

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

ANA BEATRIZ MAGNO BADUY  
KAUANE DA SILVA ROSA  
LUCAS JESSÉ OBERST CORREIA

PROJETO DE IMPLEMENTAÇÃO DE ÁUDIO INSTITUCIONAL NO  
RESTAURANTE UNIVERSITÁRIO DO CAMPUS CENTRO POLITÉCNICO DA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

CURITIBA  
2015

ANA BEATRIZ MAGNO BADUY  
KAUANE DA SILVA ROSA  
LUCAS JESSÉ OBERST CORREIA

PROJETO DE IMPLEMENTAÇÃO DE ÁUDIO INSTITUCIONAL NO  
RESTAURANTE UNIVERSITÁRIO DO CAMPUS CENTRO POLITÉCNICO DA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Federal do Paraná como exigência parcial para obtenção de grau de Tecnólogo em Comunicação Institucional no curso de graduação de Tecnologia em Comunicação Institucional, Setor de Educação Profissional e Tecnológica.

Orientadora: Flávia Lucia Bazan Besspalhok

CURITIBA  
2015

## TERMO DE APROVAÇÃO

ANA BEATRIZ MAGNO BADUY  
KAUANE DA SILVA ROSA  
LUCAS JESSÉ OBERST CORREIA

PROJETO DE IMPLEMENTAÇÃO DE ÁUDIO INSTITUCIONAL NO  
RESTAURANTE UNIVERSITÁRIO DO CAMPUS CENTRO POLITÉCNICO DA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

Trabalho apresentado como requisito parcial à obtenção do grau de Tecnólogo em Comunicação Institucional no curso de graduação em Tecnologia em Comunicação Institucional, pela seguinte banca examinadora:

---

Profa. Dra. Flávia Lúcia Bazan Bepalhok  
Orientadora - Setor de Educação Profissional e Tecnológica da  
Universidade Federal, UFPR.

---

Profa. Mestre Juliane Martins  
Setor de Educação Profissional e Tecnológica da Universidade  
Federal, UFPR.

---

Profa. Dra. Maura Regina Franco  
Setor de Educação Profissional e Tecnológica da Universidade  
Federal, UFPR.

Curitiba, 08 de dezembro de 2015

## **AGRADECIMENTOS**

À orientadora Flávia Bespalhok, pela condução, apoio e ensinamentos.

Aos nossos pais e familiares, que foram grandes incentivadores e que sempre acreditaram em nossos sonhos.

À equipe de locução, em especial à Adriana Neves e Sérgio Prestes, por aceitarem participar do projeto.

A todos que ajudaram de alguma maneira durante o percurso deste trabalho, palavras não são suficientes para expressar nossa gratidão.

À Universidade Federal do Paraná e aos professores do curso, pelo consentimento da oportunidade.

O maior agradecimento, contudo, não vai a uma pessoa ou algo físico, mas sim à amizade, que nos uniu e nos fez chegar até aqui. A amizade proporcionou experiências e sentimentos únicos compartilhados entre cada integrante, que hoje, podem afirmar: contar com os amigos é, acima de tudo, uma certeza.

## RESUMO

O presente trabalho propõe a implementação de um áudio institucional no Restaurante Universitário do campus Centro Politécnico da Universidade Federal do Paraná. Para isso, foi realizado um estudo, que teve como base os conhecimentos obtidos em sala de aula, com destaque às potencialidades do rádio como um canal de comunicação. Através de uma análise bibliográfica sobre o histórico do meio radiofônico no Brasil e no mundo, bem como suas características, linguagens e tipos de programação e também de uma pesquisa quantitativa aplicada aos usuários do Restaurante Universitário, foi possível realizar a construção do projeto editorial do programa Rádio Salada Mista. Entre os resultados, apresenta-se a proposta do áudio institucional e um programa piloto, com duração de duas horas, a ser executado diariamente nas dependências do restaurante do Centro Politécnico.

Palavras-chave: Comunicação; Rádio; Áudio Institucional; Restaurante Universitário; Universidade Federal do Paraná.

## ABSTRACT

This written project proposes an institutional audio implementation at restaurant of Polytechnic Campus - Federal University of Paraná. To make it happens, was realized a study, based on knowledge obtained in the classroom, especially analyzing how the radio can be a potential communication channel. Through a bibliographic analysis about the radio's history in Brazil and in the world, as well their characteristics, languages and programming types and also a quantitative research applied to restaurant users, it was possible to make the construction of editorial project called *Rádio Salada Mista* program. Among the results, an institutional audio proposal and a pilot program are presented. The pilot program has two hours of programming duration; it is daily and runs at the dependencies of Polytechnic campus' restaurant.

Key-words: Communication; Radio; Institutional audio; University Restaurant; Federal University of Paraná.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 01 – GÊNERO.....	34
FIGURA 02 – FREQUÊNCIA DE UTILIZAÇÃO (POR SEMANA).....	34
FIGURA 03 – HORÁRIO DE UTILIZAÇÃO.....	35
FIGURA 04 – PREFERÊNCIA DE RESTAURANTE UNIVERSITÁRIO.....	36
FIGURA 05 – TEMPO DE FILA.....	36
FIGURA 06 – TEMPO DE PERMANÊNCIA NO RESTAURANTE.....	37
FIGURA 07 – CLASSIFICAÇÃO DA QUANTIDADE E QUALIDADE DAS INFORMAÇÕES.....	37
FIGURA 08 – PREFERÊNCIA DE NOTÍCIAS.....	38
FIGURA 09 – PREFERÊNCIA DE ESTILO MUSICAL.....	39
FIGURA 10 – VIABILIDADE DE CONTEÚDO.....	40
FIGURA 11 – GÊNERO X FREQUÊNCIA DE UTILIZAÇÃO (POR SEMANA).....	41
FIGURA 12 – GÊNERO X HORÁRIO DE UTILIZAÇÃO.....	41
FIGURA 13 – GÊNERO X TEMPO DE PERMANÊNCIA NO RESTAURANTE.....	42
FIGURA 14 – GÊNERO X VIABILIDADE DE CONTEÚDO.....	42
FIGURA 15 – GÊNERO X CLASSIFICAÇÃO DAS INFORMAÇÕES.....	43
FIGURA 16 – GÊNERO X CLASSIFICAÇÃO REGULAR X PREFERÊNCIA DE NOTÍCIAS.....	44
FIGURA 17 – GÊNERO X CLASSIFICAÇÃO RUIM X PREFERÊNCIA DE NOTÍCIAS.....	44
FIGURA 18 – GÊNERO X PREFERÊNCIA DE NOTÍCIAS (CENTRO POLITÉCNICO, PERMANÊNCIA DE 20 MINUTOS OU MAIS, RÁDIO VIÁVEL).....	45
FIGURA 19 – GÊNERO X PREFERÊNCIA DE ESTILO MUSICAL (CENTRO POLITÉCNICO, PERMANÊNCIA DE 20 MINUTOS OU MAIS, RÁDIO VIÁVEL).....	46

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - DURAÇÃO DOS QUADROS.....	52
QUADRO 2 - ORÇAMENTO 1: NINJA SOM.....	53
QUADRO 3 - ORÇAMENTO 2: ZERO DB.....	53

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>2 O MEIO RADIOFÔNICO</b> .....	13
2.1 A COMUNICAÇÃO POR MEIO DE ONDAS NO MUNDO.....	13
2.2 A COMUNICAÇÃO POR MEIO DE ONDAS NO BRASIL.....	16
2.3 RÁDIO E COMUNICAÇÃO: CARACTERÍSTICAS DO MEIO.....	18
2.3.1 Capacidade auditiva do receptor.....	19
2.3.2 Tecnologia de transmissão e recepção.....	19
2.3.3 Fugacidade.....	20
2.3.4 Linguagem radiofônica.....	20
2.3.4.1 Palavra.....	21
2.3.4.2 Música.....	23
2.3.4.3 Efeito sonoro.....	24
2.3.4.4 Silêncio.....	26
2.4 PROGRAMAÇÃO: SEGMENTO, FORMATO PROGRAMA.....	27
2.4.1 Programação.....	27
2.4.2 Sonoplastia.....	28
2.4.2.1 Ilustrações ou sonoras.....	28
2.4.2.2 Trilhas.....	28
2.4.2.3 Efeitos sonoros.....	29
2.4.2.4 Vinheta.....	29
2.4.3 Roteiro.....	29
<b>3 PESQUISA QUANTITATIVA PARA PROJETO DE ÁUDIO INSTITUCIONAL</b> .....	31
3.1 APLICAÇÃO DA PESQUISA.....	33
3.2 ANÁLISE DOS GRÁFICOS.....	34
3.3 CRUZAMENTO DE DADOS.....	40
<b>4 PROJETO EDITORIAL DE PROGRAMA DE ÁUDIO INSTITUCIONAL</b> .....	48
4.1 RÁDIO SALADA MISTA.....	48
4.2 INSTITUIÇÃO.....	48
4.3 ASPECTOS EDITORIAIS.....	49
4.4 ESTRUTURA DO PROGRAMA DE ÁUDIO INSTITUCIONAL.....	50

4.4.1 Recursos administrativos e financeiros.....	52
4.5 RÁDIO SALADA MISTA: PRODUTO PILOTO.....	53
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>55</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>57</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>61</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Entre os meios de comunicação de massa, o rádio é o que tem maior popularidade e melhor alcance de público. A pesquisa Tribos Musicais, divulgada pelo Ibope Media em 2013, mostra que 73% dos brasileiros têm o rádio como seu companheiro constante. A grande maioria sintoniza as rádios com o intuito de ouvir música, enquanto outros utilizam esse meio de comunicação para acompanhar notícias. Um dos responsáveis por esse resultado é o fato de que o ouvinte de rádio ou de outros produtos de áudio não precisa se esforçar para captar a mensagem e pode fazer outras atividades enquanto escuta.

Devido a grande demanda de informações que uma universidade de grande porte requer, torna-se viável explorar as potencialidades do rádio para melhorar a qualidade do fluxo de comunicação da Universidade Federal do Paraná. Além disso, os alunos desta instituição possuem uma variada gama de interesses de notícias numa demanda quase que instantânea. Pensando nisso, em todas as características do meio radiofônico e no seu potencial uso no ambiente institucional, o presente trabalho tem como principal objetivo a implementação de um áudio institucional no Restaurante Universitário do campus Centro Politécnico que, além de servir como um novo canal de comunicação da comunidade acadêmica, irá suprir as necessidades do público de estar em constante atualização.

A proposta, portanto, é a criação do áudio institucional intitulado Rádio Salada Mista. Para isso utilizamos conceitos de teóricos do rádio de diversos autores como Eduardo Meditsch, Luiz Arthur Ferraretto e Mario Kaplún, além de conhecimentos obtidos em sala de aula e uma pesquisa de campo, visto que a bibliografia na área de áudios institucionais é praticamente nula.

A metodologia utilizada para a implementação do áudio institucional nos Restaurantes Universitários da UFPR foi, portanto, a pesquisa quantitativa, aliada à pesquisa bibliográfica. A proposta editorial, o roteiro e a produção foram realizados com base nas respostas dos frequentadores do Restaurante Universitário.

Para se chegar a esse intuito, apresentamos no capítulo dois o histórico

do rádio no Brasil e no mundo, sua evolução até os dias de hoje, bem como suas características e peculiaridades. O capítulo três mostra a pesquisa quantitativa, que coletou informações e preferências dos frequentadores dos Restaurantes Universitários e foi de suma importância para a criação da Rádio Salada Mista.

O projeto editorial do programa e o programa piloto encontram-se no capítulo quatro e foram elaborados a partir das teorias apresentadas no capítulo dois e dos resultados da pesquisa quantitativa.

## 2 O MEIO RADIOFÔNICO

Neste capítulo será apresentado um breve histórico do rádio, no Brasil e no mundo, seu uso, características e funcionalidades. O presente trabalho não tem o objetivo de aprofundar na história do meio radiofônico, sendo assim, apresentará apenas os pontos mais relevantes para compreender sua trajetória.

### 2.1 A COMUNICAÇÃO POR MEIO DE ONDAS NO MUNDO

A história da rádio se constitui com a contribuição de diversos inventores espalhados pelo mundo. O primeiro passo foi a invenção da radiofrequência, que se deu pela existência de ondas eletromagnéticas que se propagam no espaço, atestada cientificamente por James Maxwell, físico inglês, e pelo cientista alemão Heinrich Hertz. Oficialmente, a história europeia atribui a utilização prática do rádio como forma de comunicação ao italiano Guglielmo Marconi, que operou uma campainha a poucos metros de distância para fundamentar a teoria das ondas eletromagnéticas. A invenção foi patenteada em 1896, na Inglaterra, e aperfeiçoada para transmissões por código Morse do telégrafo a maiores distâncias. Em paralelo, a primeira transmissão de voz por ondas eletromagnéticas foi atribuída a Reggie Fassedden. O canadense surpreendeu todos os operadores de telégrafo sem fio de navios com uma transmissão de sua própria voz ao som de um violino em um microfone adaptado (MEDITSCH, 2001).

Desde os primórdios o rádio se expandiu de tal modo que hoje é possível considerá-lo um meio de comunicação quase universal: “traz esse mundo para aqueles que não sabem ler e ajuda a manter contato com os que não podem ver.” (MCLEISH, 2001, p. 15). No início do seu surgimento, o fato da comunicação radiofônica ser aberta e tirar a privacidade das ligações telefônicas direcionaram o uso da comunicação sem fio para finalidades militares ou comerciais. Uma de suas primeiras utilidades vistas como positiva para a comunidade era o uso da comunicação para auxílio em operações de resgate de navios em dificuldade, por exemplo.

Não foi o invento de uma técnica que marcou a sua criação, mas o invento de um determinado uso social para uma constelação de técnicas (a eletricidade, o áudio, a telefonia, a transmissão de ondas, etc.), que se cristalizaria numa nova instituição. (MEDITSCH, 2001, p. 33).

Após a Primeira Guerra Mundial surgiram amadores na utilização da teoria em transmissões de áudio para finalidade de lazer. Embora o telefone tenha assumido o papel de divulgador de concertos para auditório distantes, o rádio começava a se moldar como objeto de distração, sem finalidades comerciais práticas e estatais. O radiojornalismo foi incluso por David Sarnoff, quando o operador de telégrafo noticiou a lista de sobreviventes do naufrágio do Titanic, em 1912. Sarnoff expôs a utilização do rádio como aparelho doméstico em forma de “caixa musical”, termo utilizado para nomear o equipamento. A ideia foi rejeitada e dita inviável. Schiffer aponta o pensamento de Sarnoff:

Eu tenho em mente um plano de desenvolver o rádio no sentido de se transformar numa utilidade doméstica, no mesmo sentido que o piano ou o fonógrafo. A ideia é levar música às casas pela comunicação sem fio... O receptor pode ser desenhado na forma de uma simples Radio Music Box equipada com válvulas de amplificação e um alto-falante. A caixa pode ser colocada numa mesa da sala, a sintonia regulada apropriadamente, e a transmissão de música recebida. (*apud.* MEDITSCH, 2001, p. 34).

Com o passar dos anos, a ideia de Sarnoff deixou de ser inviável e tornou-se uma realidade. O conceito de rádio como aparelho doméstico difundiu-se, a ideia de levar entretenimento às casas foi favorável para a criação das emissoras de rádio. A primeira emissora profissional do mundo, KDKA de Pittsburgh, foi inaugurada em 1920 e transmitiu oito horas seguidas o resultado das eleições presidenciais dos Estados Unidos. Três anos depois já haviam mais de quinhentas emissoras em todo o mundo. Paralelamente, o dramaturgo alemão Bertolt Brecht analisou o meio e sugeriu maneiras de como trabalhar com o rádio de forma que lhe fosse conferida uma função social e não meramente de transmissão. Suas ideias, elaboradas entre 1927 e 1932, já idealizavam o potencial e os recursos do meio radiofônico que só mais tarde se

consolidariam. Para Brecht (2005, p. 42), era preciso transformar o rádio: “convertê-lo de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação”, pois, o rádio deveria se comunicar com os ouvintes como uma conversa, um intercâmbio de informações e não somente um aparelho emissor de áudio, ou seja, fazer da radiodifusão um mecanismo de comunicação da vida pública.

Missão formal da radiodifusão é dar a essas tentativas instrutivas um caráter interessante, isto é, fazer interessantes os interesses. Pode inclusive dar uma forma artística a uma parte, especialmente a destinada à juventude. Apoiariam este desejo do rádio de dar forma artística ao instrutivo, aspirações da arte moderna que querem dar, à arte, um caráter didático. (BRECHT, 2005, p. 43).

Após esse processo de expansão do rádio como instrumento de lazer domiciliar, juntamente com o impacto da televisão nos anos seguintes à Segunda Guerra Mundial, ocorreram novas alterações na fisionomia do rádio. A primeira delas foi a possibilidade de disseminar música gravada, graças ao grande acervo da indústria fonográfica. A maior parte dos investimentos de emissoras era direcionada a contratações de artistas e músicos para proporcionar a divulgação de música ao vivo e a maior parte do espaço de sua programação era de preparação desse elenco musical. Após a inserção das músicas gravadas o processo se tornou simples, prático e barato. Os artistas que antes trabalhavam diretamente para as rádios passaram a trabalhar para as indústrias fonográficas, que concediam essas gravações a baixo custo em troca de divulgação gratuita de seus produtos por parte das emissoras. Para que esse processo ocorresse, foi de fundamental importância os avanços tecnológicos da época pós guerra, como o desenvolvimento de novas formas de conservação, reprodução e manipulação de som. Além disso, o surgimento da frequência modulada, em 1942, melhorou a qualidade da reprodução musical e a substituição de válvulas nos aparelhos receptores por transistores, que tornaram o rádio efetivamente portátil. O grande aumento de aparelhos simplificados e baratos fez crescer o número de emissoras e, assim, aumentar a segmentação da audiência.

## 2.2 A COMUNICAÇÃO POR MEIO DE ONDAS NO BRASIL

Em 1893, o padre gaúcho Roberto Landell de Moura demonstrou em São Paulo um telégrafo capaz de transmitir mensagem a oito quilômetros de distância. Sem interesse e apoio da comunidade local, o aparelho foi destruído por fiéis da paróquia que atribuíram as utilidades do aparelho à intervenções demoníacas, conseguindo registrar patente de seu invento somente em 1900 (MEDITSCH, 2001). Os estudos de Landell e os experimentos realizados ao redor do mundo proporcionaram o surgimento do rádio como forma de comunicação a distância, mas ainda não de massa.

Desde os primórdios o rádio foi o principal substituto do teatro, dos concertos e da imprensa, o que entusiasmou muitos brasileiros a implantarem aparelhos transmissores em todos os lugares. Foi um '*boom*' muito grande, o que acabou por gerar uma grande confusão - onde todos falavam, mesmo sem ter o que falar. Desta forma, o rádio, em sua fase mais madura, teria de saber sua real função no mundo e se adequar a realidade de cada público e audiência. Segundo Gisela Ortriwano (2008), desde as primeiras transmissões públicas do rádio como meio de comunicação, surgiram várias linhas de pensamentos na busca de compreender a melhor forma de utilizá-lo.

