber mundial, por que não deixar transbordar um pouco desse saber para as populações vizinhas e assim mostrar a sua utilidade? Uma universidade não deve ser uma torre de marfim onde intelectuais se deixam entusiasmar com o conhecimento sem partilhá-lo com o mundo que os cerca.

Muhammad Yunus, 2006

As Universidades são centros de produção de conhecimentos, locais onde parcelas da população podem estudar o universo que os cerca, desfrutar do saber e abrir novos horizontes para o conhecimento. Como são ambientes restritos a parcelas da população, sempre estiveram no centro da sociedade, e de certa maneira influenciam a mesma e são influenciadas por ela.

Tão importante quanto o que seu papel de produzir conhecimentos, é seu papel de difundi-los na sociedade, aplicando-os na prática diária para a melhora da qualidade de vida de todos, sejam estudantes ou não. Isso se consolida através do tripé universitário: o ensino, a pesquisa e a extensão.

A utilização de meios de comunicação e, principalmente, de radiodifusão para a consolidação destes princípios é um desafio para as Universidades Públicas do país, por conta de impedimentos legais, burocráticos e até mesmo econômicos. Desta forma, poucas Universidades conseguem fazê-lo. Além disto, o grande desafio destas rádios é se manter convicta em seus ideais e não se espelhar nas rádios comerciais, sendo verdadeiros instrumentos de formação, educação e transmissão de conhecimentos não hegemônicos e de culturas regionais.

Analisar um caso em particular, como a Rádio Universidade do Rio Grande do Sul, é um trabalho de benchmarking, já que a mesma é referencia na execução da radiodifusão universitária, assim podemos verificar os melhores caminhos o plano de implantação da Rádio UFPR.

Universidades Federais com Rádios Universitárias

Este estudo restringe-se às emissoras de Rádio ligadas às Universidades Federais. Serão consideradas, portanto, Rádios Universitárias Públicas àquelas que estejam vinculadas às Universidades Públicas Federais, integradas ao Governo Federal.

O Ministério da Educação⁸ contabiliza 52 Instituições de Ensino Superior no país, e a pesquisadora Sandra de Deus (2003) fez um levantamento de quais delas possuem rádios ligadas à sua administração, percebeu que 18 delas possuem emissoras de rádio, sendo que a Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) opera duas emissoras, uma AM e outra FM, totalizando, portanto 19 emissoras de rádios. Isso significa que 33% das instituições federais de ensino superior operam emissoras de rádio, a Tabela 01 apresenta a relação das Universidades Federais no Brasil indicando quais têm emissoras e em qual frequência são transmitidas.

Tabela 01: Instituições Federais e suas emissoras de radiodifusão

INSTITUIÇÃO	SIGLA	CURSOS OFERTADOS NO DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	AM	FM
Região Norte				
Fundação Universidade Federal do Acre	UFAC	JORNALISMO	-	-
Fundação Universidade Federal do Amapá	UNIFAP	Não há	-	-

⁸ Ministério da Educação (MEC), informação contida no site <http://www.mec.gov.br> acessado em 22 de maio de 2008 às 17h00.

Universidade Federal do Amazonas	UFAM	JORNALISMO e RP	-	-
Universidade Federal do Pará	UFPA	JORNALISMO e RP	-	-
Universidade Federal Rural da Amazônia	UFRA	Não há	-	-
Fundação Universidade Federal de Rondônia	UNIR	Não há	-	-
Fundação Universidade Federal de Roraima	UFRR	COMUNICAÇÃO SOCIAL	-	-
Universidade Federal de Tocantins	UFT	JORNALISMO	-	-
Região Nordeste				
Fundação Universidade Federal do Vale do São Francisco	UNIVASF	Não há	-	-
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia	UFRB	JORNALISMO	-	-
Universidade Federal de Alagoas	UFAL	JORNALISMO e RP	-	-
Universidade Federal da Bahia	UFBA	JORNALISMO e Produção Em Comunicação e Cultura	-	-
Universidade Federal do Ceará	UFC	Comunicação Social	-	107,9
Fundação Universidade Federal do Maranhão	UFMA	JORNALISMO, RP e Radialismo	-	106,9
Universidade Federal da Paraíba	UFPB	Não há	-	-
Universidade Federal de Pernambuco	UFPE	JORNALISMO, PP e Radialismo (Rádio/TV)	820	99,9
Universidade Federal Rural de Pernambuco	UFRPE	Não há	-	-
Fundação Universidade Federal do Piauí	UFPI	COMUNICAÇÃO SOCIAL	-	-
Universidade Federal do Rio Grande do Norte	UFRN	PP	-	88,9
Fundação Universidade Federal de Sergipe	UFS	Não há	-	-
Universidade Federal de Campina Grande	UFCG	Não há	-	-
Universidade Federal Rural do Semi-Árido	UFERSA	Não há	-	-
Centro Federal de Educação Tecnológica da Bahia	CEFET BA	Não há	-	-
Centro Federal de Educação Tecnológica do Maranhão	CEFET MA	Não há	-	-
Região Oeste				
Universidade Federal da Grande Dourados	UFGD	Não há	-	-
Fundação Universidade de Brasília	UnB	JORNALISMO, PP e Audiovisuais	-	-

Universidade Federal de Goiás	UFG	JORNALISMO, PP e RP	870	-
Fundação Universidade Federal do Mato Grosso	UFMT	JORNALISMO	-	-
Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul	UFMS	COMUNICAÇÃO SOCIAL	-	-
Região Sudeste				
Fundação Universidade Federal do ABC	UFABC	Não há	-	-
Universidade Federal do Espírito Santo	UFES	COMUNICAÇÃO SOCIAL	-	104,7
Universidade Federal Fluminense	UFF	Não há	-	-
Universidade Federal de Juiz de Fora	UFJF	COMUNICAÇÃO SOCIAL	-	87,9
Universidade Federal de Lavras	UFLA	Não há	-	105,7
Universidade Federal de Minas Gerais	UFMG	JORNALISMO, PP, RP e Radialismo	-	-
Fundação Universidade Federal de Ouro Preto	UFOP	JORNALISMO	-	106,3
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro	UFRRJ	Não há	-	-
Fundação Universidade Federal de São Carlos	UFSCar	Não há	-	-
Universidade Federal de São Paulo	UNIFESP	Não há	-	-
Fundação Universidade Federal de Uberlândia	UFU	JORNALISMO	-	107,5
Fundação Universidade Federal de Viçosa	UFV	JORNALISMO	-	100,7
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro	UNIRIO	Não há	-	-
Universidade Federal do Rio de Janeiro	UFRJ	COMUNICAÇÃO SOCIAL	-	-
Universidade Federal de Itajubá	UNIFEI	Sem dados	1570	-
Fundação Universidade Federal de São João del Rei	UFSJ	Sem dados	-	-
Universidade Federal de Alfenas	UNIFAL	Não há	-	-
Universidade Federal do Triângulo Mineiro	UFTM	Não há	-	-
Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri	UFVJM	Não há	-	-
Faculdade de Medicina do Triangulo Mineiro	FMTM	Não há	-	104,9
Centro Federal de Educação Tecnológica "Celso Suckow da	CEFET RJ	Sem dados	-	-

Fonseca”				
Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais	CEFET MG	Não há	-	-
Região Sul				
Fundação Universidade Federal do Rio Grande	FURG	Não há	-	106,7
Universidade Federal do Rio Grande do Sul	UFRGS	JORNALISMO, PP e RP	1080	-
Universidade Federal de Santa Catarina	UFSC	JORNALISMO	-	-
Universidade Federal do Paraná	UFPR	JORNALISMO, PP e RP	-	-
Fundação Universidade Federal de Pelotas	UFPEL	Não há	-	107,9
Universidade Federal de Santa Maria	UFSM	JORNALISMO, PP e RP	800	-
Universidade Tecnológica Federal do Paraná	UTFPR	Não há	-	-
Instituições Isoladas/Integradas				
Fundação Faculdade Federal de Ciências Médicas de Porto Alegre	FFFCMPA	Não há	-	-

Fonte Adaptado de DEUS, 2003. p 327-338. Complementado com dados levantados pela presente da pesquisadora nos sites das Instituições de ensino superior do Brasil.

Através dos dados desta Tabela, podemos perceber que diversas universidades que possuem cursos de comunicação social não possuem rádios universitárias, ao mesmo tempo em que algumas universidades que possuem rádios universitárias não ofertam cursos de comunicação social.

Entende-se que as rádios universitárias são importantes ferramentas para suas entidades externarem o papel social a qual se propõe como entidades públicas de ensino, portanto, importantes mesmo não havendo cursos de comunicação social, são importantes para a Universidade como um todo.

Mas é importante perceber que, estas rádios devem ter papel educativo, e em se tendo um curso de comunicação social, devem tornar-se instrumento de ensino, pesquisa e extensão dos mesmos.

Em grande parte, não somente os cursos de comunicação podem se utilizar desta ferramenta para ensino para seus

estudantes, todos os cursos tem esta possibilidade de utilizar os meios de comunicação em suas variadas linhas de pesquisa.

A legislação brasileira não é clara a respeito da radiotransmissão educativa. Muitas destas Rádios Universitárias não têm participação estudantil, nem mesmo integram-se aos cursos de comunicação social, quando existentes em suas instituições.