Um dos grandes entusiastas do meio radiofônico brasileiro foi Edgard Roquette-Pinto, que vislumbrava novos caminhos para utilizar o radiofônio - assim chamado durante a década de 20 - como meio de educação em massa.

Muita gente acredita que o papel educativo do radiofônio é simplesmente um conceito poético, coisa desejável, mas difícil ou irrealizável. Quem pensa desse modo não conhece o que se está fazendo no resto do mundo e, o que é melhor: o que se faz no Brasil. (ROQUETTE-PINTO, 2008, p. 23).

Devido ao alto custo do aparelho de rádio, muitas cidades brasileiras dos anos de 1920 possuíam praças com alto-falantes instalados, estes, rodeados pela população da vila ou do campo. Deste modo, Roquette-Pinto acreditava que poderia levar educação, notícias e conselhos sobre agricultura para, em média, 150 mil pessoas que ouviriam diariamente as transmissões - um verdadeiro jornal para quem não sabia ler. Seguindo a mesma linha de

pensamento, Robert McLeish (2001, p. 16) afirma que o rádio faz com que uma informação chegue a todos de forma igual. “[...] líderes e liderados – ficam sabendo da mesma notícia, da mesma ideia política, declaração ou ameaça.”

A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Roquette-Pinto em 1923, transmitia uma série de cursos ministrados por intelectuais brasileiros em formatos de aula, palestras e conferências. Anos depois, com a popularização do veículo, o uso da radiodifusão para educação popular foi sendo substituída por programas comerciais. Exemplo disso foi a Rádio Clube do Brasil, uma emissora de cunho popular e consumista que serviu de incentivador para alguns cantores da época. Com ela, o rádio passou a ganhar contornos massivos e compartilhar interesses relacionados a músicas, produções de discos e espetáculos, deixando de lado o estilo erudito. “[...] o interesse comercial passa, em seguida, a ocupar o espaço do idealismo dos pioneiros Edgard Roquette-Pinto e Henry Moritze.” (FERRARETTO, 2000, p. 21).

Com a comercialização dos espaços publicitários, autorizada por Getúlio Vargas, em 1932, as emissoras de rádio passaram a investir em equipamentos e a transmitir mais entretenimento e informação. Esse período, marcado pela popularização, possibilitou o rádio viver sua época de ouro, que possuía viés de entretenimento, com programas de auditórios, humorísticos e radionovelas. “Nessa época, o rádio foi considerado ‘a oitava arte’, nadou em recursos econômicos e desenvolveu como nunca as suas potencialidades, como centro das atenções de artistas e intelectuais.” (MEDITSCH, 2001, p. 35).

Após a Segunda Guerra Mundial, e com a chegada da televisão ao Brasil, em 1950, o rádio sofreu algumas alterações, entre elas, a possibilidade de transmitir música gravada.

Com a recente tecnologia do rádio digital, presente no Brasil desde 2005, a tendência é que as rádios AM tenham a mesma qualidade das atuais FM, transmitindo sem interferências, e, por sua vez, as FMs devem oferecer qualidade próxima à dos CDs. Recentemente, as faixas de rádio AM estão passando por um processo de migração para o espectro das FMs, visando o fortalecimento das emissoras, comumente abandonadas pela baixa qualidade de suas transmissões.

Segundo a Associação Brasileira de Rádio e Televisão (ABERT), dados de 2014 mostram que existem, no Brasil, cerca de 9.184 emissoras (somando

as rádios comunitárias e educativas) e 87,9% dos domicílios brasileiros possuem aparelho de rádio. Esse índice pode ser maior devido às novas mídias, como iPod's e celulares, que agregam o serviço. Além disso, rádios online, *podcasts* e aplicativos de música estão conquistando cada vez mais espaço no mercado mundial.

### 2.3 RÁDIO E COMUNICAÇÃO: CARACTERÍSTICAS DO MEIO

Para Ortriwano (2008), o rádio tem a possibilidade de ser mais do que um mero aparelho distribuidor de mensagens à distância, mas de atuar como um instrumento de comunicação. Além disso, as características do rádio o tornou privilegiado quando comparado aos outros veículos de comunicação, tais como: utilização da linguagem oral que facilita o entendimento dos ouvintes; a produção e a transmissão é mais econômica e menos complexa se comparada à televisão ou computador; a mobilidade, já que os aparelhos receptores podem ser transportados sem dificuldades, permitindo inclusive o uso individual; e o fato de potencializar a criatividade e imaginação, pois a ausência de elementos visuais estimula a imaginação dos ouvintes para interpretar a mensagem verbal - "Nada nos aproxima tanto da via mental do cego de nascença como nossa própria experiência radiofônica." (SPA, 2008, p. 287).

O rádio faz parte da vida de grande parte da população e está presente nas mais diversas classes sociais, dessa maneira, podemos afirmar que o rádio possui uma audiência ampla. Para o autor Luiz Artur Ferraretto (2000), além do caráter massivo, existem algumas particularidades deste veículo, como heterogeneidade e anonimato. A mensagem radiofônica é anônima pelo fato do comunicador não conhecer individualmente seus ouvintes e heterogênea, uma vez que abrange todas as classes socioeconômicas.

Guardadas as proporções, pode-se comparar a comunicação radiofônica a uma palestra realizada em um enorme auditório às escuras. O palestrante fala sua mensagem, usando um sistema de transmissão, [...] atinge centenas de pessoas. Como elas não o veem, criam em suas mentes imagens com base nas alterações daquela voz sem rosto, ora irônica ou sarcástica, ora veemente e incisiva. [...] Assim comporta-se o rádio: sem o contato face a face

entre os interlocutores e com um deles - o ouvinte - não possuindo a opção de resposta imediata. (FERRARETTO, 2000, p. 25).

Seguindo a linha de pensamento de Ferraretto, quando se trata da forma e o conteúdo da mensagem radiofônica, são estipulados alguns elementos da mensagem radiofônica que serão aprofundados a seguir.

### 2.3.1 Capacidade auditiva do receptor

Devido a ausência de contato visual o receptor utiliza sua imaginação para decodificar o fato narrado com base nas características vocais do locutor. Ou seja, fica “imbuído da tarefa de vestir a mensagem com as cores e texturas dos tecidos vocais.” (DUVAL, 1998, p. 37).

### 2.3.2 Tecnologia de transmissão e recepção

Os avanços tecnológicos e as constantes atualizações dos meios de comunicação fizeram com que o rádio passasse por uma transição: da comunicação interpessoal para a de massa. Essa tecnologia de transmissão e recepção permite que as vibrações sonoras sejam transformadas em sinais elétricos. Estes são codificados em feixes de ondas eletromagnéticas e transmitidos por antenas, possibilitando assim a compreensão pelo ouvinte.

Com o desenvolvimento tecnológico fica cada vez mais fácil realizar a transmissão da mensagem, o que possibilita que o ouvinte acompanhe os acontecimentos diretamente do palco da ação. Exemplo disso é a mobilidade, que gera imediatismo ao rádio, ou seja, permite que os fatos possam ser transmitidos no mesmo momento que ocorrem. Além disso, a tecnologia da transmissão e recepção instaurou o hábito de se ouvir o rádio e contribuiu para a construção de uma relação entre o receptor e o rádio. Para o escritor e radialista Mario Kaplún (2008), o rádio na América Latina é muito mais ouvido do que escutado, visto que ouvir refere-se apenas ao sentido da audição enquanto escutar requer a interpretação da mensagem.

### 2.3.3 Fugacidade

Por se tratar de um meio de comunicação instantâneo, a mensagem radiofônica é considerada obsoleta simultaneamente a sua transmissão. “Não é possível, ao receptor, voltar atrás e reler o que não conseguiu apreender, como se sucede na mensagem escrita.” (KAPLÚN, 2008). Até meados de 1990, essa característica impossibilitava que a mensagem fosse escutada novamente, contudo, os avanços tecnológicos e a disponibilização dos materiais on-line (como *podcasts*) permitiram que o ouvinte tivesse acesso ao conteúdo mesmo após sua transmissão.

### 2.3.4 Linguagem radiofônica

A linguagem está inscrita simultaneamente no momento da emissão e audição da mensagem, no ato da transmissão. O dizer radiofônico encarrega-se pelo acontecimento no momento da transmissão, que incorpora a presença do encontro entre as partes através do uso da voz. Para Kaplún (1999), o homem lida com três tipos de linguagem: a linguagem cotidiana, usada na comunicação do dia-a-dia com a maioria das pessoas; a linguagem culta, utilizada principalmente na escrita e em apresentações formais; e por último, a linguagem profissional, que contempla os termos técnicos e expressões da área profissional desempenhada.

Ainda na linguagem radiofônica, existem algumas alternativas sonoras, que suprem a falta de contato visual entre o receptor e o emissor, as quais estão inseridas na linguagem radiofônica. Para Ortriwano (1998), a linguagem oral fundamentada no rádio é composta pelas características positivas da linguagem coloquial no meio, tais como a clareza, a objetividade e a simplicidade. Ao mesmo tempo, a autora Júlia Lúcia de Oliveira Albano da Silva (1999) destaca que além do aspecto oral, a linguagem radiofônica é formada por uma série de elementos sonoros que englobam a obra radiofônica.

Elemento fundamental do meio, o rádio de nada serviria sem o som. Para a física, som nada mais é do que um ruído ou movimento vibratório que desencadeia uma cadeia de ondas que se propagam no ambiente até atingir o ouvinte e o sentido da audição. No entanto, o principal fenômeno sonoro do

rádio é a voz, que atinge o ouvinte por outros meios além do ouvido, como foi exemplificado por Claus Bang:

O som é uma percepção auditiva, mas as ondas sonoras, que são produzidas por uma fonte vibratória sonora e que nos são transmitidas pelo ar, podem nos alcançar por outros meios. Além do ouvido, elas podem ser sentidas pela pele e pelos ossos de partes do corpo humano. (BANG *apud*. SILVA, 1999, p.21).

Percebe-se que o rádio envolve outros sentidos além da audição, por isso, a voz do locutor deve ser clara e as palavras devem ser pronunciadas corretamente para facilitar a compreensão. Dessa forma o som para o rádio é também constituído por mensagens sonoras, sejam eles elaborados pelas pessoas (verbais), por instrumentos musicais ou pela natureza. Essas mensagens podem ser classificadas em quatro sistemas: a palavra, a música, o efeito sonoro e o silêncio.

Como diversos autores utilizam diferentes terminologias para a definição dos elementos da linguagem radiofônica, neste trabalho foram adotadas as teorias de Meditsch (1998; 2008; 2013) e Silva (1999), que consideram que a linguagem radiofônica é constituída a partir de inúmeras possibilidades de combinações entre palavra, silêncio, cenário acústico e música. Esses elementos fazem parte da linguagem e podem ser usados tanto individualmente quanto combinados entre si. Cada um, apesar de suas respectivas características, contribuem para o todo da mensagem.

#### 2.3.4.1 Palavra

A palavra escrita, indispensável para a linguagem radiofônica, apenas ganha vida quando é expandida em sua forma oral no rádio, tornando-se assim a voz. Segundo Silva (1999), a oralização de uma palavra escrita no espaço radiofônico recebe instantaneamente uma nova identidade ou tonalidade que a torna peculiar. A vocalidade do texto, aliada aos recursos de sonoplastia, dão às palavras cor e plasticidade. A voz é capaz de promover sensibilidade no sentido das palavras através da cor, emoção, ritmo, tom, entre outros. Nesse aspecto, o som da voz é um fenômeno que age no sentido tátil e sensorial do receptor, promovendo estímulos psicofísicos ao ouvinte, como intensidade,

volume, altura e timbre. Esses são alguns dos elementos que favorecem a vivacidade das mensagens e estimulam a imaginação do ouvinte, criando em suas mentes a suposta imagem do dono da voz, o locutor.

Conforme Kaplún (1999) a expressividade da voz do locutor é compreendida pelos seguintes elementos: modulação, naturalidade e entonação.

- a) Modulação: a voz do locutor deve ser modulada com tons altos e baixos para adquirir vivacidade sonora, devido a impossibilidade da comunicação gestual, toda a expressividade do rádio está nas nuances da voz.
- b) Naturalidade: o locutor deve transmitir naturalidade em suas falas. Mesmo a direcionada ao grande público deve transpassar a sensação de uma conversa íntima, prezando pela personalidade;
- c) Entonação: a entonação da voz confere melodia à frase, dando ênfase e peso às palavras.

Na maioria das vezes a linguagem do rádio tenta aproximar o locutor do ouvinte, interagindo e promovendo a sensação ao público de que conhece o locutor de longa data. Exemplo disso foi o uso do pronome de tratamento 'você', comum na linguagem coloquial:

Para Mario de Andrade, o "você" era dotado de utilidades psicológicas e gramaticais que não deixavam ao rádio outra alternativa senão empregá-lo para cumprir mais uma de suas funções colocadas pelo autor: a de atingir o maior número de pessoas de todas as classes. (PEREIRA, 2005, p. 124).

O uso da coloquialidade é importante para que a mensagem seja transmitida de maneira simples e objetiva, pois no rádio, diferente do jornal, não há possibilidade de outra leitura em caso de não entendimento. Da mesma forma, usar uma linguagem mais informal é útil para economia de tempo, visto que, no rádio, o locutor tem um espaço pré-definido para transmitir as informações. Atualmente, o rádio tenta passar a impressão ao ouvinte de que tal notícia foi preparada exclusivamente para ele, como em uma conversa a dois. "[...] não é à toa que as maiorias (das rádios) usam *slogans* como "você

não está só”, “nos preocupamos com você”, “...juntinho de você”.” (*apud*. MEDITSCH, 2005, p. 166).

#### 2.3.4.2 Música

A música pode ser utilizada com diferentes intenções de acordo com o tipo de programa e o momento em que é empregada. Mesmo na escuta de uma obra musical desconhecida, os sons musicais despertam variadas sensações aos ouvintes. Kaplún (1999) afirma que a música na obra radiofônica tem o objetivo de fazer o público sentir emoções que não conseguem ser expressas por palavras. Mais explorada nas radionovelas, a trilha sonora é fundamental para descrever, expressar e aflorar o imaginário popular. No primeiro caso, a música poderia descrever o ambiente, uma época ou uma ação. A trilha sonora também possui a função de expressar emoções ou provocar diferentes sensações e criando uma relação afetiva com os ouvintes.

Na publicidade a música é empregada para criar um clima de identificação entre o produto e o público-alvo ou até com o objetivo de fixação da propaganda, em que o ritmo, a melodia da trilha ou a vinheta são de fácil memorização, principalmente quando criadas para um *spot*<sup>1</sup> específico.

Para o radiojornalismo a música é geralmente utilizada com diversas funções, seja como sinal de pontuação ou pausa, algumas vezes brevemente para terminar uma frase ou até mais longa para realizar a mudança de assunto. A música também pode ser usada para preparar o ouvinte para a notícia que virá em seguida, providenciando um clima emocional à mensagem: uma música tranquila, por exemplo, pode acalmar o interlocutor antes de receber uma notícia mais tensa. Além disso, ela poderá ficar tocando como plano de fundo durante a leitura da notícia para a contextualização do ambiente ou tempo em que a cena ocorre: “(a música) tem o poder de dar atmosfera para uma cena, permanecendo de fundo, talvez quase inaudível.” (PFISTER *apud* KLIPER *apud*. SILVA, 1999, p. 80).

#### 2.3.4.3 Efeito sonoro

---

<sup>1</sup> Spot: propaganda criada com vários recursos radiofônicos como voz, música e efeitos, feita por uma locução simples ou mista (duas ou mais vozes).

O efeito sonoro possui a capacidade de representar diferentes estados de emoção, pensamento, comportamento e objetos, despertando assim a imaginação do ouvinte e a capacidade de instigação do indivíduo. Segundo Esch e Del Bianco (2013), apesar de a palavra ser a principal fonte de expressão na mensagem radiofônica, responsável por assegurar ideias e imagens sonoras aos ouvintes, é com a adição de efeitos sonoros que o espaço físico-temporal é materializado. Para Silva (1999), os efeitos sonoros contribuem como um referencial, pois fornecem dicas, orientações e instruções aos ouvintes sobre a mensagem radiofônica. Geralmente, o efeito sonoro é aplicado sobreposto à palavra ou à música, sugerindo ou estimulando diferentes ideias nos ouvintes. Tal aplicação tem o intuito de evitar a monotonia ou até criar sentido entre ações do rádio, enfatizando algo já dito pelo locutor e transpassando ideias sem a necessidade de palavras. Além disso, muitas vezes os efeitos são incorporados à mensagem para estabelecer uma identificação entre o sujeito e o objeto sonoro pelo qual se pretende representar (SILVA, 1999). Segundo Armand Balsebre (*apud* MEDITSCH, 2005, p. 333), “o efeito sonoro da chuva, pode tanto informar a condição do tempo, como estimular, pela associação de ideias, que o ouvinte construa uma imagem de um ambiente subjetivo intimista, solitário”.

A inclusão desses efeitos sonoros em obras dramáticas radiofônicas geralmente tem como meta associar o som ao objeto sonoramente representado. O efeito chama a atenção do ouvinte e provoca sua imaginação, por isso, muitas vezes, eles são utilizados em vinhetas ou chamadas, criando assim, uma identidade sonora do programa.

A característica essencial da peça radiofônica é sua forte força associativa, que surge de suas palavras e ruídos. A palavra que a nós se dirige no mundo da nossa sala, desperta em nós associações mais abrangentes do que a palavra lida ou a palavra no palco. [...] Mais significativo ainda do que a palavra pode ser o ruído, quando for empregado de forma correta e parcimoniosa, não como acompanhamento supérfluo da palavra, mas como key sound. (WICKERT *apud*. SILVA, 1999, p. 75).

Kaplún (1999) conceituou os efeitos sonoros sob quatro funções linguísticas: descritiva, expressiva, narrativa e ornamental. Além dessas, Ferraretto (2014) acrescenta a função programática.

- a) Descritiva: a função descritiva tem como objetivo fazer com que determinado som represente o ambiente em que a cena se passa a fim de atribuir realismo à produção radiofônica. O efeito normalmente é empregado como *background* da mensagem, ou seja, aplicado como plano de fundo. Dessa forma, é possível que o ouvinte compreenda a mensagem somente pela interpretação dos efeitos sonoros. Para Silva (1999), os efeitos sob a função descritiva têm o intuito de possibilitar associações imaginativas dos objetos apresentados ao serem executados simultaneamente com a música ou a voz do locutor;
- b) Expressiva: a função expressiva atua no campo sensorial e emocional da obra radiofônica, capaz de transferir dramaticidade no ato comunicativo. O efeito sonoro, se aplicado como ferramenta expressiva, favorece a composição, situação e personagens da obra, promovendo o envolvimento imaginário do ouvinte com a história narrada (ESCH e DEL BIANCO, 2013);
- c) Narrativa: esta função é usada principalmente para efeito de temporalidade, como separação das situações, sendo fundamental para a compreensão da produção radiofônica, visto que oferece a ordem lógica sequencial dos acontecimentos. Para Silva (1999), a função narrativa atua no processo de acontecimento de uma ação, delimitando o início e o fim de uma cena;
- d) Ornamental: o efeito ornamental é inserido somente para acrescentar a cena com detalhes sonoros capazes de intensificar e dar realidade à situação apresentada;
- e) Programática: o locutor deve estar atento a todos os detalhes existentes no momento da aplicação dos efeitos, para que, os que possuem funções diferentes atuem harmonicamente em conjunto se caso forem operados ao mesmo tempo. Kaplún (1999) afirma que através dos aparelhos de edição é possível aplicar um conjunto de efeitos sonoros diretamente na voz do locutor.