Importante é refletir sobre o papel desempenhado por emissoras de rádio ligadas às Universidades públicas, pois se as mesmas podem (e devem) ser laboratórios para o complemento da formação, ao mesmo tempo, por pertencerem a universidades federais, configuram-se em emissoras públicas prontas a permitir a participação de diferentes segmentos da sociedade garantindo assim o debate de idéias heterogêneas.

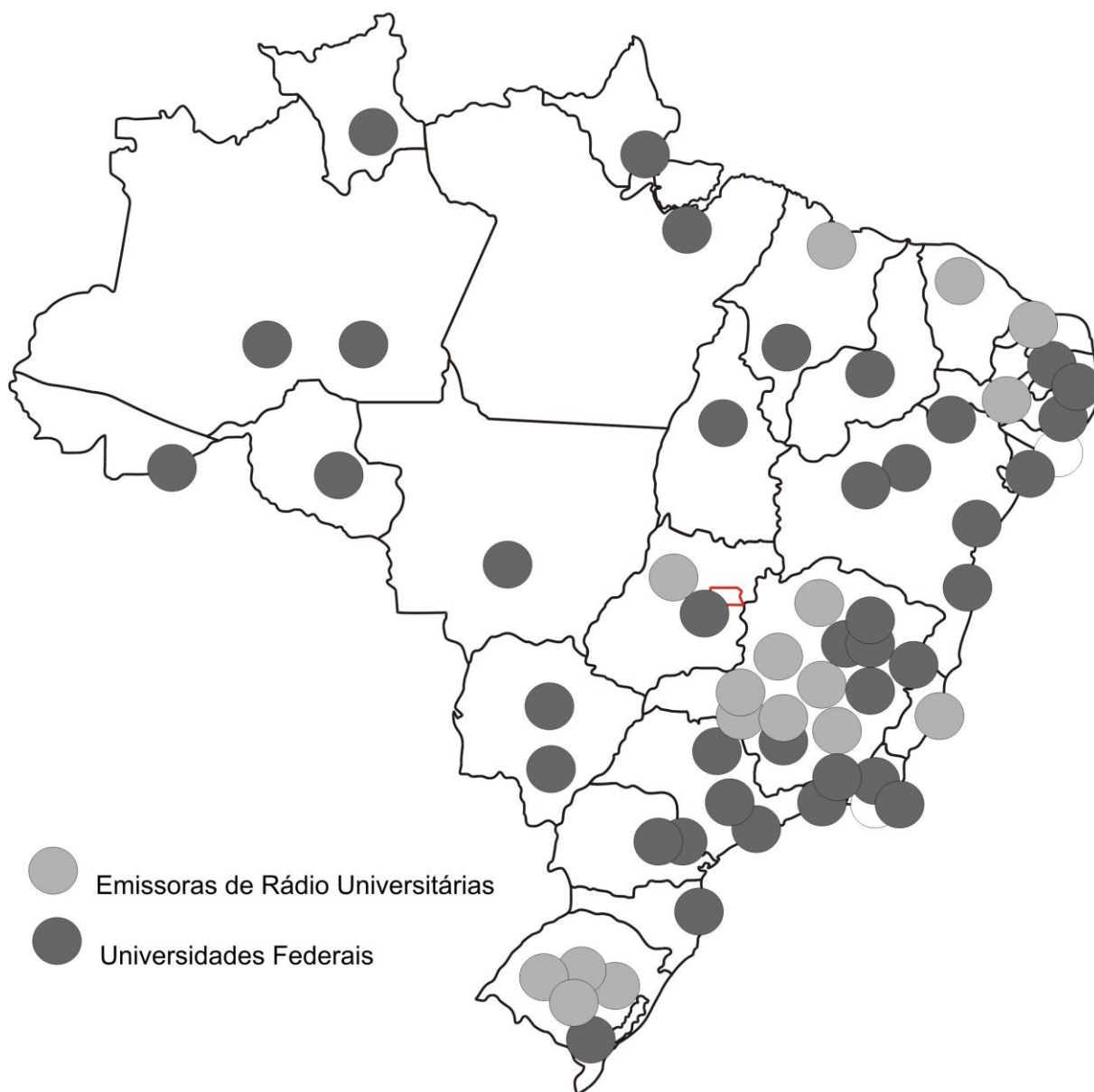
A legislação brasileira não faz referencia funcional ou conceitual sobre as rádios universitárias, sejam públicas ou privadas. Pela legislação atual, as universidades podem executar os serviços de radiodifusão, sendo enquadradas como rádios educativas.

No Código Brasileiro de Telecomunicações, de 1962 (BRASIL, 1995) não há definições a respeito do papel a ser desempenhado pelas rádios universitárias, principalmente as ligadas a instituições públicas. Esta falta de amparo legal pode ser uma das causas que fazem com que as mesmas permaneçam isoladas, cada uma com seus próprios modelos de programação e vinculação com a Instituição de Ensino Superior.

Segundo levantamento de Deus (2002), muitas rádios universitárias reproduzem o que fazem as rádios comerciais, descartando sua importante contribuição para a formação de novos comunicólogos e a transformação da Universidade e da sociedade.

É importante percebermos, através da análise da Figura 01 a localização geográfica de cada uma destas Rádios Universitárias, o que nos mostra uma concentração de rádios em uma parte restrita do território, em comparação com a distribuição das Instituições de Ensino Superior por todas as regiões do país.

Figura 01 - Rádios Universitárias Brasileiras e sua distribuição geográfica



Fonte: Mapa feito à partir de levantamento de dados da Tabela 01, apresentada acima com dados de DEUS, 2003.

Analisando o mapa da Figura 01, podemos perceber que a maioria das Universidades que têm rádios universitárias está localizada no estado de Minas Gerais e Rio Grande do Sul. A região norte não apresenta nenhuma universidade com emissoras de rádio.

Isso é uma triste constatação, se pensamos que as rádios universitárias são ferramentas de transmissão de conhecimentos para a população, e uma forma de diversificação aos oligopólios da informação comercial, além de ferramentas de produção de conhecimento.

Pensar as rádios universitárias públicas nos leva a refletir sobre o papel que as mesmas devem desempenhar, além de ferramenta de formação dos alunos, divulgação de conhecimentos, democratização da comunicação e extensão universitária, as mesmas devem buscar parâmetros para pelo menos duas perspectivas [laboratorial e pública] na sua prática diária, além de suas formas de vinculação e localização [nos organogramas das universidades].

Por ser uma instituição pública, já se define uma das premissas básicas das Rádios Universitárias, a de reconhecer a pluralidade cultural através de espaços destinados para os diferentes públicos. Esta posição é defendida por Herrera Huérfano (2001):

Pensar nos diferentes públicos e, sobretudo, nestes como grupos capazes de desenvolverem-se implica em assumir, na produção radiofônica, o objetivo de informar, educar (mais que simplesmente entreter) é assumir um sistema de radiodifusão pública como serviço de interesse público. (Tradução nossa)

Porém, não é esta a realidade vivida no país, conforme aponta Deus (2002), às rádios universitárias têm sido espelhos das comerciais, o que banaliza o seu potencial transformador e inovador. Portanto, é extremamente importante que se concretize um modelo para Rádios Universitárias, com um novo marco legal e com ações práticas para que estas não sejam meros reflexos da

sociedade em que vivemos, mas sim se consolidem em ferramentas de mudança sócio-cultural nos espaços em que atuam.

Benchmarking: A rádio da UFRGS

As Relações Públicas são permeadas pela pesquisa, pelo levantamento de informações relevantes para a tomada de decisões e para a concepção de planos de ação. É uma das mais importantes atribuições da profissão, sendo tema referenciado em dispositivos relativos ao exercício profissional, como leis, decretos, resoluções e regulamentações.

Mas é importante destacar que de nada adianta o profissional de Relações Públicas fazer o levantamento de dados se deles não conseguir retirar nenhuma informação relevante para sua própria organização. O que o profissional precisa ter em mente é utilizar-se destas ferramentas para alicerçar suas ações, projetos e programas. Kunsch enumera como objetivos da pesquisa em Relações Públicas:

(..) conhecer a opinião dos públicos; construir diagnósticos da área ou setor de comunicação organizacional/institucional; conhecer em profundidade a organização, sua comunicação e seus públicos para elaboração de planos, projetos e programas especiais de comunicação; fazer análise ambiental interna e externa, verificando quais as implicações que possam afetar os relacionamentos. (2002, p. 278)

As pesquisas na área de Relações Públicas podem ser classificadas como quantitativas ou qualitativas, conforme aponta Kunsch, a diferença entre as duas é que a primeira baseia-se na mensuração estatística de dados, e as segundas são voltadas para a interpretação dos dados, buscando muitas vezes aprofundar certas questões, para entender cenários. Qualquer que seja o

objetivo da pesquisa, as mesmas devem ser empregadas conforme necessidade e interesses a serem descobertos.

Depois de fazer um levantamento de dados das Universidades Públicas Federais que possuem rádios universitárias, resolveu-se por aprofundar o conhecimento em um caso específico: a Rádio UFRGS. Desta forma, optou-se pela pesquisa de benchmarking, o qual auxilia a compreensão da realidade através de estudos comparativos e sistemáticos com a realidade a ser trabalhada, possibilitando assim o confronto de realidades de distintas organizações.

O Rio Grande do Sul é o estado com maior tradição neste campo, suas quatro universidades federais possuem concessões de rádio há muito tempo, sendo a Rádio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul a mais antiga emissora universitária do país, tendo sido fundada em 18 de novembro de 1957.

Buscou-se informações e trabalhos científicos a respeito da Rádio da Universidade de UFRGS, escolhida como fonte de pesquisa por sua tradição no ensino das ciências das comunicações, bem como por ela prezar pela integração entre seu curso e sua ferramenta de comunicação.

No plano de metas da Rádio da Universidade da UFRGS, de julho de 2002 a julho de 2003 (apud DEUS, 2003) é defendido o interesse de construir um perfil de rádio universitária pública que deve, além de ser laboratório da produção de alunos, professores e funcionários, estar comprometida com a educação e com todas as demandas da sociedade.

Para tanto, a Rádio da UFRGS possui uma programação heterogênea, inclui arte, pesquisa, ciência, cultura, informação jornalística e variadas outras em sua grade de 24h de programação. A mesma é preenchida com programas que divulgam a produção de professores, acadêmicos e unidades da Universidade, além de estar aberta às manifestações da sociedade, através de programas de entrevistas, debates e divulgações de eventos. A função laboratorial e pública da Rádio Universitária pode ser fundamentada como:

[...] preocupada com o crescimento da cidadania, destacando em sua programação o debate de idéias heterogêneas [...] e deve, necessariamente, contribuir com a sociedade no amadurecimento da cidadania. Cumpre assim com a sua função de ensino, mantém o compromisso com a informação e difusão do conhecimento, com destaque para o jornalismo informativo e cultural e assegura o permanente debate de idéias, contemplando as mais diferentes visões da sociedade. (DEUS, 2002b)

Quando entrou no ar em 18 de novembro de 1957, sendo a primeira emissora universitária do Brasil, a Rádio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul significava o desconhecido. Iniciava na radiofonia brasileira como uma emissora dedicada exclusivamente a programas de cunho educativo, cultural e sem fins lucrativos. Em 46 anos de existência, a Rádio da UFRGS passou por dificuldades, alterações de programação e profundas mudanças técnicas. Desde 1995 a rádio adquiriu um sistema de automação, o que permitiu que a mesma ficasse no ar durante 24h e fosse transmitida em seu site na internet⁹.

Hoje se constitui como importante ferramenta de produção dos alunos de jornalismo através do programa *Por Volta do Meio Dia*, que semanalmente vai ao ar por meia hora. Surgiu em 1988 e passou por inúmeras modificações, já foi produzido por alunos voluntários da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO), atualmente é vinculado a um projeto de extensão do curso de jornalismo.

Além deste programa, mais cinco programas da rádio são de responsabilidade dos alunos de jornalismo e de bolsistas, com a coordenação de professores, sendo eles: *Por volta do meio dia; entrevista coletiva; Em dia com a Ciência; Universidade Aberta, Motivos de Campo e Comunidade Acadêmica*. Além destes, os estudantes participam de projetos de cobertura específica, sendo repórteres, produtores e apresentadores, com coberturas feitas em Feiras, Congressos, e até mesmo no Fórum Social Mundial, quando o mesmo foi em Porto Alegre em 2003.

A Rádio da Universidade é atualmente dividida em quatro setores, sendo eles: administração; programação e discoteca;

⁹ www.ufrgs.br/radio

jornalismo e técnica. Nestes, cerca de 27 funcionários trabalham diariamente, entre jornalistas, radialistas e assistentes administrativos. Além, claro, de estudantes, bolsistas e voluntários que atuam nos setores de jornalismo e produção.

A função laboratorial da rádio universitária aumentou a presença de estudantes nas dependências da mesma, e lhe possibilitou explorar a experimentação acadêmica em um meio de comunicação genuinamente universitária. Esse entendimento deveria ser ampliado às demais Rádios Universitárias do país, aprofundando o debate acerca da importância das mesmas para um novo direcionamento do jornalismo e dos meios de comunicação públicos. Esse é um dos objetivos que teremos para o Plano de Comunicação da Rádio UFPR, como veremos no próximo capítulo.

A RADIODIFUSÃO NA UFPR¹⁰

A Universidade Federal do Paraná, como instituição pública de ensino, têm um compromisso com a sociedade que a cerca: aplicar os conhecimentos gerados internamente para transformar a realidade social, bem como trazer para o debate acadêmico questões da mesma. Por isso, um dos princípios da instituição é a indissociabilidade entre o Ensino, a Pesquisa e a Extensão¹¹.

A Rádio UFPR surge como ferramenta para alcançar este princípio, porém, administrativamente ela teve que se adaptar às possibilidades e à estrutura da instituição. Neste processo, a política institucional, interesses de seus dirigentes e conflitos internos levaram a Rádio UFPR para caminhos únicos e distintos.

Com cinco anos de existência, a Rádio Web UFPR ainda se vê longe de seus objetivos, porém pode-se esperar que, com a recente troca de Reitor uma conseqüente mudança de direcionamento político-administrativo, esperando-se que haja uma profunda modificação na estrutura e funcionamento da mesma, voltando os olhos de todos para a necessidade de retornar os objetivos de integrar o ensino, pesquisa e extensão em todos os meios de produção da UFPR, e assim, transformar a Rádio UFPR em ferramenta de formação e informação.

Portanto, julga-se ser o momento apropriado para o debate de seus princípios, missão, visão, funcionamento e participação dos públicos da UFPR nesta importante ferramenta de comunicação. Para tanto, propõem-se o presente Plano de Comunicação.

¹⁰ Informações retiradas do site WWW.radio.ufpr.br.

¹¹ Site da UFPR;

http://www.ufpr.br/adm/templates/p_index.php?template=1&Cod=80&hierarquia=6.1.1 , acesso em 24 de outubro de 2008.

Procedimentos da Pesquisa

Para a elaboração do diagnóstico e concepção do Plano de Comunicação que se segue, foi feito levantamento de dados de variadas formas, durante um período de aproximadamente dois anos.

Como representante estudantil, a autora do presente Plano participou de plenárias do Departamento de Comunicação Social, de reuniões dos Conselhos Universitários, e de reuniões junto à Reitoria a respeito da problemática da Rádio Web UFPR, sendo representante discente para o debate do tema.

Mais especificamente, foi feito levantamento de dados juntamente com a Assessoria de Comunicação da UFPR, em entrevista informal com a representante Patrícia Dorfman, em 10 de outubro de 2008 as 15h20 em seu gabinete, bem como em conversas informais com representantes docentes, dentre eles, com a Chefe do Departamento de Comunicação Social da UFPR, Gláucia Britto.

Vários dados foram levantados a partir de pesquisa no site da própria Rádio Web UFPR, bem como do site da UFPR.

Apresentação

No dia 08 de julho de 2003 iniciaram-se as transmissões da Rádio Web UFPR, considerada a primeira emissora de rádio exclusivamente transmitida via internet do Paraná, por contar com programação permanente e não demandar o download de arquivos de áudio para ser retransmitida, a mesma pode ser ouvida de qualquer lugar que possua conexão com a internet.

É mantida pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) no web site <http://www.radio.ufpr.br>, e juntamente com a TV UFPR, o Departamento de Comunicação e a Imprensa Universitária compõe o Pólo de Comunicação da UFPR. Localiza-se no Campus Juvevê, cito à Rua Bom Jesus, 650, onde se encontram os estúdios de produção de áudio da Rádio Web UFPR.

A Rádio Web UFPR aguarda licença do Ministério Público para operar em frequência modulada, segundo a Assessora de Comunicação da UFPR, Patrícia Dorfman¹², a licença para operar a Rádio UFPR é de direito da FUNPAR¹³, que juntamente com a Universidade deve administrar este veículo. A mesma está com processo aberto junto ao Ministério das Comunicações desde 2005 para operar em frequência modulada, conforme se pode observar nas Figuras 02 e 03 – cópias da Página de Acompanhamento Online do Ministério.

¹² Entrevista informal com a Assessora de Comunicação da UFPR, Patrícia Dorfman, realizada na própria Assessoria no dia 10 de outubro de 2008, as 15h20.

¹³ FUNPAR – Fundação da Universidade Federal do Paraná. Fundada em 1980, é uma instituição de apoio à UFPR, atuando em diversas áreas do conhecimento. Informação retirada de http://www.funpar.ufpr.br:8088/funpar/index.php?option=com_content&view=article&id=69&Itemid=27 em 28 de outubro de 2008.