#### 2.3.4.5 Silêncio

Com o advento da indústria no século XIX, o barulho progressivamente se instaurou como hábito na percepção auditiva da sociedade. Dessa forma, o silêncio em uma produção radiofônica pode impactar mais o receptor do que algum ruído ou efeito sonoro. Por mais estranho que pareça, o silêncio - ou ausência de som - também faz parte da linguagem radiofônica. Na linguagem verbal, o silêncio é natural, pois faz parte das sequências de orações expressas em voz alta. No rádio, o silêncio é incorporado com o objetivo de impactar o ouvinte, que, muitas vezes está acostumado com a alta quantidade de ruídos incessantes e direciona sua atenção ao rádio quando percebe que o barulho foi interrompido, acentuando o poder sugestivo das informações transmitidas. O uso dessa técnica, quando aplicada corretamente, adquire os mais diversos significados, como representar um mistério, uma dúvida ou criar uma expectativa, provocando uma postura ativa no receptor. O silêncio também é responsável por delimitar núcleos narrativos e construir momentos mais intensos, que permeiam os dois extremos: a paz e a raiva, ambos antecedem segundos de reflexão e contribuem para o ouvinte interpretar a notícia, adotar uma opinião a respeito da mesma e preencher o espaço vazio que o silêncio gerou com suas reflexões. “O silêncio é o nada - em termos de som - e, por isso mesmo, é tudo - em termos de sentido, de emoção”. (BAUMWORCEL, 1998, p. 48).

Por outro lado, se o silêncio for inexistente, poderá ocorrer um completo desentendimento da linguagem verbal, visto que se trata de um elemento essencial nas significações dos códigos durante uma produção radiofônica. Dessa forma, trata-se de um silêncio psicolinguístico, isto é, está inscrito na naturalidade do discurso oral, na pausa a cada palavra, no ritmo que pontua e dá sentido a narração do texto radiofônico (BAUMWORCEL, 1998). Se a utilização do silêncio não for intencional e não fizer sentido no discurso radiofônico, poderá ser interpretado negativamente, como um erro amador no processo de comunicação ou uma falha do locutor, afinal, segundo Baumworcel (1998), o silêncio no rádio deve atuar para a formação da imagem mental, e não deixar o ouvinte em completa escuridão. Além disso, se prolongado, também poderá provocar estranhamento ao público. Para Kaplún

(1999), o ritmo durante um discurso deve ser contínuo, pois buracos e longos silêncios realizados sem planejamentos não são apropriados para a mensagem radiofônica.

## 2.4 PROGRAMAÇÃO: SEGMENTO, FORMATO E PROGRAMA

Tendo em vista a importância da organização e escolha do conteúdo da produção radiofônica, abordaremos os principais elementos que constituem sua programação, segundo os autores Meditch (2001) e Ferraretto (2014).

### 2.4.1 Programação

A programação radiofônica é a organização das transmissões selecionadas em um conjunto. A organização do conjunto depende da necessidade do público-alvo. Essa seleção pode ser dividida em três tipos: linear, mosaico e em fluxo.

- a) Programação linear: a modulação da rádio, ou do programa, é feita de forma homogênea, segundo um formato com as mesmas características, uma única linha de formato definido;
- b) Programação em mosaico: constitui a formação de um programa, ou de uma emissora como um todo, com conteúdos variados. É a forma de rádio eclética;
- c) Programação em fluxo: o programa, ou a emissora, é dividido em faixas que mudam de forma definida, durante a elaboração da produção. Tais mudanças se dão com a troca do radialista e a repetição de informações varia de acordo com a “renovação” do público.

A escolha do formato representa selecionar a segmentação que a emissora, ou o programa radiofônico, seguirá dentro do mercado. A programação é estruturada a partir da escolha dos tipos de programas a serem priorizados na formação do produto final. Com base nas teorias do rádio e seus aspectos fundamentais para o planejamento de conteúdo de programas radiofônicos, observamos o devido uso de cada um desses conhecimentos na formação do produto final, o programa Rádio Salada Mista, que será

apresentado no capítulo quatro. É necessário que o processo de produção seja dominado desde a sonoplastia ao instrumental informativo. A aplicação será realizada no projeto editorial do programa.

#### 2.4.2 Sonoplastia

Segundo Ferraretto (2014) a sonoplastia é uma ferramenta fundamental para o produtor do programa radiofônico, pois os efeitos sensoriais causados no ouvinte acontecem devido aos diferentes tipos de som, trabalhando os elementos já elencados anteriormente. A imaginação do ouvinte é ativada graças aos efeitos sugestivos causados, por exemplo, pelo tom ou flexão da voz do locutor. A principal característica do trabalho de sonoplastia é a pontuação da mensagem, fazendo com que o público sinta de forma psicofísica o que se está transmitindo. Ao planejar o produto radiofônico, é essencial aplicar inserções sonoras que realizam marcações em passagens de tempo e transições de espaço. Esse instrumento é subdividido em quatro funções:

##### 2.4.2.1 Ilustrações ou sonoras

Trazem registros de terceiros e são consideradas as manifestações de voz, em forma falada, como exemplo o discurso, depoimentos, ou formas de expressões sentimentais, como choro ou riso.

##### 2.4.2.2 Trilhas

Termo genérico utilizado em rádio para indicar qualquer conteúdo musical, responsável pela identificação de trechos de programas. As trilhas auxiliam na construção de cenários sonoros imaginários e sugestões de clima em relação a narrações. São divididas em três tipos:

- a) Característica: para indicar o início e o fim de cada transmissão ou separar os blocos. É necessário inserir uma música instrumental que faça a identificação dos períodos.
- b) Cortina: é responsável pela separação de determinada parte do programa, em relação ao todo. Na maior parte das vezes é utilizada em um curto espaço de tempo antes de um comentário ou editorial.

c) Fundo Musical: conhecido também como BG (*background*), é o fundo musical inferior ao texto lido pelo locutor, responsável pela função reflexiva e expressiva.

#### 2.4.2.3 Efeitos sonoros

Evocam sons sensoriais ou abstratos que criam novos significados sensoriais. Geralmente são sons naturais ou editados artificialmente para pontuar expressões na narrativa. Podem sugerir interpretações variadas ou serem usados para marcar as horas na programação quando a rádio toca um *bip*, por exemplo.

#### 2.4.2.4 Vinheta

Elemento de pontuação que pode incorporar todos os anteriores. São gravadas com antecedência e compostas por uma frase musical com ou sem texto. É a forma mais eficaz de identificação de um programa ou do locutor da rádio.

#### 2.4.3 Roteiro

Fundamental na produção radiofônica, o roteiro é o guia para elaboração e planejamento do conteúdo a ser gravado. No momento da elaboração, deve-se levar em conta a escolha antecipada de muitas outras características que constituem na composição do produto final, entre elas, o público-alvo, as programações e a adequação de conteúdos e músicas<sup>2</sup>. O roteiro deve especificar de maneira clara e concisa cada passo a ser executado, tanto pelos locutores quanto técnicos de som, que fazem a entrada de trilhas, vinhetas e todo o material gravado. Durante a gravação dos programas o roteiro pode sofrer alterações de forma a favorecer sempre o bom desenvolvimento do produto. Ferraretto (2014) trabalha com dois tipos de roteiros: redigido em coluna - adequado para produções de média e longa duração e o em duas colunas - usado na elaboração de áudios curtos.

---

<sup>2</sup> Essa escolha será feita por meio de uma pesquisa quantitativa apresentada no capítulo 3.

- a) Roteiro em uma coluna: usado para produções de cinema e teatro, programas previamente montados, em que ocorre edição pós-gravação, e que impossibilita o improviso da fala. Muito usado na elaboração de documentários e programas especiais, onde a base é o texto escrito com inserções musicais;
- b) Roteiro em duas colunas: recomendado para áudios de curta duração, o roteiro de duas colunas facilita a visualização do locutor, e a compreensão do que vai ser inserido pelo técnico de áudio. Ao dividir a página em duas partes, separa-se uma coluna para assuntos relacionados à voz e outra referente à parte técnica.

Ferraretto (2014) relaciona a criação e formação do programa ao envolvimento de objetivos e necessidades de quem o recebe, o ouvinte, e de quem o produz. Esse processo deve ser refletido para contemplar uma série de procedimentos que delimitam o formato dos programas a serem executados, de forma que a razão da elaboração de uma rádio ou de um programa sejam refletidos pela mensagem passada ao ouvinte. Tal método consiste em quatro níveis que englobam aspectos metodológicos e conceituais, além de uma identidade específica, sendo eles o segmento, o formato, a programação e o conteúdo em forma de programa.

Produzir significa pensar em conjunto todos os elementos da linguagem radiofônica – a voz humana, a música, os efeitos sonoros e o silêncio - e a sua aplicação prática na construção de um programa agradável e de qualidade, que, em síntese, interesse ao ouvinte. (FERRARETTO, 2014, p. 194-195).

Em linhas gerais, o principal objetivo do programa de rádio é a criação de empatia com o público por meio de suas manifestações comunicacionais.

### 3 PESQUISA QUANTITATIVA PARA PROJETO DE ÁUDIO INSTITUCIONAL

O projeto de áudio institucional Rádio Salada Mista visa colocar em prática os conceitos abordados anteriormente com relação às características e programação do meio radiofônico. Neste capítulo será apresentada uma pesquisa necessária para a criação do projeto. Esta tem como objetivo coletar informações e as preferências dos frequentadores dos Restaurantes Universitários a fim de abranger diversas partes da população e não privilegiar pequenos segmentos.

O método quantitativo aplicado na pesquisa de campo realizada para análise de população ouvinte da Rádio Salada Mista foi escolhido pela forma de gestão de resultado, sendo esse capaz de transformar informações em dados exatos, como porcentagens. O processo consiste em calcular a amostra e recolher as respostas no campo de aplicação, analisar e interpretar os dados brutos e codificar e digitar respostas para processamento eletrônico das informações (MATTAR, 1996). A pesquisa quantitativa foi escolhida devido à praticidade de traduzir em números as opiniões dos respondentes e, assim, obter dados para realização do projeto de áudio ser aplicado de forma viável. Os questionários podem ser visualizados no apêndice 1 e 2.

Para iniciar a aplicação da pesquisa faz-se necessário formular hipóteses que norteiam o conteúdo a ser captado, ou seja, é primordial produzir um questionário estruturado em problemas analisados na fase de elaboração da pesquisa, filtrando e enfatizando o que se deseja concluir. A análise do conteúdo ofertado pelo questionário é apresentada por meio de gráficos e tabelas de fácil compreensão, mais objetivas e dinâmicas. Sendo assim, como o programa Rádio Salada Mista tem o intuito de transmitir o que realmente interessa e agrada o ouvinte, foi realizada uma pesquisa para coletar a opinião dos usuários dos Restaurantes Universitários sobre o interesse informativo e musical dos mesmos. Para a definição da quantidade de população total, obtivemos o cálculo da amostra, que significa o número de pessoas a serem entrevistadas a fim de coletar informações suficientes para gerar um resultado representativo. Os resultados do método serviram para nortear todo o projeto editorial da implementação da Rádio Salada Mista.

Com base no estudo de pesquisa de marketing e estatística, utilizamos a

seguinte fórmula para a realização do cálculo da amostragem:  $n =$

$$\frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{(N-1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}, \text{ onde:}$$

$n$  = valor da amostra, ou seja, parte da população (nesse caso, questionários a serem aplicados);<sup>3</sup>

$N$  = universo, conjunto de todas as pessoas e investigados (3.000 frequentadores do Restaurante Universitário que almoçam no Centro Politécnico);

$Z$  = desvio médio do nível de confiança desejado (nesse caso, usamos um valor determinado pela forma da distribuição de Gauss: para 95%:  $Z=1,96$ );

$e$  = erro amostral, ou seja, variação dos resultados de uma pesquisa (5%);

$p$  = proporção (como não se sabe a proporção exata, a fórmula recomenda dividir os respondentes em partes iguais, ou seja, 50%).

Substituindo os valores na fórmula temos:

$$n = \frac{3000 \cdot 1,96^2 \cdot \left(\frac{50}{100}\right) \cdot \left(1 - \left(\frac{50}{100}\right)\right)}{(3000 - 1) \cdot \left(\frac{5}{100}\right)^2 + 1,96^2 \cdot \left(\frac{50}{100}\right) \cdot \left(1 - \left(\frac{50}{100}\right)\right)}$$

$$n = \frac{3000 \cdot 3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{2999 \cdot 0,0025 + 3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{2881,2}{8,4579}$$

$$n = 340,65$$

De acordo com o cálculo, portanto, foi necessária a aplicação de 341 questionários. Ao final da aplicação, observou-se que foram obtidas 344 respostas, que serviram de base para os resultados que serão apresentados a seguir.

As pesquisas foram feitas a partir de amostras por conveniência e tráfego. Essa última é caracterizada por recolher respostas de pessoas que frequentam determinado lugar e escolhidas pelos entrevistadores

<sup>3</sup> Segundo a PRA, Pró-Reitoria de Administração da UFPR, o restaurante do Centro Politécnico serve em média, 3.000 refeições por dia no horário de almoço. Dados de Julho/2014.

aleatoriamente. Já a amostra por conveniência é utilizada, segundo Fauze Mattar (1996), “para testar ideias ou obter ideias sobre determinado assunto de interesse”. Em ambos os casos, o respondente foi escolhido por estar disponível no momento e no local em que os questionários estavam sendo aplicados. Dessa forma, segundo Mattar (1996), a pesquisa quantitativa se faz não probabilística e, apesar de ser de fácil aplicação e com um baixo custo para os pesquisadores, pode gerar alguma incorreção no resultado geral da pesquisa. A pesquisa apresentada neste trabalho teve margem de erro calculada em 5%.

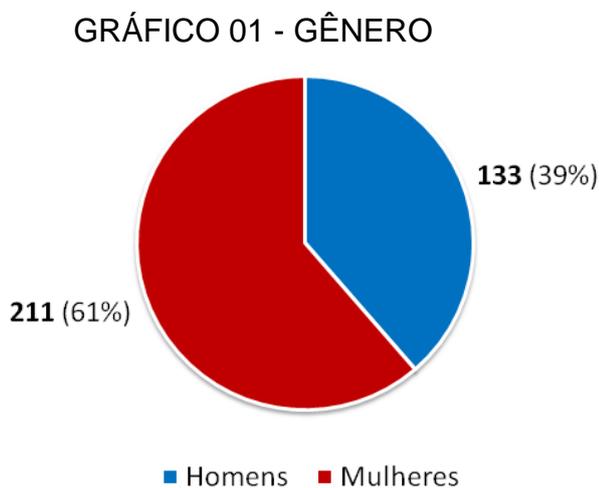
### 3.1 APLICAÇÃO DA PESQUISA

A pesquisa quantitativa para implementação de áudio institucional, Rádio Salada Mista, foi aplicada somente no Restaurante Universitário do Centro Politécnico durante o período de 24 a 31 de Agosto de 2015, coletando respostas de 344 usuários. O local de aplicação da pesquisa foi escolhido devido ao movimento de greve dos servidores técnicos-administrativos, que teve início no dia 02 de Junho de 2015, paralisando primeiramente o Restaurante Universitário Central e, no decorrer da greve, houve adesão dos restaurantes do Campus Agrárias e Botânico. A greve se estendeu por aproximadamente quatro meses, impossibilitando a aplicação em todos os Restaurantes Universitários. As respostas em relação a frequência, período de permanência na fila e dentro do restaurante, podem ter sido influenciadas, também, pelo fator da greve dos professores, que ocorreu do dia 12 de Agosto ao dia 11 de Setembro. Para poder viabilizar a pesquisa, optou-se, então, por aplicar a pesquisa somente no Centro Politécnico e fazer uma proposta para o Restaurante Universitário deste campus.

O formulário foi disponibilizado de duas formas: online, com divulgação na rede social *Facebook*, e impresso, aplicado no Centro Politécnico e no Setor de Educação Profissional e Tecnológica (SEPT) pelos autores deste trabalho. Com base nas respostas obtidas na pesquisa, foi possível definir a duração do programa, sua programação informativa e musical.

### 3.2 ANÁLISE E LEITURA DOS GRÁFICOS

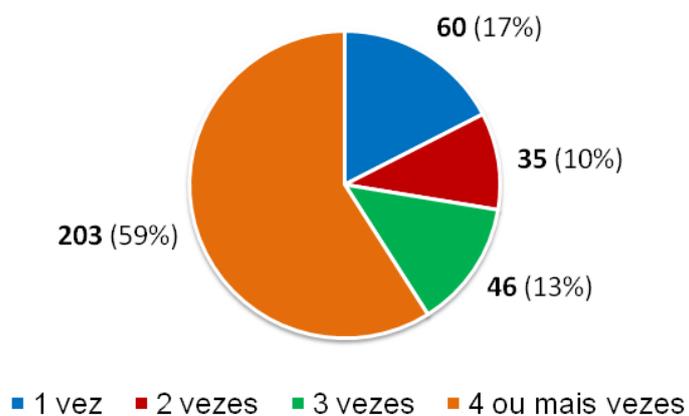
De acordo com as respostas dos 344 usuários entrevistados, mais de 60% dos frequentadores são do sexo feminino e os outros 38,7% correspondem ao sexo masculino. O resultado está demonstrado no gráfico 01:



Fonte: os autores

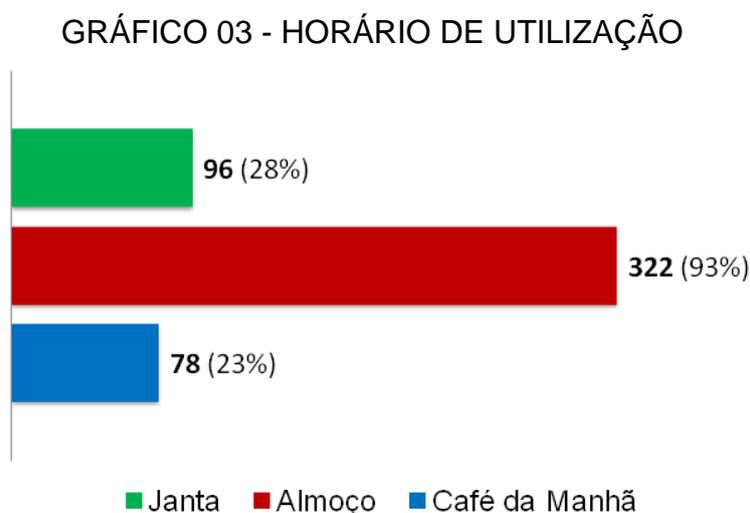
O gráfico de Frequência de Utilização (gráfico 02) mostra que a maioria dos usuários costuma frequentar o Restaurante Universitário quatro ou mais vezes na semana (59%), 17,4% utilizam somente uma vez por semana, 13,4% utilizam três vezes e 10,2% utilizam duas vezes.