Figura 02 - Página de Acompanhamento Online do Ministério das Comunicações

você está aqui: página inicial → processo

Acompanhe seu Processo/Documento (CPROD - Controle de Processos e Documentos)

Número Processo/Documento:

Nome da Entidade:

Localização de Processos/Documentos

Processo/Documento nº: 535000019672002

Interessado: FUNDAÇÃO DA UNIVERSIDADE DO PARANA PARA O DESENVOLVIMENTO DA CIENCIA DA TECNOLOGIA E CULTURA-FUNPAR

Processo Anexador:

orgão origem	situação	data do tramite	orgão destino	data recebimento
ARQSE/DEOC/SC	AGUARDANDO ANÁLISE/DOCUMENTO (ARQUIVADO TEMPORARIAMENTE)	11/08/2005 17:06:53	ARQSE/DEOC/SC - ARQUIVO SETORIAL DO DEPT.DE OUTORGA DE SERVICOS DE COMUNICACAO ELETR	11/08/2005 17:06:53

[Página Principal](#) | [Mapa do Site](#) | [Fale Conosco](#) | [Pesquisa](#)
 Ministério das Comunicações - Esplanada dos Ministérios, Bloco "R", CEP 70044-900 - Brasília -DF

Fonte: <http://www.mc.gov.br/processo/acompanhamento>

Figura 03 - Página de Acompanhamento Online do Ministério das Comunicações

você está aqui: página inicial → processo

Acompanhe seu Processo/Documento (CPROD - Controle de Processos e Documentos)

Número Processo/Documento:

Nome da Entidade:

Localização de Processos/Documentos

Processo/Documento nº: 535160005502002

Interessado: FUNDAÇÃO DA UNIVERSIDADE DO PARANA PARA O DESENVOLVIMENTO DA CIENCIA DA TECNOLOGIA E CULTURA-FUNPAR

Processo Anexador:

orgão origem	situação	data do tramite	orgão destino	data recebimento
ARQSE/DEOC/SC	AGUARDANDO ANÁLISE/DOCUMENTO (ARQUIVADO TEMPORARIAMENTE)	28/09/2005 16:29:25	ARQSE/DEOC/SC - ARQUIVO SETORIAL DO DEPT.DE OUTORGA DE SERVICOS DE COMUNICACAO ELETR	28/09/2005 16:29:25

[Página Principal](#) | [Mapa do Site](#) | [Fale Conosco](#) | [Pesquisa](#)
 Ministério das Comunicações - Esplanada dos Ministérios, Bloco "R", CEP 70044-900 - Brasília -DF

Fonte: <http://www.mc.gov.br/processo/acompanhamento>

A licença seria para o município de São José dos Pinhais, PR; e por enquanto a FUNPAR aguarda a doação de um terreno da Prefeitura deste município para instalar a antena de transmissões, recebida como doação da RTVE. As transmissões serão retransmitidas para a cidade de Curitiba.

Ainda segundo Dorfman, a Web Rádio UFPR foi concebida de forma experimental, sendo que atualmente tem um programa de jornalismo feito pelos estudantes de comunicação da UFPR. Posteriormente, a programação será ampliada e dependerá da participação dos estudantes e docentes da Federal para ser completa e variada.

Missão

Conforme podemos observar no web site da Rádio Web UFPR, sua missão é levar para mais perto da comunidade a Universidade Federal do Paraná. *“Juntamente com a UFPR TV a Rádio da UFPR chega para exteriorizar o papel social desenvolvido por esta Universidade”*¹⁴.

Objetivos e Metas

Ainda segundo o seu site, a Rádio Web UFPR visa ser um meio interessante, diversificado e de alto nível para a comunidade curitibana, transmitindo o papel social da Universidade para todos os interessados.

Tem como objetivo tornar-se uma emissora educativa transmitida via frequência modulada em 94.5 FM, para toda

¹⁴ Retirado do site eletrônico <http://www.radio.ufpr.br/index.htm> , visitado em 09/05/2008 às 01h14.

Curitiba e Região Metropolitana, em um projeto encabeçado pela Pró-Reitoria de Planejamento da Instituição juntamente à FUNPAR e à Assessoria de Comunicação.

É importante perceber que a missão e os objetivos são futuros, não representando a realidade vivida hoje pela Rádio Web UFPR. Objetivos estes que vão ao encontro da intenção de ampliar a ação educativa da futura Rádio UFPR, transformando-a em ferramenta educacional e de aproximação da comunidade acadêmica e a sociedade que a cerca.

Patrícia Dorfman, afirma também que é de interesse da Instituição incluir o trabalho acadêmico na programação da Rádio, dependendo de políticas específicas da Universidade para tanto, bem como afirma que atualmente isso não vem acontecendo pois espera-se até que se obtenha o direito de transmitir em frequência modulada para iniciar um projeto amplo de promoção da Rádio UFPR.

Infra Estrutura

A Rádio Web UFPR tem estúdios de áudio-produção, localizados no Campus Juvevê, equipados para transmissão via web e também frequência modulada, onde trabalha um jornalista responsável pela programação atual: José Wille.

Não há outros funcionários concursados e contratados especificamente para as funções internas da Rádio, bem como não há orçamento da Universidade ou da FUNPAR destinados para sua manutenção, principalmente porque ainda não há uma clara definição de sua localização no organograma da Instituição.

Web site atual da Rádio

O atual web site da Rádio Web UFPR é encontrado no endereço <http://www.radio.ufpr.br/>, apresenta um design simples: com três links no menu principal, sendo eles: *contatos*, *história* e *home*.

A *home* (figura 05) apresenta um pequeno histórico da Rádio Web UFPR, bem como sua programação atual, patrocinadores (Banco Itaú) e a logomarca da própria Rádio Web UFPR (figura 04), que, ao clicar na mesma, abre uma nova janela (figura 07) que é o aplicativo que possibilita ouvir à Rádio.

A página de *contatos* apresenta-se como na figura 06, e serve como formulário para apresentação de propostas para informes da comunidade na Rádio. O *histórico* apresenta uma história concisa do desenvolvimento do Rádio no Brasil e no Mundo, até chegar à instalação da Rádio Web UFPR, como se vê na figura 08.

O web site da Rádio Web UFPR é divulgado no portal de informações da Universidade Federal do Paraná (www.ufpr.br), sendo que esta é a única forma de divulgação do site da Rádio Web UFPR.

Figura 04 - Logomarca Rádio UFPR



Fonte: <http://www.radio.ufpr.br/index.htm>

Figura 05 - Site atual da Rádio Web UFPR

contatos história home

UFPR
RADIO

Clique na imagem acima para ouvir a Rádio UFPR

RÁDIO UFPR: A PRIMEIRA EXCLUSIVA PARA A INTERNET NO PARANÁ

A primeira emissora de rádio exclusiva para a internet é mantida pela Universidade Federal do Paraná. É a Rádio UFPR, uma emissora educativa, com música popular brasileira e notícias da comunidade universitária. Em breve a emissora também vai estar com a programação no ar em frequência modulada, chegando a Região Metropolitana de Curitiba na frequência 94.5 FM, em um projeto que tem a coordenação da Proplan: Pró-Reitoria de Planejamento da Universidade.

A programação na internet começou no dia 8 de julho de 2003. Outras experiências de webradio foram tentadas em algumas instituições paranaenses, mas apenas através de downloads de alguns arquivos de áudio, e não com programação permanente, não se caracterizando verdadeiramente como webradio.

A programação 24 horas da Rádio UFPR, que está no ar há quase dois anos, é direcionada aos clássicos da Música Popular Brasileira. Há também programas de Chorinho, Música Instrumental Brasileira e os clássicos da Bossa-Nova e do passado da MPB. Em meio à programação, a cada duas músicas, a emissora traz a identificação, a hora certa e uma notícia sobre a UFPR e a comunidade universitária.

Professores e estudantes da UFPR, que fazem cursos de pós-graduação no exterior, também ouvem a emissora com alta qualidade de som através da rede mundial de computadores, mantendo o contato com a cultura brasileira e com as informações da UFPR. E muitos escrevem registrando a audiência e o grande significado de ouvir o som de sua terra, mesmo longe de casa. Além de todo o Brasil, a estatística de audiência na internet mostra a localização dos acessos principalmente nos Estados Unidos, Europa e América-Latina.

Quando a instalação do transmissor da FM estiver concluída, a Rádio UFPR também vai reservar espaços para apresentar a produção dos estudantes de Comunicação Social da UFPR.

A proposta é oferecer a opção de uma emissora de rádio cultural e informativa de alto nível para o curitibano. E divulgar a contribuição da UFPR para a sociedade.

PROGRAMAÇÃO MPB 24 HS:

0H00 - MPB DO PASSADO
1H00 - CLÁSSICOS DA MPB
6H00 - MPB DO PASSADO
7H00 - MANHÃ BRASILEIRA
12H00- HORA DO CHORINHO
13H00- MPB INSTRUMENTAL
14H00- TARDE BRASILEIRA
18H00- HORA DO CHORINHO
19H00- MPB INSTRUMENTAL
20H00- CLÁSSICOS DA MPB

A cada cinco minutos as notícias da UFPR e da comunidade universitária.

Contato:
radioufpr@ufpr.br

é a primeira emissora criada exclusivamente para a Internet (webradio) do Estado do Paraná. E em breve será também uma emissora aberta em FM, cobrindo Curitiba e toda a Região Metropolitana. Com uma comunidade interna de mais de 30 mil pessoas, a UFPR webradio será um canal de comunicação ágil, moderno e versátil, disponibilizando ao internauta muita cultura e informação.

A emissora representa mais uma grande conquista, no sentido de levar a **Universidade Federal do Paraná** para mais perto de todos os paranaenses. Juntamente com a **UFPR TV** a rádio da **UFPR** chega para exteriorizar o papel social desenvolvido por esta universidade.

A programação experimental reúne os grandes clássicos da Música Popular Brasileira e as notícias e serviços da **UFPR**. E em breve muitos outros programas educativos estarão no ar. A **Rádio UFPR** já pode ser ouvida pela internet durante 24 horas em qualquer ponto do planeta. E está operando experimentalmente desde 8 de julho de 2003.