GRÁFICO 02 - FREQUÊNCIA DE UTILIZAÇÃO (POR SEMANA)



Fonte: os autores

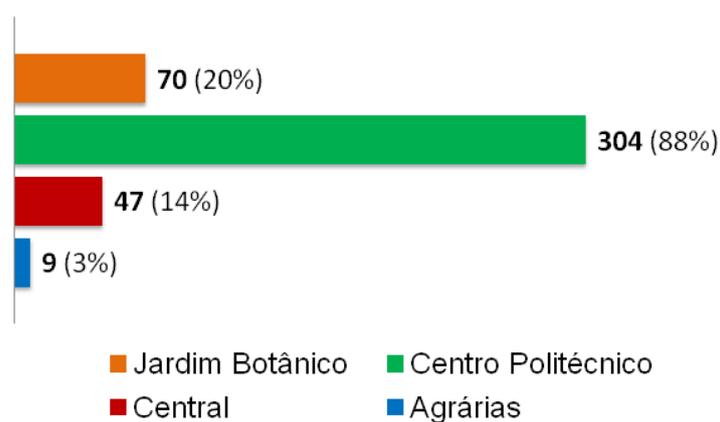
Em relação ao horário de utilização do Restaurante Universitário, levando em consideração a abertura e encerramento nos seguintes horários (06h45m às 8h - Café da Manhã; 11h às 13h15 - Almoço; 17h30 às 19h30 - Jantar), nota-se que a maioria utiliza o mesmo para almoço (93,6%). Por se tratar de uma questão aberta, com mais de uma possível opção, o total da soma não equivale a 100%. Sendo assim, 22,7% utilizam os serviços no horário do Café da Manhã e 27,9% no jantar. O resultado pode ser melhor visualizado na gráfico 03:



Fonte: os autores

Levando em consideração o local de aplicação dos questionários, a maioria dos respondentes utiliza o Restaurante Universitário do Centro Politécnico (88,4%), seguido do Campus Jardim Botânico com 20,3%. O Campus Agrárias obteve apenas 2,6% e o Restaurante Central 13,7%. O gráfico a seguir (gráfico 04) exemplifica as respostas obtidas:

GRÁFICO 04 - PREFERÊNCIA DE RESTAURANTE UNIVERSITÁRIO



Fonte: os autores

A maioria dos respondentes (39%) permanece menos de 10 minutos na fila para entrar no Restaurante Universitário, talvez este valor tenha sido influenciado devido a menor demanda de usuários, visto que tratava-se de um período de greve dos professores e servidores técnicos-administrativos. Os outros 61,1% equivalem à permanência por 10 minutos (28,8%), 15 minutos (20,1%) e 20 minutos ou mais (12,2%), tal como pode ser observado no gráfico 05 a seguir:

GRÁFICO 05 - TEMPO DE FILA

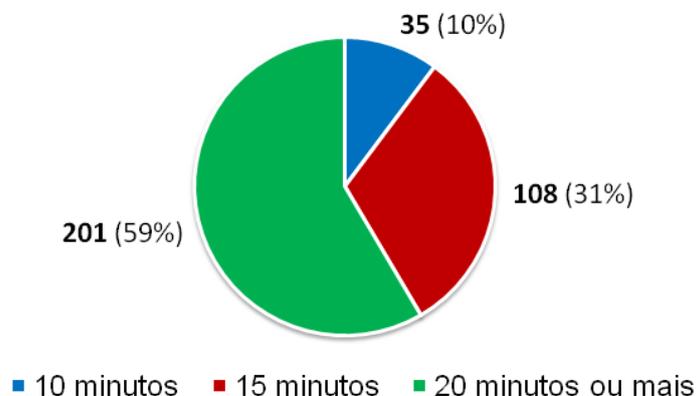


Fonte: os autores

O tempo de permanência dentro do Restaurante Universitário foi exemplificado no gráfico 06. Sua análise indica que grande parte dos usuários

permanecem 20 minutos ou mais (58,4%). Os outros 42,6% equivalem à permanência por 10 minutos (10,2%) e 15 minutos (31,4%).

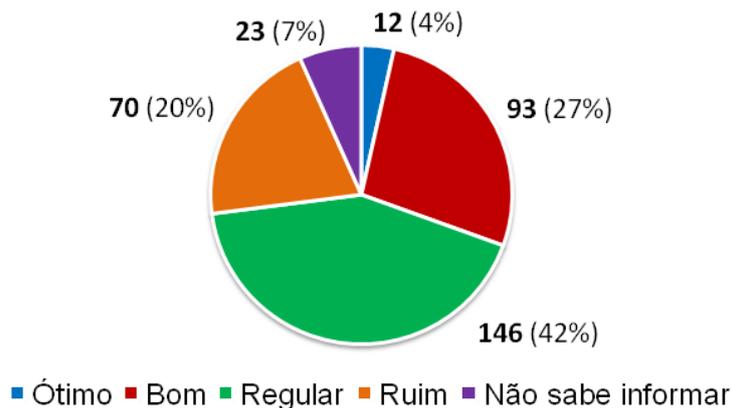
GRÁFICO 06 - TEMPO DE PERMANÊNCIA NO RESTAURANTE



Fonte: os autores

O gráfico 07 detalha as respostas dos usuários sobre a classificação da quantidade e qualidade das informações referentes à UFPR. A maioria dos respondentes as classificam como regular (42,4%). Os outros 57% equivalem a ótimo (3,5%), bom (27%), ruim (20,3%) e não sabem informar (6,7%).

GRÁFICO 07 - CLASSIFICAÇÃO DA QUANTIDADE E QUALIDADE DAS INFORMAÇÕES

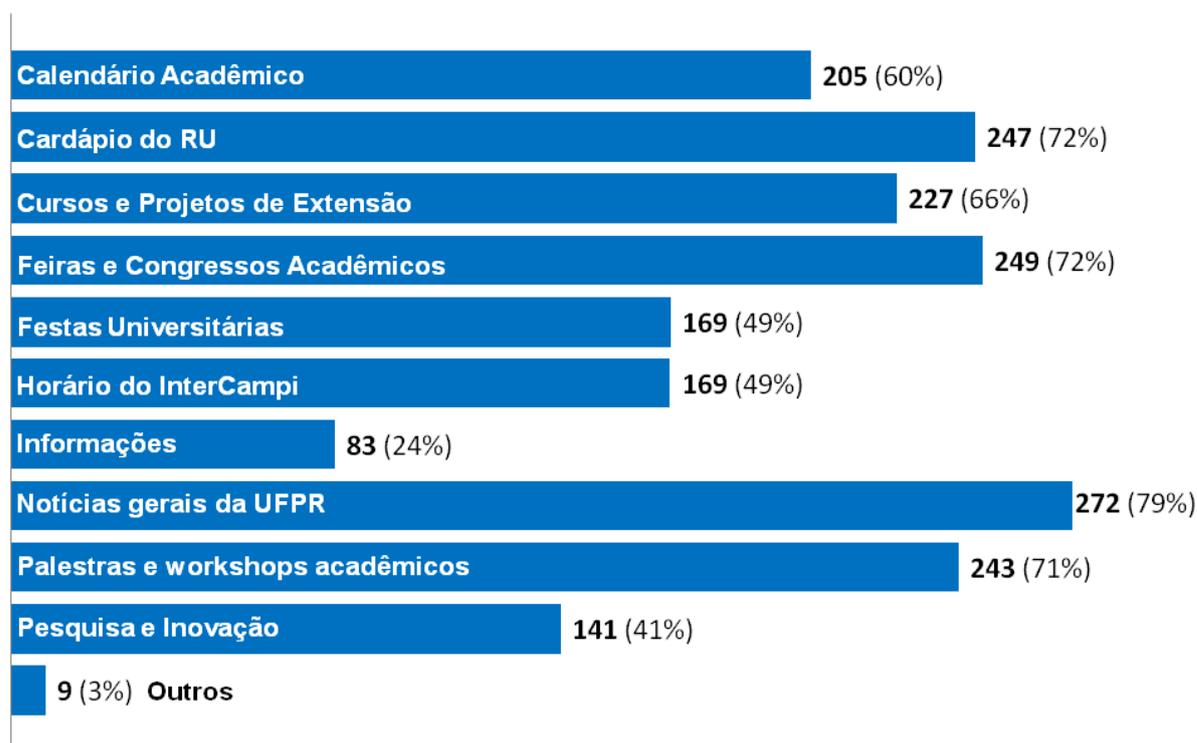


Fonte: os autores

Em relação ao conteúdo informativo os usuários puderam escolher, em uma pergunta de múltipla escolha, entre dez opções, sendo assim, o total da soma não equivale a 100%. As principais escolhas dos respondentes foram:

Notícias gerais da UFPR (PROVAR, greve, bolsa auxílio, monitorias, etc.), Feiras e congressos acadêmicos, Cardápio do RU e Palestras e workshops acadêmicos, que totalizaram mais de 70% de interesse. Além das opções disponibilizadas pelos autores, a pergunta possuía uma opção em aberto, que permitia ao respondente sugerir o conteúdo informativo desejado. Entre essas respostas, obteve-se: horário de monitoria, notícias diárias, curiosidades sobre campus, alunos e cursos, história da UFPR, projeto para melhorar estruturalmente e tecnologicamente, “*Spotted*” (proporcionar interação entre universitários, através de conteúdo publicado em página na rede social *Facebook*), anunciar perda de documentos, algo que envolva entrevista com alunos para que eles também participem da produção. Estas respostas foram detalhadas no gráfico abaixo (gráfico 08):

GRÁFICO 08 - PREFERÊNCIA DE NOTÍCIAS

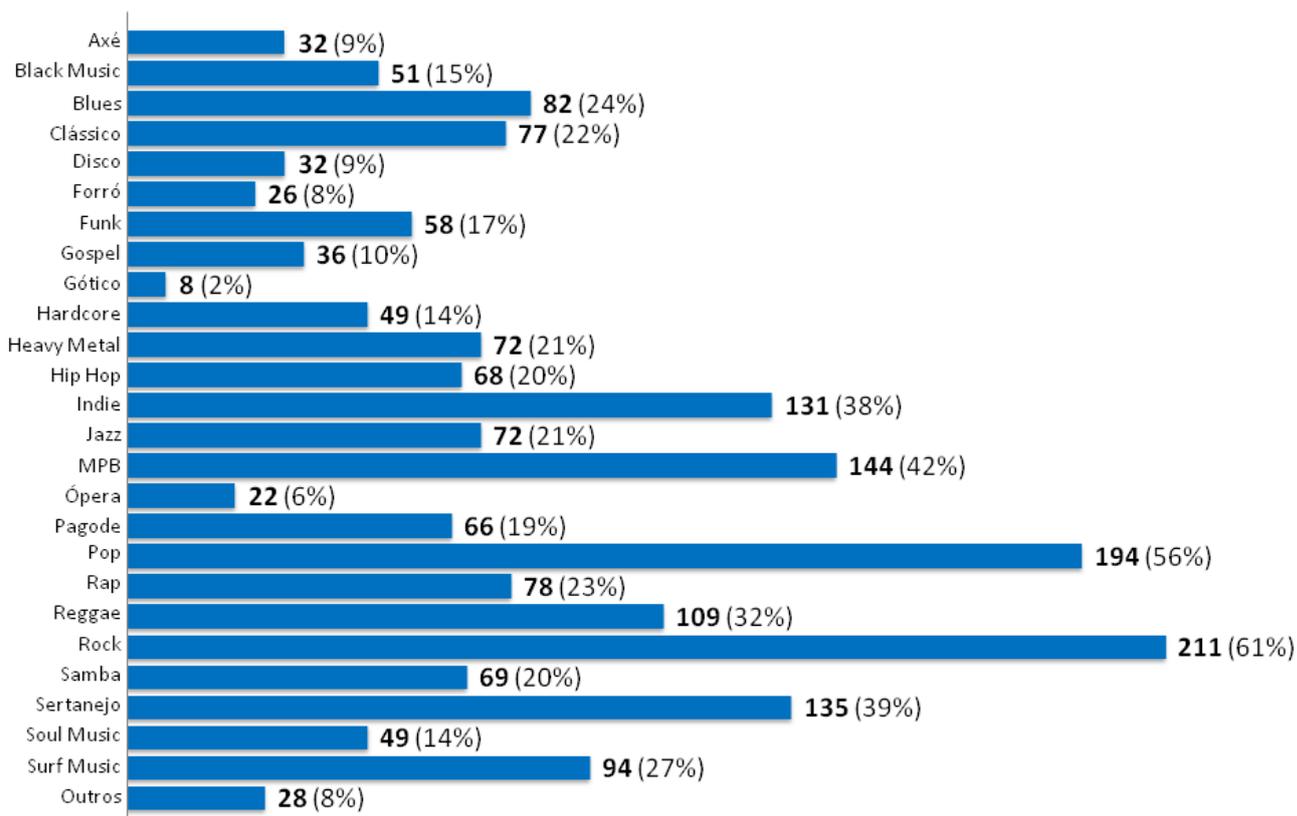


Fonte: os autores

Assim como a questão de conteúdo informativo, o questionário possibilitava ao respondente marcar mais de uma opção com relação à sua preferência musical. No total, a pesquisa possuía 25 estilos musicais e uma opção aberta para sugestões do respondente. As principais escolhas foram

Rock (61,3%), Pop (56,4%) e MPB (41,9%). Essas e todas as outras opções são esquematizadas no gráfico “Preferência de Estilo Musical” (gráfico 09). Entre os estilos musicais sugeridos além dos listados obtivemos: *reggaeton*, *nü metal*, música chinesa, *kawaii metal*, rock pop brasileiro, *folk*, *folk metal*, *k-pop*, Bateria do C7, tecnobrega, eletrônico e “não gosto de música”.

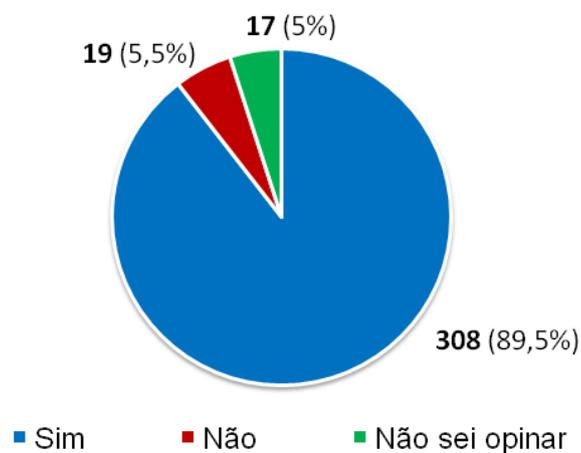
GRÁFICO 09 - PREFERÊNCIA DE ESTILO MUSICAL



Fonte: os autores

Com relação à viabilidade do conteúdo (gráfico 10), a maioria dos respondentes acharam a implementação de áudio institucional, Rádio Salada Mista, viável (89,5% das respostas). Somente 5,5% dos entrevistados acharam o projeto inviável e os outros 4,9% não souberam opinar.

GRÁFICO 10 - VIABILIDADE DO CONTEÚDO



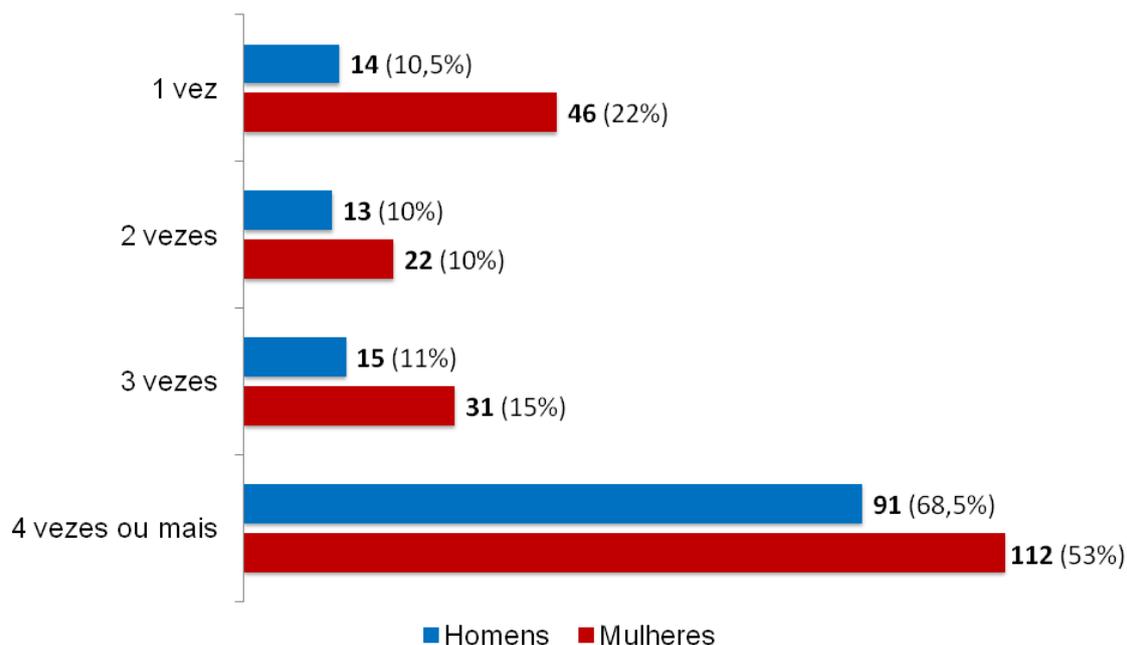
Fonte: os autores

### 3.3 CRUZAMENTO DE DADOS

Analisando os 344 questionários respondidos percebe-se que para melhor interpretação dos dados, e também para organizar a programação do projeto da Rádio Salada Mista, é necessário mesclar as informações de cada pergunta da pesquisa. Optamos, primeiramente, por separar as respostas por gênero, pois isso permite que não haja priorização do sexo feminino, tendo em vista que o número de respondentes mulheres é maior.

Os gráficos a seguir permitem visualizar que ambos os sexos possuem a mesma opinião com relação à frequência e horário de utilização, tempo de permanência no restaurante e viabilidade do conteúdo.