285117

INICIATIVA
UFPR

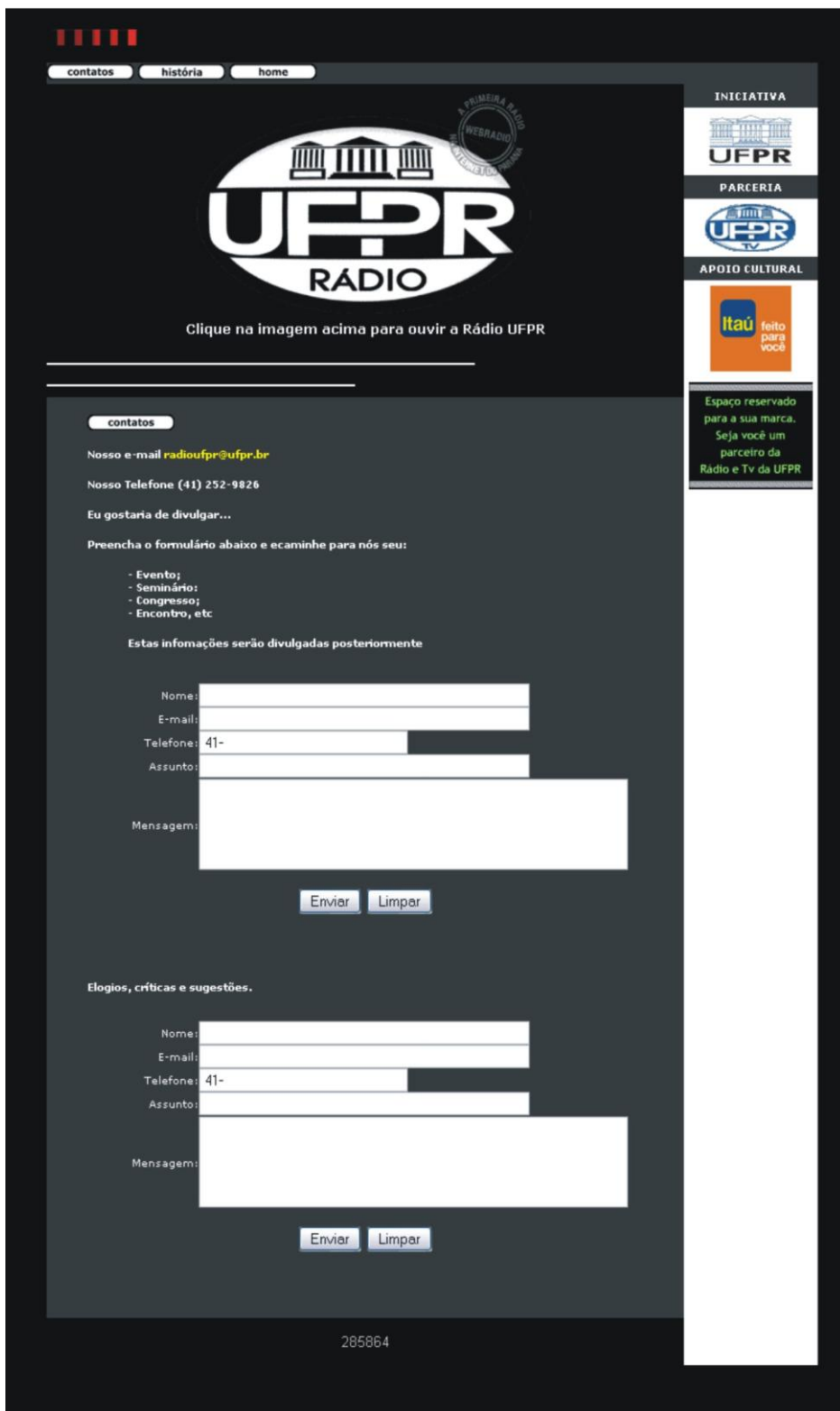
PARCERIA
UFPR TV

APOIO CULTURAL
Itau feito para você

Espaço reservado para a sua marca. Seja você um parceiro da Rádio e Tv da UFPR

Fonte: <http://www.radio.ufpr.br/index.htm>

Figura 06 - Site atual da Rádio Web UFPR / contatos



Fonte: <http://www.radio.ufpr.br/LINKS/contato.htm>

Figura 07 - Aplicativo de Transmissão da Rádio Web UFPR



Fonte: <http://www.radio.ufpr.br>

Programação Atual

A programação da Rádio UFPR pode ser ouvida via internet, tem a cada cinco minutos informes referentes a eventos, simpósios, congressos, que podem ser cadastrados no site da mesma e são gratuitamente inseridos nestes spots.

A programação está inalterada desde sua inauguração em 2003, mantida por um único jornalista responsável, José Wille, a programação é dita experimental, sendo composta pelos seguintes quadros:

Quadro 2 – Programação da Rádio UFPR

Horário	Programação
00h00	MPB do passado
01h00 – 05h59	Clássicos da MPB
06h00	MPB do passado
07h00 – 11h59	Manhã brasileira

12h00	Hora do chorinho
13h00	MPB instrumental
14h00 – 17h59	Tarde brasileira
18h00	Hora do chorinho
19h00	MPB instrumental
20h00 – 23h59	Clássicos da MPB
A cada 5 minutos notícias da UFPR e da comunidade Universitária ¹⁵	

Fonte: www.radio.ufpr.br acesso em 08/outubro/2008.

Pode-se perceber que, apesar de mostrar uma variação entre suas propostas de programação, é praticamente a mesma durante todo o horário de transmissão, contemplando música popular brasileira em suas variadas classificações.

Não apresenta variação de conteúdos, nem muito menos representa um canal de informação ágil, moderno e versátil como se propõe a ser em sua página inicial no portal web www.radio.ufpr.br/index.htm.

DIAGNÓSTICO

Pontos Fortes

- Estúdio da rádio localizado no campus de comunicação social;
- Interesse das partes envolvidas em ampliar a participação mútua na produção de áudio da UFPR;

Pontos Fracos

¹⁵ Notícias oficiais da Reitoria e órgãos internos da Universidade, bem como há a possibilidade de cadastrar eventos/notícias para serem transmitidas na rádio através de formulário no próprio site.

- Não há variação da programação, restringindo-se a MPB;
- Não há determinação de onde se encontra a Rádio Web UFPR na estrutura da Universidade, sendo difícil delimitar seus responsáveis diretos, bem como a forma de atuação de cada um dos públicos envolvidos, bem como seu orçamento;
- Falta de participação da comunidade universitária (docentes, discentes e técnicos) não contemplando a variedade de produção científica, cultural e acadêmica da Universidade em sua programação;
- Pouco conhecimento da Rádio Web UFPR por parte da comunidade acadêmica e comunidade próxima à Universidade;
- Web Site pobre de conteúdo e layout;
- Não busca a aproximação da UFPR à comunidade.

Após o diagnóstico da situação, percebe-se o enorme problema com o qual nos deparamos. Apesar da FUNPAR buscar a licença para operá-la, juntamente com a UFPR, a mesma não apresenta organograma interno, nem mesmo externamente pode ser enquadrada no organograma da Instituição. Assim, não há possibilidade de liberar seu orçamento, nem mesmo contratar técnicos e funcionários qualificados para nela operar. O que a Assessoria de Comunicação da UFPR afirma é que, por enquanto, estão aguardando a licença para operar frequência modulada para estruturar a Rádio, e que até lá, a Rádio Web UFPR estaria funcionando de forma experimental.

A dificuldade aumenta ainda mais, quando pensamos na Rádio Web UFPR nos moldes de uma rádio universitária, como ferramenta de ensino, pesquisa e extensão dos estudantes da mesma, principalmente pela falta de metodologia de trabalho entre os diversos setores que deveriam estar envolvidos na

implementação desta poderosa ferramenta de comunicação da UFPR.

Os interesses de cada um dos segmentos envolvidos seja a Assessoria de Comunicação da UFPR, a FUNPAR, o Departamento de Comunicação Social, os estudantes, a Reitoria da Universidade e a própria comunidade também vão de encontro uns com os outros, e desacordos políticos e administrativos interferem na realização de um debate aberto a respeito dos rumos a serem tomados.

Portanto, é de extrema importância a implementação de um Plano de Comunicação amplo e que viabilize o debate e o planejamento estratégico da Rádio UFPR, amenizando os conflitos e buscando harmonizar os interesses em jogo para alcançar um ideal de organização para a Rádio UFPR.

Assim, o momento não poderia ser mais propício para que um profissional de Relações Públicas auxilie no diálogo entre as partes envolvidas neste importante processo de transição da Rádio Web UFPR para a Rádio UFPR, ampliando não só seus públicos, mas seu caráter educativo e integrador.

PLANO DE COMUNICAÇÃO

Introdução

O presente plano de comunicação apresenta ações de comunicação interna e externa a serem executadas juntamente aos públicos da UFPR envolvidos no processo de planejamento e implementação de políticas para que a atual Rádio Web UFPR torne-se verdadeiramente uma Rádio Universitária, com envolvimento de todos os públicos internos da mesma e ampliando seus públicos externos, bem como modificando seu modo de produção e reprodução.

As ações deste plano são divididas em três fases, a primeira é uma etapa de planejamento estratégico, a qual trará ações e propostas de comunicação voltadas para os públicos internos da Rádio e da própria UFPR, com o objetivo de envolvê-los na formulação das políticas internas e de implementação da Rádio UFPR; a segunda etapa começará a ser executada em paralelo a esta, e será voltada para a divulgação e promoção da Rádio UFPR junto aos diversos públicos internos e externos da mesma, situando-os na mudança em curso.

A terceira fase será realizada posteriormente a este planejamento, e será baseada em ações propostas pelo mesmo, e por políticas de incentivos para produção e reprodução da Rádio UFPR junto à seus públicos internos. Para uma maior produção acadêmica voltada para a Rádio UFPR, busca-se promover, junto aos seus diferentes departamentos e grupos de pesquisa e extensão, a formulação de projetos específicos para a utilização da Rádio UFPR como veículo de propagação da pesquisa, ensino e extensão. E para ampliar a reprodução da Rádio UFPR, propõem-se a alocação de equipamentos de transmissão em locais públicos

da UFPR, como Restaurante Universitário e cantinas. Além de lobby junto aos poderes públicos responsáveis pela licença de frequência modulada para que o processo seja deferido no menor tempo possível.

Justificativa

Com base no diagnóstico realizado, foi detectada a necessidade de estabelecer ações de comunicação que possam auxiliar a implantação de uma estratégia de ação que mobilize os diversos públicos internos da UFPR na reformulação e utilização da Rádio UFPR como instrumento de educação e informação.

Para tanto, é de extrema importância o acompanhamento de um profissional de Relações Públicas, conforme evidenciado na fundamentação teórica, pela necessidade de se fazer um planejamento estratégico para a Rádio que contemple ações específicas para cada um dos públicos, bem como diversas formas de comunicação para alcançar cada um deles.

Objetivos

Gerais

Promover a discussão, divulgação e ampliação das políticas estratégicas para a implantação da Rádio UFPR como veículo de comunicação institucional e educativo.

Específicos

- Estimular o debate entre diversos públicos, afim de buscar situar a Rádio UFPR no ordenamento jurídico-administrativo da Instituição de Ensino Superior a qual pertence: a UFPR;
- Realizar um Ciclo de Seminários de Planejamento Participativo com os diferenciados públicos internos da UFPR (docentes, discentes, Reitoria, Assessoria de Comunicação, Funcionários) a fim de harmonizar seus interesses e estabelecer metas e formas de ação;
- Divulgar e promover a Rádio UFPR junto a seus públicos internos e externos;
- Incentivar a produção acadêmico-científica para a Rádio UFPR; através da participação de Departamentos e projetos de extensão.

Públicos

Internos, estão situados institucionalmente dentro da Universidade e tem interesses diretos na Rádio UFPR, sendo eles:

- Reitoria da Universidade
- FUNPAR
- Assessoria de Comunicação da UFPR
- Departamento de Comunicação Social
- Demais Departamentos da UFPR
- Grupos de Ensino, Pesquisa e Extensão
- Diretório Central dos Estudantes, Sinditest e APUFPR, como entidades representativas, respectivamente, dos estudantes, professores e técnicos.

Externos, são interessados em receber notícias da Universidade, bem como estão dentre àqueles que a mesma, como Instituição Pública de Ensino, deve estender seus conhecimentos, é a comunidade em geral, estudantes interessados em ingressar na Universidade, institutos de pesquisas, escolas, entidades sociais, governo, sociedade civil, estudantes e professores de outras instituições de ensino, Governo, etc.

Estratégias Gerais

A estratégia geral para a consolidação do presente Plano de Comunicação pode ser observada sistematicamente através de três ações principais, sendo elas:

Seminário de Planejamento Participativo

Divulgação e Promoção Institucional da Rádio UFPR

**Incentivar a produção acadêmica para a Rádio UFPR bem como
Instalar mecanismos de reprodução em espaços públicos
da UFPR.**

Cada uma destas ações poderia influenciar positivamente os públicos citados e assim alcançar o objetivo de implantar uma Rádio Universitária na UFPR. Cada um deles é mais bem detalhado nos Planos específicos de ação, citados a partir da página 50 e subseqüentes.

Recursos¹⁶

Os recursos apresentados a seguir se referem às necessidades para a implementação de todo o Plano de Comunicação acima apresentado, para a implementação da Rádio UFPR como veículo de formação e informação da UFPR.

Humanos

Profissionais	Lotação
Web Design	Design
Design Gráfico	Design
Equipe de Produção da TV UFPR	TV UFPR
Relações Públicas	AssCom

Financeiros

Itens	Valores
Seminários de Planejamento Participativo	R\$ 4 619,00
Divulgação e Promoção Institucional da Rádio UFPR	R\$ 1 550,00
Instalar mecanismos de reprodução	R\$ 5 000,00
Total	R\$ 11 169,00

Controle e Avaliação

¹⁶ Valores estimados em Dezembro de 2008.

A efetividade das ações propostas neste plano poderão ser avaliadas de acordo com as seguintes ações:

- Aplicar pesquisa de opinião com os públicos internos e externos da UFPR para medir o grau de conhecimento e participação na Rádio UFPR;
- Acompanhamento e controle da quantidade de bolsistas da Rádio UFPR e sua produção na mesma;
- Medir quantitativamente o número de acessos ao portal da Rádio UFPR;

Cronograma Geral das Ações

AÇÕES	PRAZOS														
	2009												2010		
	J a n	F e v	M a r	A b r	M a i	J u n	J u l	A g o	S e t	O u t	N o v	D e z	J a n	F e v	M a c
Seminário de Planejamento Participativo			1	2	3	4		5	6	7					
Evento de Lançamento da nova Rádio UFPR												x			
Divulgação dos Seminários da Rádio UFPR	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x					
Divulgação da nova Rádio UFPR											x	x	x	x	x
Políticas de Produção								x	x	x	x	x	x	x	x
Instrumentos de Reprodução												x	x		

6. Planos Específicos:

6.1 CICLO DE SEMINÁRIOS DE PLANEJAMENTO PARTICIPATIVO

Realizar uma série de eventos, envolvendo os variados públicos já citados, para que os mesmos debatam a reformulação a Rádio UFPR; definir o organograma interno da Rádio UFPR, bem como seu orçamento e formas de atuação de cada um dos públicos interessados em participar ativamente da mesma.

Durante o ano letivo de 2009 os encontros fomentarão a construção conjunta de políticas para a implantação da Rádio UFPR, através de debates específicos sobre cada um dos temas que englobam tal mudança, conforme pode ser observado no Cronograma do Evento.

Objetivos Específicos:

- Envolver os diversos públicos na formulação de políticas estratégicas para a participação conjunta na reformulação da Rádio UFPR;
- Debater a localização da Rádio UFPR dentro do organograma da UFPR, bem como propor seu próprio organograma e orçamento;
- Debater a importância deste meio de comunicação para a formação e informação dos variados públicos da instituição, bem como harmonizar interesses de cada um deles;
- Abrir espaço para a produção acadêmica e científica através de projetos específicos de cada um dos departamentos envolvidos, bem como abrir espaço para propostas de cada um dos convidados.

Justificativa

A partir do Diagnóstico levantado, percebe-se que todos os públicos internos desejam integrar suas ações para transformar a Rádio Web UFPR em um veículo de comunicação e difusão de conhecimentos integrados à pesquisa, extensão e ensino dentro da Universidade.

No entanto, a falta de comunicação e construção conjunta de tais diretrizes inviabilizou seu debate. Portanto, um Seminário de Planejamento Participativo seria a ferramenta mais indicada para fomentar tal debate, além de informar todos a respeito da atual situação e das possibilidades de consolidação deste projeto, abre espaço para propostas e projetos até agora não aplicados.

Metodologia

Ao longo do ano letivo de 2009, serão realizados debates acerca da Rádio UFPR, com representantes de cada um dos públicos, sendo que estes formarão uma mesa debatedora.

Os debates serão realizados no Anfiteatro do campus de Comunicação Social da UFPR, sendo que para cada um deles haverá um mediador específico, conforme tema do encontro. Os mediadores serão responsáveis por abrir a mesa de debates, dando introdução ao tema e auxiliando em questões específicas.

Estes debates serão abertos à participação de interessados, sendo que estes poderão acompanhar e participar das discussões, haverá rodadas de perguntas do público para a mesa de Debatedores em momentos específicos do evento.

Público-Alvo

Público interno da UFPR, dentre os convidados para formar a Mesa de Debates, figuram:

- Representantes da Reitoria da Universidade;

- Representantes da Pró-Reitoria de Planejamento;
- Representantes da Assessoria de Comunicação;
- Representantes da Pró-Reitoria de Assuntos Estudantis;
- Representantes da FUNPAR;
- Docentes do Departamento de Comunicação Social;
- Representante do Setorial de Ciências Humanas, Letras e Artes;
- Representante do Departamento de Tecnologia;
- Representante do Departamento de Música;
- Representantes dos Estudantes, através de indicações de seus órgãos representativos, o Centro Acadêmico de Comunicação (CACOS) e o Diretório Central dos Estudantes (DCE);
- Representantes dos Técnicos da UFPR, indicados pelo SINDITEST.

Ainda serão convidados a participar dos debates, como público ouvinte e com possibilidade de direcionar perguntas para a mesa:

- Representantes dos demais Departamentos da UFPR;
- Comunidade Acadêmica da UFPR
- Docentes, Discentes e Técnicos da UFPR;
- Ativistas de movimentos sociais pela Democratização da Comunicação;
- Representantes de Meios de Comunicação do Estado do Paraná;
- Representantes de Rádios Comunitárias e Universitárias;
- Comunidade Externa da UFPR.

Instrumentos de Ação

- Realização do Ciclo de Seminários de Planejamento Participativo da Rádio UFPR;
- Convites para os componentes da Mesa de Debates;
- Material de divulgação
 - 100 Cartazes A2 - Divulgação do Seminário Participativo

- 200 Cartazes A3 – Específico de cada evento
- Boletim Informativo Pós-Evento e chamada para próximos debates.