GRÁFICO 11 - GÊNERO X FREQUÊNCIA DE UTILIZAÇÃO (POR SEMANA)

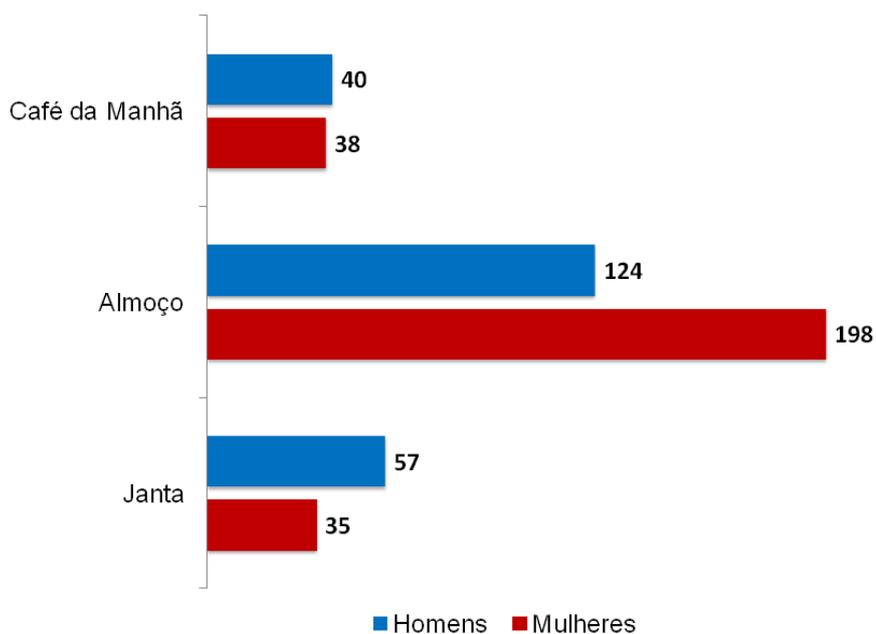


■ Homens ■ Mulheres

Fonte: os autores

A soma do gráfico a seguir não equivale a 100%, pois os respondentes poderiam assinalar mais de uma opção.

GRÁFICO 12 - GÊNERO X HORÁRIO DE UTILIZAÇÃO



■ Homens ■ Mulheres

Fonte: os autores

GRÁFICO 13 - GÊNERO X TEMPO DE PERMANÊNCIA NO RESTAURANTE

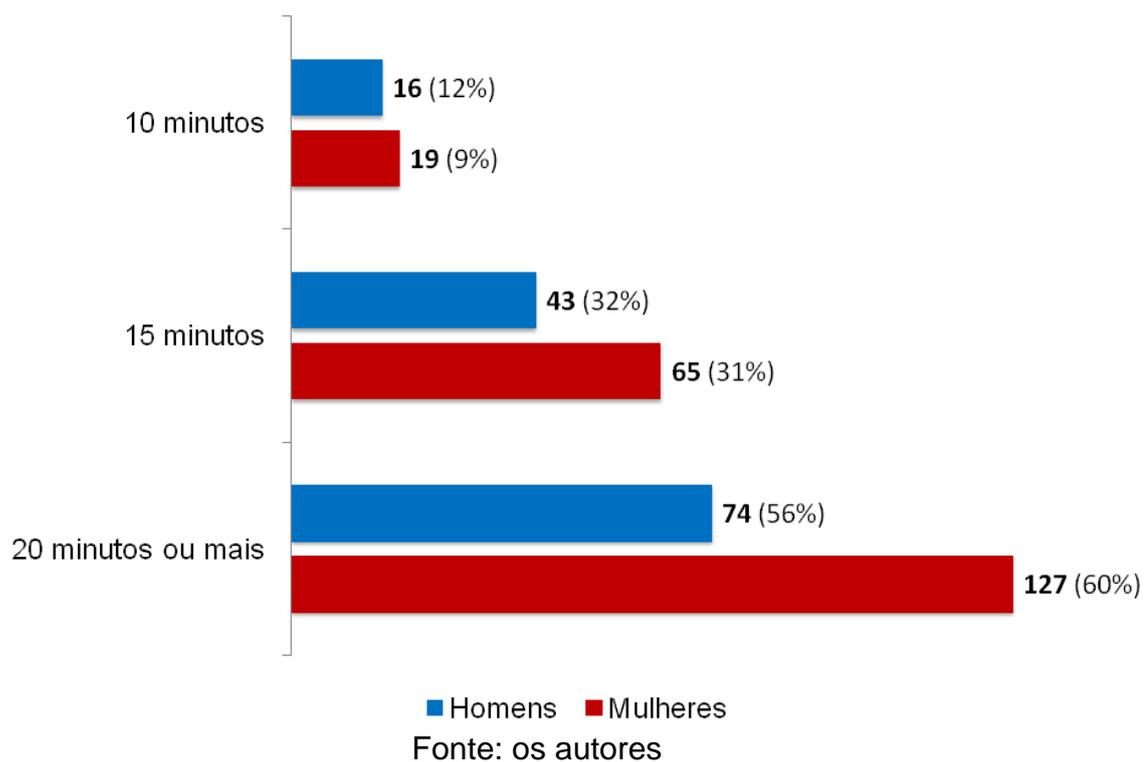
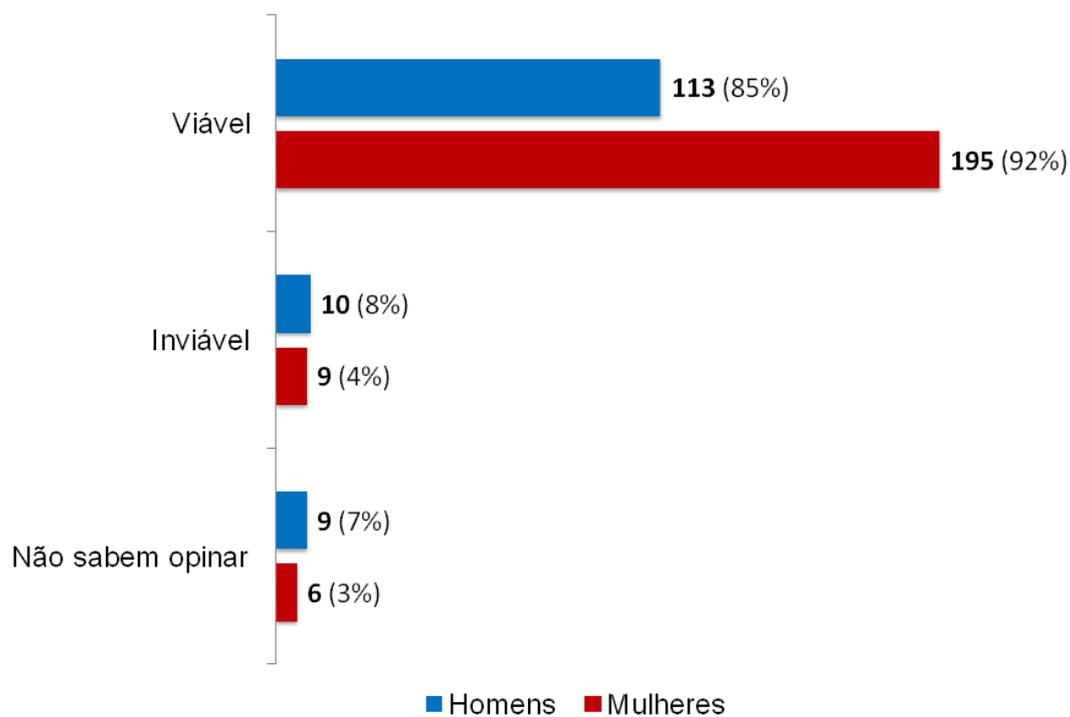


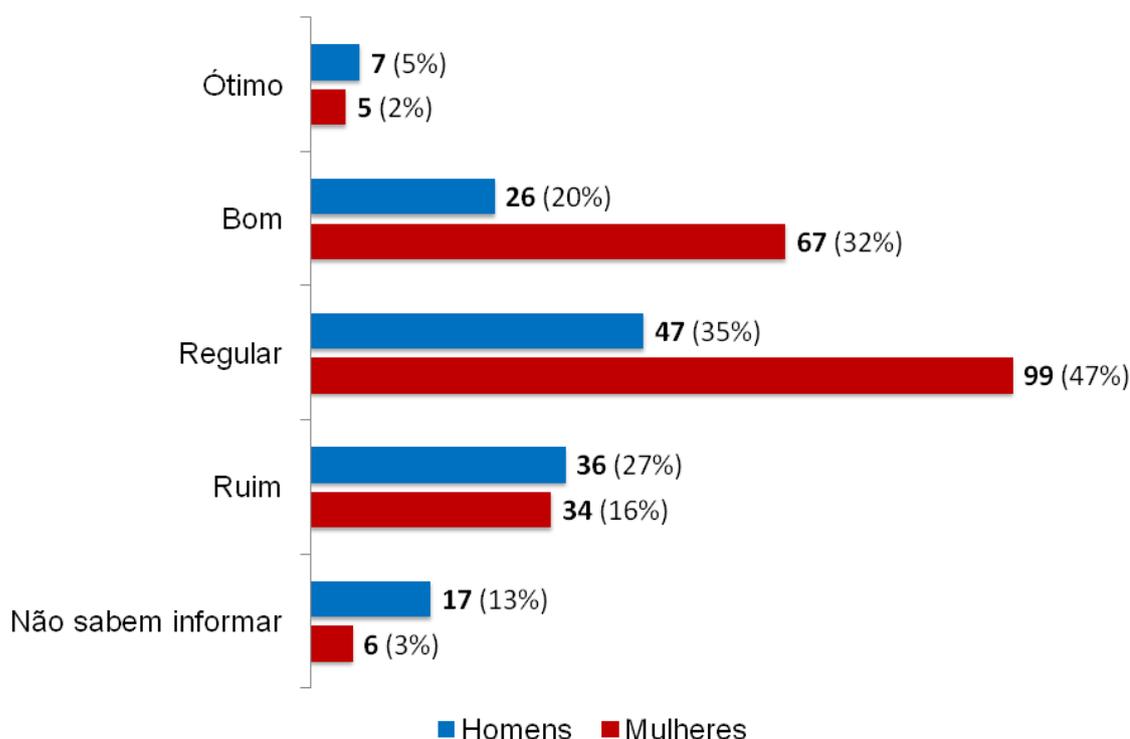
GRÁFICO 14 - GÊNERO X VIABILIDADE DE CONTEÚDO



Fonte: os autores

Referente à classificação da quantidade e qualidade das informações da UFPR, levaremos em consideração a opinião dos respondentes que classificaram como regular e ruim, uma vez que o nosso objetivo não é atingir o público que está satisfeito com as informações. O programa Rádio Salada Mista tem o intuito de ser um veículo de comunicação que melhore o fluxo de informações da UFPR. Analisando o gráfico 15, pode-se perceber que 47% das mulheres e 35% dos homens classificam como regular, enquanto 27% dos homens e 16% das mulheres acham ruim.

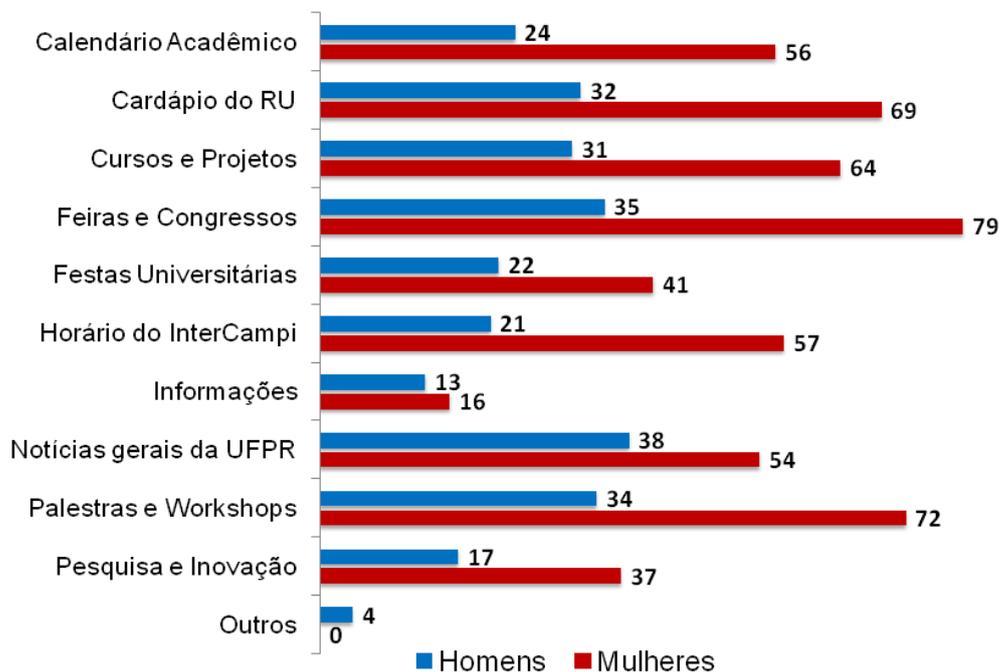
GRÁFICO 15 - GÊNERO X CLASSIFICAÇÃO DAS INFORMAÇÕES



Fonte: os autores

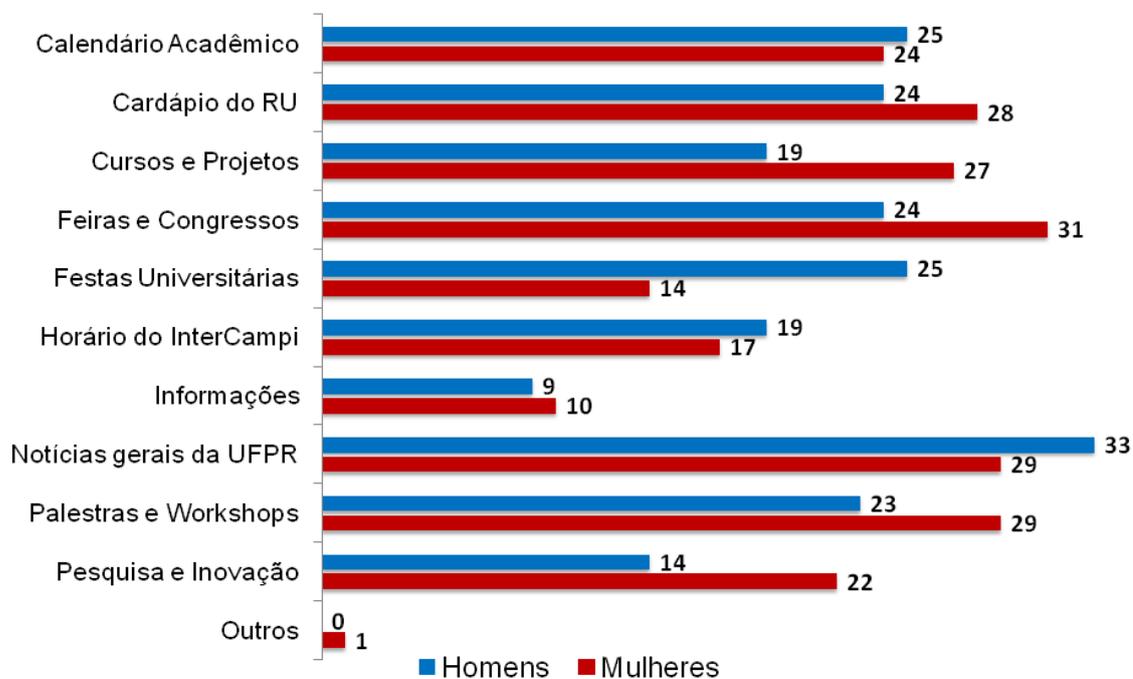
Tendo em vista a montagem da programação do áudio institucional, separamos a preferência de notícias dos respondentes que assinalaram a opção regular e ruim para a classificação das informações, conforme mostram os gráficos 16 e 17:

GRÁFICO 16 - GÊNERO X CLASSIFICAÇÃO REGULAR X PREFERÊNCIA DE NOTÍCIAS



Fonte: os autores

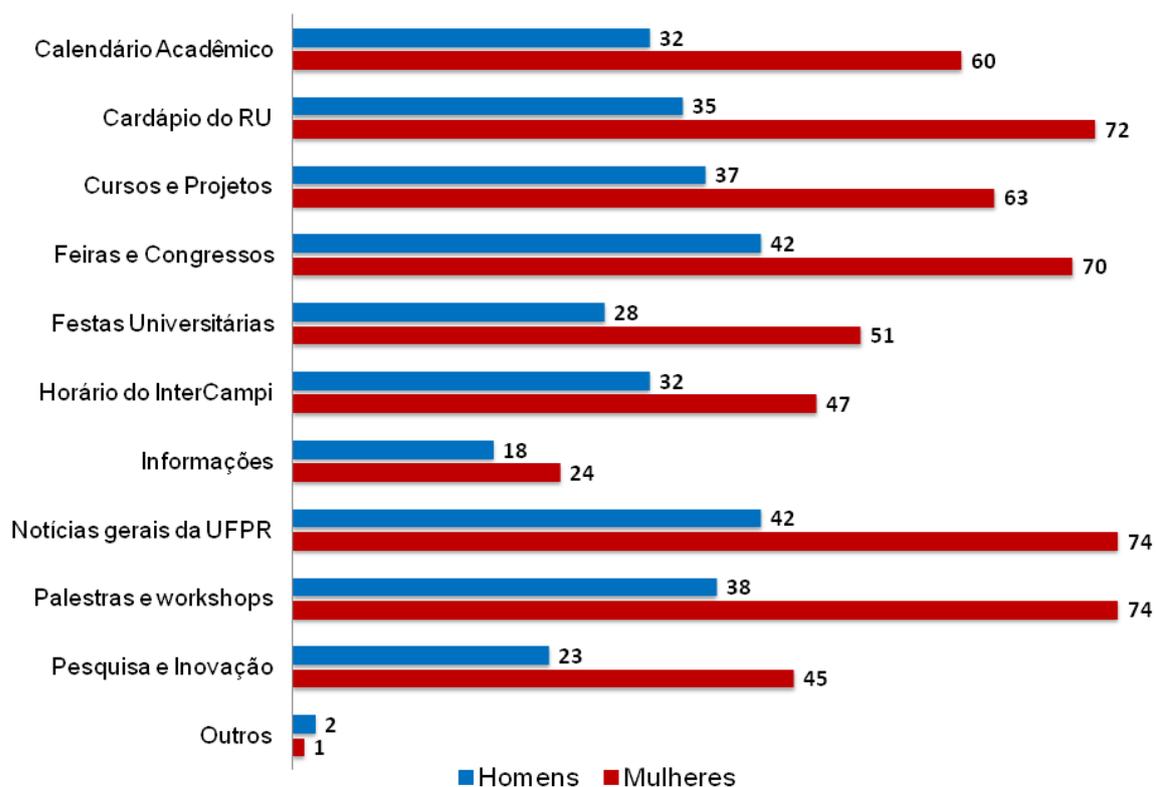
GRÁFICO 17 - GÊNERO X CLASSIFICAÇÃO RUIM X PREFERÊNCIA DE NOTÍCIAS



Fonte: os autores

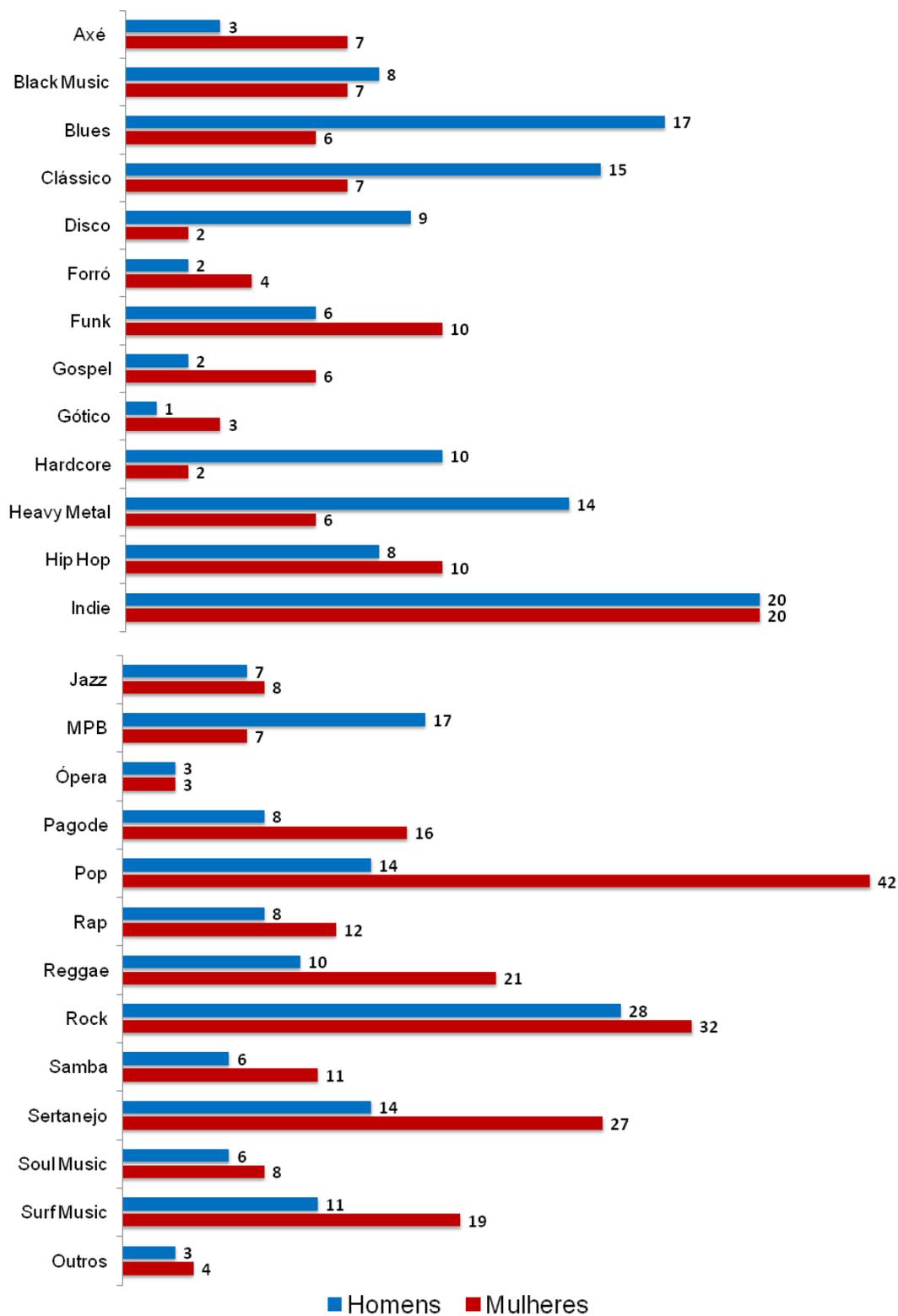
Optamos por filtrar os usuários femininos e masculinos que utilizam o Restaurante Universitário do Centro Politécnico no horário de almoço e que permanecem ao mesmo por 20 minutos ou mais (como já explicado, a pesquisa foi realizada somente neste campus por motivo de greve geral nos demais restaurantes). Os usuários filtrados são favoráveis a implementação da Rádio Salada Mista.

GRÁFICO 18 - GÊNERO X PREFERÊNCIA DE NOTÍCIAS (CENTRO POLITÉCNICO, PERMANÊNCIA DE 20 MINUTOS OU MAIS, RÁDIO VIÁVEL)



Fonte: os autores

GRÁFICO 19 - GÊNERO X PREFERÊNCIA DE ESTILO MUSICAL (CENTRO POLITÉCNICO, PERMANÊNCIA 20 MINUTOS OU MAIS, RÁDIO VIÁVEL)



Fonte: os autores

Nota-se que as notícias mais votadas pelo público feminino e masculino que classificam as informações regulares são: cardápio do RU, feiras e congressos acadêmicos, notícias gerais da UFPR e palestras e workshops. Em contrapartida, para o público que classificam as informações como ruim, as opções mais votadas foram: calendário acadêmico, feiras e congressos acadêmicos, festas universitárias, notícias gerais da UFPR e palestras e workshops. Para a programação da Rádio Salada Mista, optamos por enfatizar quatro destas opções, sendo elas cardápio do RU, feiras e congressos acadêmicos, notícias gerais da UFPR e palestras e workshops.

Com relação à programação musical da Rádio Salada Mista, foram consideradas as opções mais votadas de acordo com o público escolhido pelos autores, sem levar em conta a opinião dos mesmos quanto à classificação das informações. As opções mais votadas pelo público masculino são: rock, indie, blues e MPB, enquanto o público feminino optou por: pop, rock, sertanejo e indie.

## 4 PROJETO EDITORIAL DE PROGRAMA DE ÁUDIO INSTITUCIONAL

Neste capítulo será realizado o projeto editorial da Rádio Salada Mista, com base nos estudos do meio radiofônico e nos dados obtidos por meio da pesquisa quantitativa apresentados anteriormente.

### 4.1 RÁDIO SALADA MISTA

O interesse em realizar um projeto de implementação de áudio institucional nos Restaurantes Universitários (RU) da Universidade Federal do Paraná surgiu a partir do contato com a disciplina de Laboratório de Técnicas de Comunicação – Áudio, do curso de Tecnologia em Comunicação Institucional. O projeto proporciona a aplicação de fundamentos obtidos em sala de aula a situações reais, além disso, visa transmitir informações essenciais para a comunidade universitária e entreter o público. No mundo contemporâneo, a instantaneidade das informações é de vital importância, devido a necessidade da comunidade acadêmica estar em constante atualização. Sendo assim, uma rádio dentro de um ambiente universitário possibilita essa comunicação e supre algumas necessidades da comunidade.

Com base nesses conceitos e temas tratados durante a pesquisa, neste ponto será feita a proposta de um programa de rádio para o Restaurante Universitário do campus Centro Politécnico da UFPR elaborado com base nos conhecimentos dos autores, na pesquisa bibliográfica apresentada no capítulo dois e nos dados obtidos com a pesquisa, apresentados no capítulo anterior.

### 4.2 INSTITUIÇÃO

O projeto de áudio institucional será aplicado nas dependências do Restaurante Universitário do Centro Politécnico da Instituição de Ensino Superior, Universidade Federal do Paraná e reproduzido nas dependências do restaurante. O Restaurante Universitário teve sua fundação em 1961, administrado primeiramente por membros do Diretório Central de Estudantes (DCE) e posteriormente pela própria universidade. Atualmente conta com 4 unidades em Curitiba: Agrárias, localizado no campus do Setor de Ciências

Agrárias, o qual serve em média 550 refeições por dia; Central, junto à Reitoria, que serve em média 1.400 refeições por dia no horário do almoço e 550 no Jantar; Botânico, localizado no campus do Setor de Ciências Sociais Aplicadas, no Jardim Botânico, que serve em média 1800 refeições por dia no almoço e 400 no jantar; e o Centro Politécnico, que serve em média 3800 refeições por dia no almoço e 1000 refeições no jantar. As unidades atendem toda a comunidade universitária (discentes, docente e servidores) e contam com supervisão de nutricionistas em cada local. Segundo a PRA, Pró-Reitoria de Administração da UFPR, o restaurante do Centro Politécnico conta com 108 colaboradores distribuídos em cozinha, limpeza, portaria, almoxarifado e vigilância. O número total de funcionários terceirizados em todos os Restaurantes Universitários é de 276.

#### 4.3 ASPECTOS EDITORIAIS

A Rádio Salada Mista é destinada a docentes, discentes, técnicos-administrativos e todos que frequentam o Restaurante Universitário do Centro Politécnico. O nome da rádio foi escolhido pelos integrantes da equipe, em comum acordo, por se tratar de um programa de áudio em formato revista, com o intuito de estabelecer a ideia de várias opções diferentes em um só meio e comunicação, e por fazer um jogo de palavras que remetem ao ouvinte a um produto servido no Restaurante Universitário: a salada de frutas. A produção radiofônica é considerada de baixo custo em relação a outros veículos, sendo assim, viabiliza de maneira objetiva a utilização desse produto para a divulgação de conteúdos científicos, culturais, políticos, filosóficos, musicais, conteúdo técnico, entretenimento e informativo. Este projeto deve seguir o processo de seleção de segmentos de audiência, identificação de necessidades e suas possibilidades de desenvolvimento. A escolha de criação de um programa de rádio está vinculada às características que esse meio de comunicação permite, tais como instantaneidade, mobilidade, sensorialidade, baixo custo e outros apresentados anteriormente neste trabalho.

O slogan da Rádio Salada Mista “Muita música e uma pitada de informação” visa remeter o processo de criação e formatação estabelecidos, além de fazer alusão ao Restaurante Universitário com a palavra “pitada”.

A disponibilização do áudio institucional será feita por meio de um sistema interno de som que transmitirá o conteúdo previamente gravado, tanto internamente - nas dependências do Restaurante Universitário - quanto externamente, com caixas de som posicionadas do lado de fora do mesmo, possibilitando que os usuários que se encontram na fila tenham acesso ao conteúdo.

O roteiro da Rádio Salada Mista será elaborado com base nos estudos feitos neste trabalho e também por meio dos resultados obtidos na pesquisa quantitativa apresentada no capítulo anterior. O roteiro terá uma coluna, com programação de duas horas. O período de execução representa o horário de funcionamento do Restaurante Universitário do Centro Politécnico durante o almoço, que inicia às 11h e encerra às 13h15, de segunda a sexta-feira. A segmentação escolhida, também com base na pesquisa quantitativa, delimita o formato revista, pois este abrange informações e entretenimento musical.

#### 4.4 ESTRUTURA DO PROGRAMA DE ÁUDIO INSTITUCIONAL

O programa Rádio Salada Mista foi formatado em fluxos de 20 minutos. Esse tempo deve-se ao resultado da pesquisa quantitativa, que mostrou que a maioria dos frequentadores dos Restaurantes Universitários permanecem dentro do refeitório durante 20 minutos ou mais. Os fluxos repetem até completar o tempo de funcionamento do Restaurante Universitário do Centro Politécnico, ou seja, duas horas. Como já foi visto, o fluxo é uma das modalidades de formatação de um programa ou emissora. Ele trabalha com a ideia de que o público, muitas vezes, não tem disponibilidade para ouvir todo o programa ou toda a programação. Dessa forma, trabalha-se com a lógica da repetição das principais informações para garantir que, se pelo menos uma elipse do fluxo for ouvida, as principais informações terão tido a oportunidade de serem recebidas.

O programa é composto por cinco quadros fixos:

Quadro 1: “Cardápio do dia”: será apresentado no começo de cada fluxo com intuito de informar aos ouvintes o cardápio atualizado que será servido no Restaurante Universitário do Centro Politécnico no horário de almoço, das 11h às 13h15.

Quadro 2: “De olho na UFPR”: é o primeiro quadro de gênero informativo e tem o objetivo de transmitir as principais notícias da universidade aos usuários. Entre as notícias, informações sobre PROVAR, greves, bolsa e auxílios, por exemplo. Sempre visando melhorar a qualidade e quantidade das informações ao corpo docente e discente. O slogan propõe descrever o conceito do quadro: “O seu canal de informações da universidade”.

Quadro 3: “Sabor Cultural”: é constituído da síntese dos principais eventos do meio acadêmico com intuito de manter o ouvinte atualizado e informado de forma que se sinta integrado à instituição. O conteúdo contém horário, data, local e forma de inscrições em diversas palestras, workshops, feiras e congressos. O slogan propõe descrever o conceito do quadro: “Os eventos que rolam na UFPR”.

Quadro 4: “Milk-shake”: A ideia do quadro é levar muito mais que apenas músicas ao ouvinte. É aliar o conteúdo musical à informações e curiosidades sobre os artistas e canções que irão ao ar. Durante o quadro, podem ser explorados diversas perspectivas e curiosidades musicais que o público desconhece, tais como: músicas diferentes do mesmo compositor, músicas criadas com objetivos em comum, versões diferentes da mesma canção, artistas que tenham alguma conexão no mundo da música, entre outros. A referência ao milk-shake deve-se à variedade dos estilos que serão reproduzidos: blues, indie, MPB, pop, rock e sertanejo. O slogan “Seu mix musical” resume o conceito do quadro.

Quadro 5: “Não perca a hora”: o quadro informa periodicamente o horário de saída dos ônibus da linha InterCampi I e II.

O programa Rádio Salada Mista contará, também, com a execução de músicas entres os quadros fixos, a fim de descontrair e animar o ouvinte.

Cada quadro terá uma duração específica e uma ordem pré-determinada no fluxo, conforme o quadro a seguir.

Quadro 1 - Duração dos quadros

Quadros		Tempo de duração (em minutos)
1	Cardápio do dia	00'30"
2	De olho na UFPR	02'10"
3	Sabor cultural	02'20"
4	Milk-shake	12'00"
5	Não perca a hora	00'15"

Fonte: os autores

#### 4.4.1 Recursos administrativos e financeiros

Para a execução do programa de áudio institucional, Rádio Salada Mista, será necessário uso de software livre de edição de áudio denominado "Audacity", bem como um profissional de comunicação apto a utilizar o programa. O próprio editor pode ser também o responsável pela reprodução e criação do conteúdo. Para que o trabalho não fique sobrecarregado, sugerimos que a aplicação seja feita pela própria assessoria de comunicação da UFPR com o apoio de estagiários e alunos de comunicação. Segundo o Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Paraná - Sindjor PR, o piso salarial do profissional de rádio é de R\$ 2.963,60. A locução pode ser feita por duas pessoas, sugerimos que sejam locutores do sexo masculino e feminino, mantendo o padrão do projeto piloto. Para execução de músicas é necessário o pagamento de direitos autorais (ECAD). Em virtude da lei 12.853/13, todo usuário de música deverá enviar imediatamente após a execução pública a relação completa das obras e fonogramas utilizados. Dessa forma faz-se necessário o pagamento da UDA, Unidade de Direito Autoral. Vale ressaltar que existe a possibilidade de convênios e pacotes especial para Universidade. O custo dos equipamentos de som necessários para aplicação ficará em torno de dez mil reais. Foram analisados dois orçamentos realizados nas lojas Ninja Som Comércio de Eletrônicos Ltda. e na loja ZeroDB.

Quadro 2 - Orçamento 1: Ninja Som

Ninja Som Comércio de Eletrônicos Ltda. - Orçamento feito em 31/10/2015					
Item	Quantidade	Tipo	Descrição	Preço (un)	Total
1	10	pares	Caixa Acústica JBL Selenium C621B par)	R\$626,00	R\$6.260,00
2	200	metro	Cabo Cristal Fox 2 X2,50 Sonorização F2250	R\$2,49	R\$498,00
3	20	peça	Transformador de Linha	R\$39,00	R\$780,00
4	1	peça	Amplificador Slim 5000 USB FM- Frahm	R\$1.998,00	R\$1.998,00

Fonte: Ninja Som Comércio de Eletrônicos Ltda

Quadro 3 - Orçamento 2: ZeroDB

ZeroDB - K7 - Orçamento feito em 04/11/2015					
Item	Quantidade	Tipo	Descrição	Preço (un)	Total
1	100	metro	Cabo PP para caixa acústica 2X1,5MM IMFAP	R\$3,20	R\$320,00
2	4	par	Caixa Passiva Ambiente 2 Vias 50W C621P 6" PRETO JBL/SELENIUM	R\$522,85	R\$2.091,40
3	1	peça	Receiver Amplificado USB/BTH RC5000 BT Borne	R\$608,27	R\$608,21

Fonte: ZeroDB - K7

#### 4.5 RÁDIO SALADA MISTA: Produto-Piloto

O programa de áudio institucional Rádio Salada Mista foi projetado para ser um produto de periodicidade diária do Restaurante Universitário do campus Centro Politécnico da UFPR e tem o objetivo de ser transmitido no dia 4 de

novembro, quarta-feira, às 11 horas. A programação informativa e musical foi baseada nas respostas das pesquisas aplicadas durante o projeto. O roteiro pode ser desenvolvido integralmente a partir das informações coletadas no capítulo três.

As notícias e eventos foram retiradas de páginas oficiais da Universidade, mídias sociais e organizações estudantis. Na prática, o quadro “Milk-shake” terá três conteúdos diferentes diariamente. Os mesmos serão executados nos primeiros fluxos e repetidos nos fluxos seguintes de um dia de programa. Para o produto-piloto, as três opções apresentadas exemplificam e exploram algumas das possibilidades de conteúdo.

As locuções principais foram realizadas pelos radialistas Adriana Neves e Sergio Prestes e as vinhetas por Felipe Dalke, Marcelo Ortiz e Monique Vilela. As gravações ocorreram nos estúdios da Rádio Mundo Livre FM e Rádio Banda B, com o auxílio de operadores de áudio. A edição foi realizada pela própria equipe utilizando o software Audacity, que permitiu que os elementos fossem manuseados a fim de compor uma heterogeneidade sonora que correspondesse aos objetivos traçados no projeto editorial.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O rádio, como meio de comunicação, tem como principal característica sua capacidade de envolvimento do ouvinte e amplificação de alcance de conteúdo (KAPLÚN, 2008). Escolhemos uma forma direta de melhorar a qualidade e a circulação de informações da universidade aos alunos e colaboradores. O presente trabalho foi desenvolvido para construir um meio de comunicação capaz de aproximar o público à instituição. Para que fosse possível executar o projeto, foi necessário entender a linguagem radiofônica e as características que constituem a formação da programação do rádio. Além disso, precisamos responder aos problemas que surgiram na fase de preparação da pesquisa quantitativa, conhecendo o público, sua preferência, melhor horário de divulgação da rádio, entre outros. Todos os aspectos abordados na realização da aplicação da rádio foram estudados teoricamente e embasados nas respostas obtidas por meio da pesquisa quantitativa, a escolha da programação, a sequência dos quadros e escolha das notícias divulgadas etc. A ideia principal era construir uma ligação entre receptor e rádio, pois, segundo a teoria de Kaplún (2008), esse envolvimento é o que constrói o hábito da audição dos programas.