Recursos¹⁷

Itens	Fornecedores	Valores
Impressão do Material Gráfico		-
100 un – Cartaz A2	Imprensa UFPR	R\$ 400,00
1400 un – Cartaz A3 (específicos)		R\$ 2100,00
Bloco de Notas		R\$ 1000,00
Canetas	Papelaria	R\$ 50,00
Águas	Ouro Fino	R\$ 50,00
07 Coffee Breaks	Padaria América	R\$ 700,00
Passagens Aéreas UFRGS	Gol	R\$ 250,00
Diária de Hotel	Formula 1	R\$ 69,00
Total		R\$ 4 619,00

Avaliação

A avaliação desta ação será realizada pós evento, com o levantamento dos resultados obtidos durante o mesmo, bem como através de pesquisas junto aos participantes para avaliar o grau de envolvimento e confiança no trabalho desenvolvido. Também uma forma de avaliação será a implantação das propostas ali apresentadas, e a forma como esse processo influenciará na reformulação da Rádio UFPR.

¹⁷ Valores estimados em Dezembro de 2008.

Cronograma do Seminário de Planejamento Participativo

1º Debate – Março

Rádios Universitárias: meios de formação e informação

Mediador: Representante da Rádio UFRGS

2º Debate – Abril

A Rádio Web UFPR

Mediador: José Wille

3º Debate – Maio

A transformação para Rádio UFPR

Mediador: Departamento de Comunicação Social da UFPR

4º Debate – Junho

Organograma, Orçamento e Regimento da Rádio UFPR

Mediador: Reitor da UFPR Zaki Akel

5º Debate – Agosto

Propostas de cada Departamento da UFPR

Mediador: Pró-Reitoria de Graduação

6º Debate – Setembro

Formatos e Métodos: Projetos de Iniciação Científica, Bolsa Permanência e Extensão para a Rádio UFPR

Mediador: Pró-Reitoria de Extensão

7º Debate – Outubro

Apresentação da Reformulação da Rádio UFPR e futuros passos

Mediador: Reitor Zaki Akel

CICLO DE SEMINÁRIOS DE PLANEJAMENTO PARTICIPATIVO



A ++++++ **RÁDIO UFPR** ESTÁ MUDANDO

UNIVERSIDADE
ESTUDANTES E
COMUNIDADE
JUNTOS

veja mais:

[textos](#) - [fotos](#) - [calendário](#)

PARTICIPE!

acesse todas as informações,
debates e resumos no sítio:

www.radio.ufpr.br

**No último debate foram
abordados os seguintes temas**

Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
Texto informativo aqui - Texto informativo aqui
Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
Texto informativo aqui _ Texto informativo





CICLO DE SEMINÁRIOS DE PLANEJAMENTO PARTICIPATIVO

UNIVERSIDADE
ESTUDANTES E
COMUNIDADE
JUNTOS

QUAL O PAPEL,
O PRESENTE E
O FUTURO DA
RÁDIO UFPR

dia **18** de **MARÇO** de 2009

DE MARÇO A OUTUBRO DE 2009
no **POLO** de **COMUNICAÇÃO UFPR**

Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
 Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
 Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
 Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
 Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui
 Texto informativo aqui _ Texto informativo aqui

PARTICIPE! acesse todas as
informações, debates no sitio:
www.radio.ufpr.br



Cartaz A2 – Divulgação do Ciclo de Seminários de Planejamento

CICLO DE SEMINÁRIOS DE PLANEJAMENTO PARTICIPATIVO

DE MARÇO A OUTUBRO DE 2009
no **POLO** de **COMUNICAÇÃO UFPR**

PARTICIPE DA
REFORMULAÇÃO DA
RADIO WEB UFPR

+++++

A **RÁDIO UFPR** ESTÁ **MUDANDO**

UNIVERSIDADE
ESTUDANTES E
COMUNIDADE
JUNTOS

acesse todas as informações,
debates no sitio:

www.radio.ufpr.br



Plano Específico:

6.2 DIVULGAÇÃO E PROMOÇÃO INSTITUCIONAL DA RÁDIO UFPR

A Rádio UFPR precisa ser conhecida pelos públicos internos e externos da Universidade Federal do Paraná. É importante que cada um destes públicos entenda as transformações que estão ocorrendo neste momento, para somente assim agirem como observadores do processo e de sua continuidade, bem como somente assim a mesma se abrirá para uma maior cooperação entre os diversos setores da UFPR e se consolidará como um meio universitário de fomento ao ensino, pesquisa e extensão.

Objetivos Específicos:

- Divulgar interna e externamente a reformulação da Rádio UFPR;
- Exteriorizar seu papel educativo e formativo;
- Ampliar os públicos externos e internos da Rádio UFPR; bem como fomentar sua participação na mesma, através de ações de divulgação e promoção;
- Informar os interessados em participar ativamente da Rádio UFPR a forma de fazê-lo;
- Utilizar os meios de comunicação já existentes na UFPR para fomentar a Rádio UFPR e ampliar seus públicos.
- Reformular o site da Rádio Web UFPR, tornando-o um portal de informações estruturado e dinâmico;

Justificativa

A divulgação e promoção da mudança em curso são fundamentais para sua consolidação junto aos variados públicos da UFPR. Também é imprescindível que se amplie os públicos externos da Rádio UFPR, para assim a mesma tornar-se um poderoso meio de comunicação da UFPR.

Público-Alvo

Públicos internos e externos da UFPR.

Instrumentos de Ação

- Material Gráfico
 - Cartaz A3 – Divulgação da Rádio UFPR
 - Marca páginas
 - Adesivos
- Plotagem dos Ônibus Inter-campi da UFPR
- Banner para o site da UFPR
- Reformulação do Portal da Rádio Web UFPR
- Spot para a TV UFPR

Recursos¹⁸

	Fornecedores	Valores
Design Gráfico	Próprio	-
Impressão do Material Gráfico		
100 un – Cartaz A3	Imprensa UFPR	R\$ 150,00
5000 un – Marca Páginas		R\$ 250,00
1000 un – Adesivos (5X10cm)		R\$ 150,00
Plotagens para 04 Ônibus		R\$ 1000,00
Web Design	Próprio	-
Produção Áudio-visual – 1min	Equipe TV UFPR	-
Total:		R\$ 1 550,00

Avaliação

Estas ações serão avaliadas de acordo com o aumento do número de ouvintes da Rádio UFPR, através de acompanhamento constante dos índices de audiência.

¹⁸ Valores estimados em dezembro de 2008.

Plano Específico:

6.3 INCENTIVAR A PRODUÇÃO ACADÊMICA PARA A RÁDIO UFPR

INSTALAR MECANISMOS DE REPRODUÇÃO EM ESPAÇOS PÚBLICOS DA UFPR.

Para a manutenção e consolidação da mudança estrutural da Rádio UFPR, é importante que se tenha formas de atualizar a produção acadêmico-científica para a Rádio, bem como é importante que a mesma se torne conhecida de seus públicos internos e externos, através da colocação de rádio-transmissores em locais públicos da UFPR.

Objetivos Específicos

- Informar os poderes públicos da importância e relevância da Rádio UFPR para a comunidade interna e externa, buscando apoio para a conquista da permissão de Freqüência Modulada;
- Lobby junto aos diversos setores da Universidade para promover incentivos à produção acadêmico-científica para a Rádio UFPR, através de projetos de extensão e pesquisa, bem como com a vinculação de trabalhos específicos de disciplinas dos Departamentos;
- Instalar retransmissores em locais públicos da Instituição para divulgação e promoção da mesma, como Restaurantes Universitários, Cantinas e Centros Acadêmicos.
- Incentivar que sejam abertas vagas para bolsas de extensão, permanência e iniciação científica, incentivando assim a participação de diversos setores da UFPR na programação e promoção da Rádio UFPR.

Justificativa

Somente através da manutenção e promoção da mudança proposta será possível consolidá-la. Através do apoio em diversos setores da UFPR será possível fortalecer a construção de um novo veículo inovador e multifacetado. Para tanto, é importante que haja uma política de incentivo de bolsas de extensão, permanência e iniciação científica, além de incentivar a produção dentro dos próprios cursos da UFPR.

Para tanto é importante que se promova a Rádio UFPR, dentro e fora da Universidade, através de materiais de divulgação e, internamente, da alocação de equipamentos de transmissão da Rádio em locais públicos como os Restaurantes Universitários, centros acadêmicos e cantinas. Estas ações visam tornar a Rádio UFPR mais conhecida pela comunidade acadêmica e reproduzir os mecanismos de reprodução da Rádio UFPR.

Além disto, é de extrema importância mostrar aos órgãos públicos a importância da obtenção de licença para Freqüência Modulada, e de sua implantação na UFPR, consolidando assim seu papel social e político junto à comunidade.

Público-Alvo

- Poderes públicos
- Departamentos da UFPR
- Projetos de Pesquisa e Extensão da UFPR

Instrumentos de Ação

- Abertura de editais de Iniciação Científica, Bolsas de Extensão e Permanência para produção de áudio para a Rádio UFPR;
- Colocação de transmissores de áudio em locais públicos da UFPR como cantinas, Restaurantes Universitários, Centros Acadêmicos.

- Lobby político junto aos poderes públicos para a obtenção de frequência modulada para a Rádio UFPR, bem como sua instalação.

Recursos¹⁹

Item	Fornecedores	Valores
Equipamentos Transmissores		R\$ 5000,00
Bolsas de Extensão, Pesquisa e Permanência	PRAE PROEC PROGRAD	-
Total		R\$ 5000,00

Avaliação

Será feita através do número de bolsas abertas no período do ano de 2010, e qualificada através da produção acadêmica para a Rádio UFPR, bem como a obtenção da licença modulada e sua implantação.

¹⁹ Valores estimados em dezembro de 2008.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os meios de comunicação são poderosos instrumentos de informação, na mão de poucos, tornaram-se meio de barganha e manipulação política e social. Quadro de desequilíbrio latente na sociedade brasileira, as concessões de rádiotransmissões vem sendo debatidas por diversos setores da sociedade.

As Universidades devem participar deste processo. Pois, se os meios de comunicação podem ser ferramentas de difusão do ensino e da pesquisa, também podem ser instrumentos de transformação social.

Somente um terço das Universidades Públicas Federais possui concessão de radiotransmissão, o que mostra que ainda estamos longe de ter nestes meios a consolidação do que a legislação brasileira chama de radiotransmissão pública. Ainda são poucos, concentrados em uma pequena região do país, mas que representam o contraponto ao oligopólio da mídia burguesa e centralista.

Ainda mais importante do que contrapor-se atualmente a esta mídia, é perceber que as Rádios Universitárias se constituem em laboratórios para formação de novas gerações de comunicólogos, sendo importantes ferramentas para experimentação e produção de materiais diferentes dos correntes na mídia nativa. Tornam-se, portanto, importantes ferramentas para a transformação da atual mídia.

Os profissionais de Relações Públicas devem estar atentos ao processo em curso de debates acerca da democratização da comunicação e da abertura para a diversificação dos emissores de informações, já que desta maneira estarão se preocupando com a forma e o conteúdo das mensagens transmitidas para a sociedade.

A Rádio Web UFPR, há cinco anos em funcionamento, não contempla os interesses de seus públicos internos e externos. Com a troca da Reitoria da UFPR, uma série de debates acerca da nova

gestão já estão sendo realizados, o que mostra o interesse da direção da UFPR em abrir espaço para o debate junto à comunidade universitária, bem como sua busca por mudanças institucionais.

Portanto, percebe-se ser momento propício para que se proponha o debate acerca da importância de reformulação da Rádio UFPR, aproximando os públicos de interesse da mesma para a formulação de mudanças profundas em seu funcionamento.

É de extrema importância que esta nova direção seja realizada em conjunto com a mudança de modo de transmissão, já que é somente através da frequência modulada que haverá a possibilidade da mesma ser instrumento de transformação social na cidade de Curitiba e no Estado do Paraná.

REFERÊNCIAS

ALMAS, Almir. **Documentário Comunicação Alternativa, 27'45"**, Hi-8 & Betacam/NTSC. Brasil/EUA/Japão, 1993

BRASIL. Leis, Decretos. Lei n. 4.117, de 27/8/1962. Institui o Código Brasileiro de Constituição Federal de 1988.

DEUS, Sandra de. **Rádios Universitárias Públicas: compromisso com a sociedade e com a informação**. Revista Em Questão, Porto Alegre, v. 9 , n . 2, 2003.

DEUS, Sandra. 2003. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Rádio da UFRGS. **Plano de Metas, julho 2002 a julho de 2003**. Porto Alegre, 2002.

DEUS, Sandra de. **Texto Sobre a Situação da Concessão da Rádio da Universidade Federal do RS**. Porto Alegre: Rádio da UFRGS, 2002.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. 2.ed. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 2001.

FRANÇA, Fábio. **Subsídios para o estudo do conceito de relações públicas no Brasil**. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a.24, n.39, 2002.

HERRERA HUÉRFANO, Eliana del Rosário. **Apuntes para pensar la producción radial desde la academia**. Signo y Pensamiento, Bogotá, n.38, 2001.

KEMPF, Helena de Oliveira. **Rádio Universitária Pública: reflexão sobre sua função**, 2003. Monografia de Conclusão de Curso (Graduação)- Curso de Jornalismo, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, mar. 2003. Em: <http://www.ufrgs.br/radio/monos/helena.pdf> acessado em 22/05/2008.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. SP: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Obtendo resultados com Relações Públicas**. SP: Summus, 2002.

Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967, retirado do site eletrônico http://www.conrerp2.org.br/perfil_conrerp.asp em 19 de setembro de 2008.

LOPES, Saint-Claire da Cunha. **Fundamentos Jurídico-Sociais da Radiodifusão**. Rio de Janeiro: Editora Nacional de Direito, 1957.

LOPES, Saint-Claire da Cunha. **Radiodifusão hoje**. Rio de Janeiro: Temário, 1970.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações - comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: EDUFRJ, 1997.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. EUA: Editora Cultrix. 1957. 3ª edição.

MOREIRA, Sonia Virginia. **O rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 1991.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no Rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.

Os donos da mídia. Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (EPCOM) – acesso em www.acessocom.com.br em maio de 2008.

PERUZZO, Cicília M. K (org.). **Comunicação e Culturas Populares**. São Paulo: INTERCOM, 1995.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. **Pesquisa em comunicação no Brasil: tendências e perspectivas**. José Marques de Melo – coordenador. São Paulo: Cortez; Brasília: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, 1983.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. **A comunicação nos movimentos populares**. 1998. Retirado de www.bocc.ubi.pt/pag/peruzzo-cicilia-relacoes-publicas.pdf

PINHO, J.B. **Relações Públicas na internet - Técnicas e estratégias para informar e influenciar públicos de interesse**. São Paulo, Summus, 2003.

RAMOS, 2008. Entrevista cedida à Revista MídiaCom Democracia – Revista do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. Fevereiro de 2008. nº. 7. Rio de Janeiro

TAVARES, Reynaldo. **Histórias que o rádio não contou**. 2.ed. São Paulo: Harba, 1999.

Telecomunicações. In: SANTOS, Reinaldo. **Vade-mécum da Comunicação**. 11ªed.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL. Pró-Reitoria de Extensão. Departamento de Comunicação. **O Papel da Rádio**

da Universidade Federal do Rio Grande do Sul: uma pesquisa de audiência e de opinião. Porto Alegre: Ed. da Universidade, 1981.

SCHRAMM, Wilbur. **Desarrollo de La comunicación y desarrollo econômico.** Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas da OEA. Centro Interamericano de Comunicação. San José, Costa Rica, 1965.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas: Função Política.** 1987

VECCHIA, Veridiana Dalla, 2008. **Revista MídiaCom Democracia** – Revista do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. Fevereiro de 2008. nº. 7.

VIEIRA, Roberto Fonseca. **Relações Públicas: opção pelo cidadão.** RJ: Mauad, 2002.

WERTHEIN, Jorge. **Crenças e Esperanças: avanços e desafios da UNESCO no Brasil.** São Paulo: 2003. Pronunciamento no III Congresso Brasileiro de Comunicação no Serviço Público: “Novas Tecnologias e a Comunicação no Serviço Público: democratizando a informação”.

YUNUS, Muhammad. **O banqueiro dos pobres.** São Paulo: Editora Ática, 2006. 1ª edição.

Sites das Universidades Federais de Ensino Superior do Brasil

<http://proeg.ufam.edu.br/dra/quadrodecursosufam.htm>

http://www.cefetba.br/index_portal.htm

<http://www.cefetmg.br/>

<http://www.cefetmg.br/>

<http://www.cefet-rj.br/>

<http://www.efoa.br/>

<http://www.fafeod.br/>

<http://www.furg.br/>

<http://www.passeiweb.com/vestibular/faculdades/mg/uftm>

<http://www.portal.ufba.br/>

<http://www.portal.ufpa.br/>

<http://www.site.uft.edu.br/>

<http://www.ufabc.edu.br/>

<http://www.ufac.br/>

<http://www.ufal.edu.br/ufal>

<http://www.ufc.br/portal/>

<http://www.ufcg.edu.br/>

<http://www.ufcspa.edu.br/>

<http://www.ufes.br/>

<http://www.uff.br/>

<http://www.ufg.br/page.php>

<http://www.ufgd.edu.br/>

<http://www.ufjf.br/>

<http://www.ufla.br/>
<http://www.ufma.br/>
<http://www.ufmg.br/>
<http://www.ufmg.br/cursos/index.shtml>
<http://www.ufms.br/>
<http://www.ufmt.br/>
<http://www.ufop.br/>
<http://www.ufpb.br/>
<http://www.ufpe.br/>
<http://www.ufpel.tche.br/>
<http://www.ufpi.br/>
<http://www.ufpi.br/>
<http://www.ufra.edu.br/cursosgraduacao/index.php>
<http://www.ufrb.edu.br/index/>
<http://www.ufrb.edu.br/portal/index.php/cursos/graduacao>
<http://www.ufrgs.br/ufrgs/>
http://www.ufrj.br/pr/conteudo_pr.php?sigla=GRADUA_CURSOS
<http://www.ufrn.br/ufrn/>
<http://www.ufrn.br/ufrn/>
<http://www.ufrpe.br/>
<http://www.ufrpe.br/>
<http://www.ufrs.br/>
<http://www.ufs.br/>
<http://www.ufsc.br/>
<http://www.ufsm.br/>
<http://www.uftm.edu.br/>
http://www.ufu.br/en_pes_ext/unidades_ac.php
<http://www.ufv.br/>
http://www.unb.br/graduacao/cursos/sobre/com_social.php
<http://www.unifap.br/>
<http://www.unifei.edu.br/>
<http://www.unifesp.br/index.php>
<http://www.unir.br/>
<http://www.unirio.br/>
<http://www.unirio.br/>
<http://www.univasf.edu.br/>
<http://www.utfpr.edu.br/>
<http://www2.ufersa.edu.br/portal/>
<http://www2.ufscar.br/home/index.php>