A Rádio Salada Mista é composta por quatro elementos fundamentais que contribuem para a transmissão de uma mensagem de forma coesa. São elas: a palavra, a música, o efeito sonoro e o silêncio, conforme estudadas nas teorias de Meditsch (1998; 2008; 2013) e observadas no capítulo dois. Desses, a música foi explorada por sua grande capacidade de preparar o ouvinte para a notícia e proporcionar um clima emocional à mensagem. Segundo Kaplún (1999), esse elemento tem o objetivo de fazer o público sentir emoções que não conseguem ser expressas por palavras. Levando em consideração a importância do formato revista, que mescla entretenimento com informação, segundo Ferraretto (2014), elaboramos o projeto editorial e consideramos viável sua aplicação.

A expectativa é que esse projeto seja de fato levado a prática, para que o objetivo de melhorar a qualidade de veiculação de informações seja alcançado. As metas estipuladas no início da pesquisa foram atingidas com sucesso, o que levou os integrantes da equipe a desejarem continuar o

trabalho para que o programa saia do papel. A cada etapa vencida, o interesse pela área de estudo aumentava o desejo pelo conhecimento a ponto de considerarmos realizar um planejamento para o futuro do projeto.

Levando em consideração o processo de evolução digital dos meios de comunicação, nos vemos evoluir junto a eles, e faz-se crescer a necessidade de aplicação de uma relação direta e objetiva entre a informação e o receptor. A era digital nos faz estabelecer uma ligação com o imediatismo, visto que as mídias precisam estar ao passo de um *click* se quiserem se manter no mercado competitivo. A utilização de computadores, celulares, *tablets* está tornando tudo mais rápido e conciso. As instituições que desejam estar sempre conectadas com seus receptores necessitam também estar envolvidas com as mídias digitais. Pensando nisso, foram elaborados planos futuros para a Rádio Salada Mista: uma logo para aplicação em redes sociais e materiais impressos, visto que a identidade visual é importante para a fixação da marca e aproximação do público em relação à Rádio, e um aplicativo que tornasse viável a reprodução dos conteúdos de forma *online*, onde quer que o ouvinte esteja. Tal aplicativo seria elaborado de maneira a possibilitar que o usuário que não estivesse presente no Restaurante Universitário também pudesse partilhar das informações transmitidas naquele dia. Ou seja, excluindo a barreira física entre a passagem do conteúdo da rádio. De forma rápida e prática, o áudio estaria disponibilizado a todos. Esse plano é uma sugestão de aplicação, por enquanto inviável, pois trata-se de um projeto de grande custo e que demanda tempo para ser elaborado. Mas a ideia e visão dos autores em digitalizar o processo de expansão da informação ficam registradas como aplicação futura.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Rosental Calmon. Radiojornalismo e a linguagem coloquial. In: MEDITSCH, Eduardo. (Org.). **Teorias do rádio** - textos e contextos. Florianópolis: Insular, Vol. I, 2005. p. 166.

BALSEBRE, Armand. A linguagem radiofônica. In: MEDITSCH, Eduardo. (Org.). **Teorias do rádio** - textos e contextos. Florianópolis: Insular, Vol. I, 2005. p. 327-334.

BAUMWORCEL, Ana. Os espaços de silêncio em A Guerra dos Mundos. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Rádio e pânico: a Guerra dos Mundos, 60 anos depois**. Florianópolis: Insular, 1998. p. 45-53.

BRECHT, Bertolt. Teoria do rádio (1927-1932). In: MEDITSCH, Eduardo. (Org.). **Teorias do rádio** - textos e contextos. Florianópolis: Insular, Vol. I, 2005. p. 41-43.

**CÁLCULO AMOSTRAL:** Calculadora on-line. Disponível em: <<http://www.publicacoesdeturismo.com.br/calculoamostral/>>. Acesso em 18/08/2015 às 09h20.

DUVAL, Adriana Ruschel. O profeta no ar: a figura do locutor em A Guerra dos Mundos. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Rádio e pânico: a Guerra dos Mundos, 60 anos depois**. Florianópolis: Insular, 1998. p. 37.

ESCH, Carlos Eduardo; DEL BIANCO, Nélia. Sonorização: o cenário acústico de uma guerra imaginária. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Rádio e Pânico 2: A Guerra dos Mundos, 75 anos depois**. Florianópolis: Insular, 2013. p. 65-72.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Editora SagraLuzzato, 2000.

\_\_\_\_\_. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

HUÉRFANO, Eliana del Rosario Herrera. **Apuntes para pensar la producción radial desde la academia**. Signo y Pensamiento, Bogotá, n.38, p. 64-71, 2001.

KAPLÚN, Mario. A natureza do meio: limitações e possibilidades do Rádio. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci. (Orgs.). **Teorias do Rádio** - textos e contextos. Florianópolis: Insular, Vol. II, 2008. p. 81-90.

\_\_\_\_\_. **Producción de Programas de Radio**: el guión, la realización. Quito: Ciespal, 1999.

LOPES, Victor Silva. **Iniciação ao Jornalismo Áudio Visual**. Lisboa: Centro do Livro, 1985.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de Marketing**. Edição compacta. São Paulo: Atlas, 1996.

MCLEISH, Robert. **Produção de Rádio**: Um guia abrangente da produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001.

MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Rádio e Pânico 2**: A Guerra dos Mundos, 75 anos depois. Florianópolis: Insular, 2013.

\_\_\_\_\_. **Rádio e Pânico**: A Guerra dos Mundos 60 anos depois. Florianópolis: Insular, 1998.

\_\_\_\_\_. **Teorias do rádio** - textos e contextos. Florianópolis: Insular, Vol. I, 2005.

\_\_\_\_\_. **O Rádio na Era da Informação** - Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo. Florianópolis: Insular, 2001.

\_\_\_\_\_. ZUCULOTO, Valci (Orgs.). **Teorias do Rádio** - textos e contextos. Florianópolis: Insular, Vol. II, 2008.

MURCE, Renato. **Bastidores do rádio**: fragmentos do rádio de ontem e de hoje. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

**O ECAD**. Disponível em: <<http://www.ecad.org.br/pt/quem-somos/oEcad/Paginas/default.aspx>>. Acesso em 21/12/2015 às 17h20.

**O RÁDIO:** em números (Brasil). Disponível em: <<http://tudoradio.com/conteudo/ver/27-o-radio-em-numeros-brasil>>. Acesso em 19/09/2015 às 16h44.

**O RÁDIO:** Migração das AMs para a faixa FM. Disponível em: <<http://tudoradio.com/conteudo/ver/41-o-radio-migracao-das-ams-para-a-faixa-fm>>. Acesso em 17/10/2015 às 11h03.

**O RÁDIO:** Rádio Digital. Disponível em: <<http://tudoradio.com/conteudo/ver/2-O-Radio-Digital>>. Acesso em 17/10/2015 às 11h21.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. De Brecht aos (des)caminhos do radiojornalismo. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci. (Orgs.). **Teorias do rádio** - textos e contextos. Florianópolis: Insular, Vol. II, 2008. p. 57-68.

\_\_\_\_\_. Ok, marcianos: vocês venceram! In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Rádio e pânico:** a Guerra dos Mundos, 60 anos depois. Florianópolis: Insular, 1998. p. 133-153.

PEREIRA, Néli Alves. Mario de Andrade: um talento poliédrico. In: MEDITSCH, Eduardo. (Org.). **Teorias do rádio** - textos e contextos. Florianópolis: Insular, Vol. I, 2005. p. 124.

**PESQUISA DO IBOPE MOSTRA A VITALIDADE DO RÁDIO.** Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/opovo/tendencias/2013/11/02/noticiasjornaltendencias,3157308/pesquisa-do-ibope-mostra-a-vitalidade-do-radio.shtml>>. Acesso em 20/10/2015 às 20h34.

**QUAL É O TAMANHO DA AMOSTRA QUE EU PRECISO?** Disponível em: <<http://www.netquest.com/blog/br/qual-e-o-tamanho-de-amostra-que-preciso/>>. Acesso em 22/10/2015 às 15h47.

**RESTAURANTE UNIVERSITÁRIO:** Unidades do RU. Disponível em: <<http://www.pra.ufpr.br/portal/ru/unidades/>>. Acesso em 18/08/2015 às 09h25.

ROQUETTE-PINTO, Edgard. Cinzas de uma fogueira (pelo rádio - 1923-1926). In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci. (Orgs.). **Teorias do rádio** - textos e contextos. Florianópolis: Insular, Vol. II, 2008. p. 23.

SAMPAIO, Walter. Teoria e prática do jornalismo no rádio. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci. (Orgs.). **Teorias do rádio** - textos e contextos. Florianópolis: Insular, Vol. II, 2008. p. 45.

SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da. **Rádio**: oralidade mediatizada, o spot e os elementos da linguagem radiofônica. 2.ed. São Paulo: Annablume, 1999.

SPA, Miguel de Moragas. Perspetiva semiótica da comunicação radiofônica. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCULOTO, Valci. (Orgs.). **Teorias do Rádio** - textos e contextos. Florianópolis: Insular, Vol. II, 2008. p. 281-288.

**TABELA SALARIAL.** Sugestões de preços para free lancer e piso salarial da categoria. Disponível em: <<http://sindijorpr.org.br/tabela-salarial>>. Acesso em 24/10/2015 às 14h25.

VELA, Hugo. Quando música e discurso geram caos. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Rádio e pânico**: a Guerra dos Mundos, 60 anos depois. Florianópolis: Insular, 1998. p. 55-67.

ZUCULOTO, Valci. Debatendo com Brecht e sua Teoria do Rádio. In: MEDITSCH, Eduardo. (Org.). **Teorias do rádio** - textos e contextos. Florianópolis: Insular, Vol. I, 2005. p. 48.

**APÊNDICES**

APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO.....	62
APÊNDICE 2 – QUESTIONÁRIO RESPONDIDO.....	64
APÊNDICE 3 – ROTEIRO RÁDIO SALADA MISTA.....	66
APÊNDICE 4 – LOGO RÁDIO SALADA MISTA.....	76

## APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
PESQUISA QUANTITATIVA PARA PROJETO DE IMPLEMENTAÇÃO  
DE ÁUDIO INSTITUCIONAL EM RESTAURANTES UNIVERSITÁRIOS  
DA UFPR

Nome: \_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_

Sexo: ( ) M ( ) F

1) Você é:

- Aluno - Qual curso? \_\_\_\_\_
- Professor
- Servidor
- Técnico
- Outro

2) Com que frequência você utiliza o Restaurante Universitário (RU)?

- 1 vez na semana
- 2 vezes na semana
- 3 vezes na semana
- 4 ou mais vezes na semana

3) Você utiliza o RU para: (você pode marcar mais de uma opção)

- Café da Manhã
- Almoço
- Janta

4) Qual RU você costuma frequentar? (você pode marcar mais de uma opção)

- Centro Politécnico
- Jardim Botânico
- Central
- Agrárias

5) Quanto tempo, em média, você fica na fila para utilizar o refeitório?

- Menos de 10 minutos
- 10 minutos
- 15 minutos
- 20 minutos ou mais

6) Quanto tempo, em média, você leva no RU, a partir do momento que você entra no refeitório?

- 10 minutos
- 15 minutos
- 20 minutos ou mais

**7)** Como você classifica a quantidade e qualidade das informações referentes à UFPR que você obtém no dia-a-dia?

- Ótima
- Bom
- Regular
- Ruim
- Não sabe informar

**8)** Que tipo de notícias ligadas à UFPR você gostaria de ficar sabendo? (você pode marcar mais de uma opção)

- Feiras e congressos acadêmicos
- Palestras e workshops acadêmicos
- Festas universitárias
- Cursos e projetos de extensão
- Informações sobre vestibulares e concursos
- Notícias gerais da UFPR (PROVAR, greve, bolsa auxílio, monitorias, etc.)
- Pesquisa e Inovação
- Calendário Acadêmico
- Cardápio do RU
- Horário do InterCampi
- Outras. Quais \_\_\_\_\_

**9)** Quais estilos musicais você gosta? (você pode marcar mais de uma opção)

- |                                      |                                      |                                     |
|--------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Axé         | <input type="checkbox"/> Gótico      | <input type="checkbox"/> Pagode     |
| <input type="checkbox"/> Black music | <input type="checkbox"/> Hardcore    | <input type="checkbox"/> Pop        |
| <input type="checkbox"/> Blues       | <input type="checkbox"/> Heavy metal | <input type="checkbox"/> Rap        |
| <input type="checkbox"/> Clássico    | <input type="checkbox"/> Hip Hop     | <input type="checkbox"/> Reggae     |
| <input type="checkbox"/> Disco       | <input type="checkbox"/> Indie       | <input type="checkbox"/> Rock       |
| <input type="checkbox"/> Forró       | <input type="checkbox"/> Jazz        | <input type="checkbox"/> Samba      |
| <input type="checkbox"/> Funk        | <input type="checkbox"/> MPB         | <input type="checkbox"/> Sertanejo  |
| <input type="checkbox"/> Gospel      | <input type="checkbox"/> Ópera       | <input type="checkbox"/> Soul music |
|                                      |                                      | <input type="checkbox"/> Surf music |

Outros: \_\_\_\_\_

**10)** Você acharia viável ter esse conteúdo reunido em uma rádio para os usuários dos RUs?

- Sim
- Não
- Não sei opinar

**Agradecemos sua participação!**

## APÊNDICE 2 – QUESTIONÁRIO RESPONDIDO



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
 PESQUISA QUANTITATIVA PARA PROJETO DE IMPLEMENTAÇÃO DE  
 ÁUDIO INSTITUCIONAL EM RESTAURANTES UNIVERSITÁRIOS DA UFPR

Nome: Julia Wada Friguglietti Idade: 20  
 Sexo: ( ) M (X) F

1) Você é:

- Aluno - Qual curso? Engenharia de Bioprocessos e Biotecnologia  
 Professor  
 Servidor  
 Técnico  
 Outro

2) Com que frequência você utiliza o Restaurante Universitário (RU)?

- 1 vez na semana  
 2 vezes na semana  
 3 vezes na semana  
 4 ou mais vezes na semana

3) Você utiliza o RU para: (você pode marcar mais de uma opção)

- Café da Manhã  
 Almoço  
 Janta

4) Qual RU você costuma frequentar? (você pode marcar mais de uma opção)

- Centro Politécnico  
 Jardim Botânico  
 Central  
 Agrárias

5) Quanto tempo, em média, você fica na fila para utilizar o refeitório?

- Menos de 10 minutos  
 10 minutos  
 15 minutos  
 20 minutos ou mais

6) Quanto tempo, em média, você leva no RU, a partir do momento que você entra no refeitório?

- 10 minutos  
 15 minutos  
 20 minutos ou mais

7) Como você classifica a quantidade e qualidade das informações referentes à UFPR que você obtém no dia-a-dia?

- Ótima  
 Bom  
 Regular  
 Ruim  
 Não sabe informar

8) Que tipo de notícias ligadas à UFPR você gostaria de ficar sabendo? (você pode marcar mais de uma opção)

- Feiras e congressos acadêmicos  
 Palestras e workshops acadêmicos  
 Feitas universitárias  
 Cursos e projetos de extensão  
 Informações sobre vestibulares e concursos  
 Notícias gerais da UFPR (PROVAR, greve, bolsa auxílio, monitorias, etc.)  
 Pesquisa e Inovação  
 Calendário Acadêmico  
 Cardápio do RU  
 Horário do InterCampi  
 Outras. Quais? \_\_\_\_\_

9) Quais estilos musicais você gosta? (você pode marcar mais de uma opção)

- |                                      |   |   |
|--------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Axé         | <input type="checkbox"/> Gótico           | <input checked="" type="checkbox"/> Pagode    |
| <input type="checkbox"/> Black music | <input type="checkbox"/> Hardcore         | <input checked="" type="checkbox"/> Pop       |
| <input type="checkbox"/> Blues       | <input type="checkbox"/> Heavy metal      | <input type="checkbox"/> Rap                  |
| <input type="checkbox"/> Clássico    | <input type="checkbox"/> Hip Hop          | <input type="checkbox"/> Reggae               |
| <input type="checkbox"/> Disco       | <input checked="" type="checkbox"/> Indie | <input type="checkbox"/> Rock                 |
| <input type="checkbox"/> Forró       | <input type="checkbox"/> Jazz             | <input type="checkbox"/> Samba                |
| <input type="checkbox"/> Funk        | <input checked="" type="checkbox"/> MPB   | <input checked="" type="checkbox"/> Sertanejo |
| <input type="checkbox"/> Gospel      | <input type="checkbox"/> Ópera            | <input type="checkbox"/> Soul music           |
|                                      |   | <input type="checkbox"/> Surf music           |
- Outros: \_\_\_\_\_

10) Você acharia viável ter esse conteúdo reunido em uma rádio para os usuários dos RUs?

- Sim  
 Não  
 Não sei opinar

Agradecemos sua participação!

## APÊNDICE 3 – ROTEIRO RÁDIO SALADA MISTA

<b>ROTEIRO FIXO - Rádio Salada Mista</b>
Vinheta de Abertura (Trilha: Molejo - Brincadeira de Criança)
Slogan Rádio <b>LOCUTOR:</b> Rádio salada mista, muita música e uma pitada de informação
QUADRO 1 (Trilha: Jet's - Are You Gonna Be My Girl)
<b><u>DESCE BG</u></b>
<b>LOCUTOR:</b> Cardápio do dia
QUADRO 2 (Trilha: Vinhetas Week News - Rede Mercosul Record News)
<b><u>DESCE BG</u></b>
<b>LOCUTOR:</b> De olho na UFPR (Slogan De olho na UFPR)
<b>LOCUTOR:</b> O seu canal de informações da universidade
Vinheta de Passagem (Trilha: Molejo - Brincadeira de Criança)
<b>LOCUTOR:</b> Rádio Salada Mista
QUADRO 3 (Trilha: Vinheta Pagode com Helinho + Instrumental Samba - Batucada)
<b><u>DESCE BG</u></b>
<b>LOCUTOR:</b> Sabor Cultural (Slogan Sabor Cultural)
<b>LOCUTOR:</b> Os eventos que rolam na UFPR!
Slogan Rádio <b>LOCUTOR:</b> Rádio salada mista, muita música e uma pitada de informação
QUADRO 4 (Trilha: KC & The Sunshine Band - Shake Your Booty)
<b><u>DESCE BG</u></b>
(Slogan Milk-shake)
<b>LOCUTOR:</b> Milk-shake, seu mix musical
Vinheta de Passagem (Trilha: Molejo - Brincadeira de Criança)
<b>LOCUTOR:</b> Rádio Salada Mista
QUADRO 5 (Trilha: Efeito de som relógio tic tac + buzina) (Slogan Não Perca a Hora)
<b>LOCUTOR:</b> Não perca a hora!
Trilha de encerramento do quadro 5: (Efeito de som buzina + vrum - motor ônibus)

**ROTEIRO - Rádio Salada Mista - Programa 01 - 04 de Novembro de 2015**

**(VINHETA DE ABERTURA)**

**LOCUTOR:** Bom dia ouvinte, está no ar a Rádio Salada Mista, a sua rádio no R.U. Eu sou Adri Neves e te faço companhia durante todo seu almoço. Além de notícias, muita música boa! Confira agora o cardápio do dia.

**(VINHETA QUADRO 1)**

**LOCUTOR:** Hoje, dia 04 de Novembro, será servido: Strogonoff de carne, batata sauté, acelga e tomate. A opção vegetariana é panqueca de legumes e de sobremesa gelatina. Lembramos que o cardápio está sujeito a alterações. Bom apetite!

**SOBE BG E FADE OUT**

**(SLOGAN RÁDIO - CARIMBO)**

**(VINHETA QUADRO 2)**

**LOCUTOR (Adri):** E aí Sérgio! Quais são as notícias da UFPR de hoje?

**LOCUTOR (Sérgio):** Oi Adri! Temos muita informação por aqui:

**LOCUTOR:** Atenção alunos que se inscreveram para o PROVAR na modalidade reopção de curso. Estão sendo realizadas nessa semana as provas específicas para os cursos de Arquitetura e Urbanismo, Design Gráfico, Design de Produto e Geologia. O resultado final para todos os cursos será divulgado no dia vinte de novembro.

**SOBE E DESCE BG**

**LOCUTOR:** Vem coisa boa por aí! A Embaixada do Brasil em Moscou discute apoio e parcerias com a UFPR em vários campos do conhecimento. Em encontro na Rússia, o reitor Zaki Akel Sobrinho foi comunicado que existe a possibilidade de parcerias nas áreas de cultura, esporte e intercâmbio acadêmico com universidades russas.

**SOBE E DESCE BG**

**LOCUTOR:** UFPR vai abrir vagas para receber refugiados universitários. A iniciativa surgiu em função do grande número de vagas ociosas, ou seja, vagas de alunos que abandonaram seus cursos. Os estudantes refugiados vão passar por processo de seleção e terão de comprovar que já cursam nível superior em seus países de origem.

**SOBE E DESCE BG**

**LOCUTOR:** UFPR revalida diplomas estrangeiros entre os dias três e trinta de novembro. Os interessados em revalidar o diploma de graduação obtido em instituições estrangeiras devem solicitar o procedimento nas secretarias e

coordenações dos cursos ou nos setores dos cursos vinculados, conforme o caso. O período para reavaliação de diplomas vai do dia três à trinta de novembro.

**LOCUTOR (Sérgio):** Por hoje é isso Adri. Bom almoço pra vocês e até amanhã!

**LOCUTOR (Adri):** Obrigada Sergio. Até!

**SOBE BG E FADE OUT**

**(VINHETA DE PASSAGEM)**

**ENTRA MÚSICA: Jorge & Mateus - Os Anjos Cantam**

**LOCUTOR:** Você ouviu Jorge e Mateus, Os Anjos Cantam

**(SLOGAN RÁDIO - CARIMBO)**

**(VINHETA QUADRO 3)**

**LOCUTOR:** Atenção alunos que precisam de horas formativas! Acontece esse mês o terceiro festival de cinema iberoamericano - comédias. Os filmes serão transmitidos nos dias quatro, onze e dezoito de novembro no auditório do sept, às dezessete horas. Participe!

**SOBE E DESCE BG**

**LOCUTOR:** Nos dias dez, onze e doze de novembro vai ser realizada a primeira jornada acadêmica do curso de comunicação institucional. Serão oito convidados das áreas de assessoria de imprensa, eventos, fotografia, e muito mais. Pra você que curte mídias sociais, a Prefs e Humans of Curitiba estarão presentes! As palestras serão entre os dias dez e doze de novembro, das oito ao meio-dia no auditório do SEPT. Os participantes vão receber certificados de participação valendo horas formativas. Mais informações na página do curso de Tecnologia em Comunicação Institucional no Facebook.

**SOBE E DESCE BG**

**LOCUTOR:** A Empresa Junior do curso de Geografia e o Clube da Sustentabilidade e Meio Ambiente da UFPR vão realizar entre os dias nove e quatorze de novembro a segunda semana da sustentabilidade. O evento será no centro politécnico e terá como principais temas: energia, gestão de água e mudanças climáticas. Para mais informações acesse o site da ProGeo.

**SOBE E DESCE BG**

**LOCUTOR:** E atenção: lembramos que hoje é o último dia para se inscrever no curso de organização pedagógica na educação à distância, promovido pela Coordenação de Políticas de Formação de Professores. O curso terá início no dia nove de novembro e será ofertado através da plataforma

Moodle. As inscrições serão feitas online, no blog da COPEFOR. Corram porque as vagas são limitadas!

**(SLOGAN RÁDIO)**

**(VINHETA QUADRO 4)**

**LOCUTOR:** Você sabia que a cantora Sia, sucesso no mundo todo com seu single Chandelier, não está começando agora no cenário musical? Isso mesmo, ela é veterana e há muito tempo escreve grandes hits para vários artistas. Sia já compôs músicas para David Guetta, Beyoncé, Celine Dion, Katy Perry e muitos outros. Ouça agora alguns sucessos escritos pelas cantora.

**ENTRA MÚSICA: Rihanna - Diamonds**

**LOCUTOR:** Você ouviu um dos principais sucessos de Rihanna, Diamonds, que Sia escreveu em apenas catorze minutos! Demais né gente? Fique agora com outras canções escritas pela cantora: Let Me Love You de Ne-Yo e Chandelier, gravada pela própria Sia.

**ENTRA MÚSICA: Ne-Yo - Let Me Love You**

**(SLOGAN RÁDIO - CARIMBO)**

**ENTRA MÚSICA: Sia - Chandelier**

**(VINHETA DE PASSAGEM)**

**(VINHETA QUADRO 5)**

**LOCUTOR:** Os ônibus intercampi um e dois passam em dez minutos no portão um. Corre que ainda dá tempo!

**(TRILHA DE ENCERRAMENTO DO QUADRO 5)**

**(VINHETA DE ABERTURA)**

**LOCUTOR:** Bom dia pessoal! Eu sou Adri Neves e essa é a Rádio Salada Mista, a sua rádio no R.U. Pra você que está com fome, se liga no cardápio de hoje.

**(VINHETA QUADRO 1)**

**LOCUTOR:** Nessa quarta feira está sendo servido: Strogonoff de carne, batata sauté, acelga e tomate. A opção vegetariana é panqueca de legumes e de sobremesa gelatina. Lembramos que o cardápio está sujeito a alterações. Bom apetite!

**SOBE BG E FADE OUT**

**(SLOGAN RÁDIO)****(VINHETA QUADRO 2)**

**LOCUTOR (Adri):** E aí Sérgio! Quais são as notícias da UFPR de hoje?

**LOCUTOR (Sérgio):** Oi Adri! Temos muita informação por aqui:

**LOCUTOR:** Atenção alunos que se inscreveram para o PROVAR na modalidade reopção de curso. Estão sendo realizadas nessa semana as provas específicas para os cursos de Arquitetura e Urbanismo, Design Gráfico, Design de Produto e Geologia. O resultado final para todos os cursos será divulgado no dia vinte de novembro.

**SOBE E DESCE BG**

**LOCUTOR:** Vem coisa boa por aí! A Embaixada do Brasil em Moscou discute apoio e parcerias com a UFPR em vários campos do conhecimento. Em encontro na Rússia, o reitor Zaki Akel Sobrinho foi comunicado que existe a possibilidade de parcerias nas áreas de cultura, esporte e intercâmbio acadêmico com universidades russas.

**SOBE E DESCE BG**

**LOCUTOR:** UFPR vai abrir vagas para receber refugiados universitários. A iniciativa surgiu em função do grande número de vagas ociosas, ou seja, vagas de alunos que abandonaram seus cursos. Os estudantes refugiados vão passar por processo de seleção e terão de comprovar que já cursam nível superior em seus países de origem.

**SOBE E DESCE BG**

**LOCUTOR:** UFPR revalida diplomas estrangeiros entre os dias três e trinta de novembro. Os interessados em revalidar o diploma de graduação obtido em instituições estrangeiras devem solicitar o procedimento nas secretarias e coordenações dos cursos ou nos setores dos cursos vinculados, conforme o caso. O período para reavaliação de diplomas vai do dia três à trinta de novembro.

**LOCUTOR (Sérgio):** Por hoje é isso Adri. Bom almoço pra vocês e até amanhã!

**LOCUTOR (Adri):** Obrigada Sergio. Até!

**SOBE BG E FADE OUT****(VINHETA DE PASSAGEM)****ENTRA MÚSICA: Muse - Panic Station**

**LOCUTOR:** Você ouviu Panic Station, da banda Muse.

**(SLOGAN RÁDIO - CARIMBO)**

**(VINHETA QUADRO 3)**

**LOCUTOR:** Atenção alunos que precisam de horas formativas! Acontece esse mês o terceiro festival de cinema iberoamericano - comédias. Os filmes serão transmitidos nos dias quatro, onze e dezoito de novembro no auditório do sept, às dezessete horas. Participe!

**SOBE E DESCE BG**

**LOCUTOR:** Nos dias dez, onze e doze de novembro vai ser realizada a primeira jornada acadêmica do curso de comunicação institucional. Serão oito convidados das áreas de assessoria de imprensa, eventos, fotografia, e muito mais. Pra você que curte mídias sociais, a Prefs e Humans of Curitiba estarão presentes! As palestras serão entre os dias dez e doze de novembro, das oito ao meio-dia no auditório do SEPT. Os participantes vão receber certificados de participação valendo horas formativas. Mais informações na página do curso de Tecnologia em Comunicação Institucional no Facebook.

**SOBE E DESCE BG**

**LOCUTOR:** A Empresa Junior do curso de Geografia e o Clube da Sustentabilidade e Meio Ambiente da UFPR vão realizar entre os dias nove e quatorze de novembro a segunda semana da sustentabilidade. O evento será no centro politécnico e terá como principais temas: energia, gestão de água e mudanças climáticas. Para mais informações acesse o site da ProGeo.

**SOBE E DESCE BG**

**LOCUTOR:** E atenção: lembramos que hoje é o último dia para se inscrever no curso de organização pedagógica na educação à distância, promovido pela Coordenação de Políticas de Formação de Professores. O curso terá início no dia nove de novembro e será ofertado através da plataforma Moodle. As inscrições serão feitas online, no blog da COPEFOR. Corram porque as vagas são limitadas!

**(SLOGAN RÁDIO)**

**(VINHETA QUADRO 4)**

**LOCUTOR:** Mais comum do que se pensa, no mundo da música existem várias canções com o mesmo nome. O milk-shake lembrou de alguns grandes sucessos da música nacional que são diferentes mas levam o mesmo título. Consegue lembrar de músicas chamadas Eu Sei? Em mil novecentos e oitenta e sete, a banda Legião Urbana foi a primeira a lançar uma música com esse nome.

**ENTRA MÚSICA: Legião Urbana - Eu Sei****(SLOGAN RÁDIO - CARIMBO)**

**LOCUTOR:** Lançada em noventa e um, o Eu Sei de Marisa Monte também fez sucesso nas rádios brasileiras.

**ENTRA MÚSICA: Marisa Monte - Eu Sei****(SLOGAN RÁDIO - CARIMBO)**

**LOCUTOR:** Em dois mil e quatro, a banda Papas da Língua também gravou uma canção chamada Eu Sei. E eu sei que todos sabem cantar essa!

**ENTRA MÚSICA: Papas da Língua - Eu Sei****(VINHETA DE PASSAGEM)****(VINHETA QUADRO 5)**

**LOCUTOR:** O ônibus intercampi dois passa à uma e quinze no portão um. Não perca a hora!

**(TRILHA DE ENCERRAMENTO DO QUADRO 5)****(VINHETA DE ABERTURA)**

**LOCUTOR:** Você está ouvindo a Rádio Salada Mista, a sua rádio no R.U. Eu sou Adri Neves e te faço companhia durante todo seu almoço. Falando nisso, confira agora o cardápio do dia.

**(VINHETA QUADRO 1)**

**LOCUTOR:** Hoje, está sendo servido: Strogonoff de carne, batata sauté, acelga e tomate. A opção vegetariana é panqueca de legumes e de sobremesa gelatina. Lembramos que o cardápio está sujeito a alterações. Bom apetite!

**SOBE BG E FADE OUT****(SLOGAN RÁDIO)****(VINHETA QUADRO 2)**

**LOCUTOR (Adri):** E aí Sérgio! Quais são as notícias da UFPR de hoje?

**LOCUTOR (Sérgio):** Oi Adri! Temos muita informação por aqui:

**LOCUTOR:** Atenção alunos que se inscreveram para o PROVAR na modalidade reopção de curso. Estão sendo realizadas nessa semana as provas específicas para os cursos de Arquitetura e Urbanismo, Design Gráfico, Design de Produto e Geologia. O resultado final para todos os cursos

será divulgado no dia vinte de novembro.

**SOBE E DESCE BG**

**LOCUTOR:** Vem coisa boa por aí! A Embaixada do Brasil em Moscou discute apoio e parcerias com a UFPR em vários campos do conhecimento. Em encontro na Rússia, o reitor Zaki Akel Sobrinho foi comunicado que existe a possibilidade de parcerias nas áreas de cultura, esporte e intercâmbio acadêmico com universidades russas.

**SOBE E DESCE BG**

**LOCUTOR:** UFPR vai abrir vagas para receber refugiados universitários. A iniciativa surgiu em função do grande número de vagas ociosas, ou seja, vagas de alunos que abandonaram seus cursos. Os estudantes refugiados vão passar por processo de seleção e terão de comprovar que já cursam nível superior em seus países de origem.

**SOBE E DESCE BG**

**LOCUTOR:** UFPR revalida diplomas estrangeiros entre os dias três e trinta de novembro. Os interessados em revalidar o diploma de graduação obtido em instituições estrangeiras devem solicitar o procedimento nas secretarias e coordenações dos cursos ou nos setores dos cursos vinculados, conforme o caso. O período para reavaliação de diplomas vai do dia três à trinta de novembro.

**LOCUTOR (Sérgio):** Por hoje é isso Adri. Bom almoço pra vocês e até amanhã!

**LOCUTOR (Adri):** Obrigada Sergio. Até!

**SOBE BG E FADE OUT**

**(VINHETA DE PASSAGEM)**

**LOCUTOR:** Ouça agora Ellie Goulding, Love Me Like You Do

**ENTRA MÚSICA: Ellie Goulding - Love Me Like You Do**

**(SLOGAN RÁDIO - CARIMBO)**

**(VINHETA QUADRO 3)**

**LOCUTOR:** Atenção alunos que precisam de horas formativas! Acontece esse mês o terceiro festival de cinema iberoamericano - comédias. Os filmes serão transmitidos nos dias quatro, onze e dezoito de novembro no auditório do sept, às dezessete horas. Participe!

**SOBE E DESCE BG**

**LOCUTOR:** Nos dias dez, onze e doze de novembro vai ser realizada a primeira jornada acadêmica do curso de comunicação institucional. Serão oito convidados das áreas de assessoria de imprensa, eventos, fotografia, e muito mais. Pra você que curte mídias sociais, a Prefs e Humans of Curitiba estarão presentes! As palestras serão entre os dias dez e doze de novembro, das oito ao meio-dia no auditório do SEPT. Os participantes vão receber certificados de participação valendo horas formativas. Mais informações na página do curso de Tecnologia em Comunicação Institucional no Facebook.

**SOBE E DESCE BG**

**LOCUTOR:** A Empresa Junior do curso de Geografia e o Clube da Sustentabilidade e Meio Ambiente da UFPR vão realizar entre os dias nove e quatorze de novembro a segunda semana da sustentabilidade. O evento será no centro politécnico e terá como principais temas: energia, gestão de água e mudanças climáticas. Para mais informações acesse o site da ProGeo.

**SOBE E DESCE BG**

**LOCUTOR:** E atenção: lembramos que hoje é o último dia para se inscrever no curso de organização pedagógica na educação à distância, promovido pela Coordenação de Políticas de Formação de Professores. O curso terá início no dia nove de novembro e será ofertado através da plataforma Moodle. As inscrições serão feitas online, no blog da COPEFOR. Corram porque as vagas são limitadas!

**(SLOGAN RÁDIO)**

**(VINHETA QUADRO 4)**

**LOCUTOR:** O milk-shake dessa edição traz uma série de curiosidades e conexões do mundo da música pra você! O ano era mil novecentos e oitenta e três, e a banda Barão Vermelho e seu rebelde vocalista Cazuzza lançavam o primeiro e um de seus maiores sucessos Pro Dia Nascer Feliz.

**ENTRA MÚSICA: Barão Vermelho - Pro Dia Nascer Feliz**

**(SLOGAN RÁDIO - CARIMBO)**

**LOCUTOR:** Essa foi Pro Dia Nascer Feliz, lançada em mil novecentos e oitenta e três. Nesse mesmo ano, a banda de rock Red Hot Chilli Peppers era formada, tornando-se referência no cenário musical e atraindo uma legião de fãs. Um de seus principais sucessos é a canção By The Way, que você escuta agora!

**ENTRA MÚSICA: Red Hot Chilli Peppers - By The Way**

**(SLOGAN RÁDIO - CARIMBO)**

**LOCUTOR:** Em dois mil e onze, os malucos do “red hot” se apresentaram no

Rock In Rio para mais de cem mil espectadores, no mesmo dia, a banda escocesa Snow Patrol emocionou o público brasileiro com o hit Open Your Eyes.

**ENTRA MÚSICA: Snow Patrol - Open Your Eyes**

**(VINHETA DE PASSAGEM)**

**(VINHETA QUADRO 5)**

**LOCUTOR:** O ônibus intercampi um passará daqui a pouco, à uma e meia no portão um.

**(TRILHA DE ENCERRAMENTO DO QUADRO 5)**

**LOCUTOR:** Esse foi o Salada Mista de hoje. Obrigada pela sua companhia! Espero você amanhã, a partir das onze horas, com mais música e informação. Tchau!

**(VINHETA DE ABERTURA)**

#### **CRÉDITOS**

**LOCUTOR:** A Rádio Salada Mista é um projeto de áudio institucional resultante do Trabalho de Conclusão de Curso para o curso de Tecnologia em Comunicação Institucional da Universidade Federal do Paraná. Uma produção dos alunos Ana Beatriz Magno Baduy, Kauane da Silva Rosa e Lucas Jessé Oberst Correia, sob orientação da professora Flávia Besspalhok. Locução: Sérgio Prestes, Adriana Neves, Monique Vilela, Marcelo Ortiz e Felipe Dalke.

Gravado nos estúdios da Rádio Banda B e da Rádio Mundo Livre.  
Universidade Federal do Paraná. Novembro de 2015

## APÊNDICE 4 – LOGO RÁDIO SALADA MISTA

