



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
CURSO DE JORNALISMO

ANA VITÓRIA DE OLIVEIRA MARQUES

**A RÁDIO UNIVERSITÁRIA FM COMO UM MODELO POSSÍVEL DE
RADIODIFUSÃO PÚBLICA: UM ESTUDO DE CASO**

FORTALEZA
2023

ANA VITÓRIA DE OLIVEIRA MARQUES

A RÁDIO UNIVERSITÁRIA FM COMO UM MODELO POSSÍVEL DE
RADIODIFUSÃO PÚBLICA: UM ESTUDO DE CASO

Trabalho de conclusão de curso
apresentado para a obtenção do título de
bacharel no Curso de Jornalismo do
Instituto de Cultura e Arte da
Universidade Federal do Ceará.

Orientador: Prof. Dr. Diógenes Lycarião
Barreto de Sousa

FORTALEZA

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Sistema de Bibliotecas

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

M315r Marques, Ana Vitória de Oliveira.

A Rádio Universitária FM como um modelo possível de radiodifusão pública : um estudo de caso / Ana Vitória de Oliveira Marques. – 2023.
105 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de Cultura e Arte, Curso de Comunicação Social (Jornalismo), Fortaleza, 2023.

Orientação: Prof. Dr. Diógenes Lycarião Barreto de Sousa.

1. Radiodifusão pública. 2. Rádio Universitária FM. 3. Comunicação pública. 4. Rádio educativa. I. Título.

CDD 070.4

ANA VITÓRIA DE OLIVEIRA MARQUES

A RÁDIO UNIVERSITÁRIA FM COMO UM MODELO POSSÍVEL DE
RADIODIFUSÃO PÚBLICA: UM ESTUDO DE CASO

Trabalho de conclusão de curso
apresentado para a obtenção do título de
bacharel no Curso de Jornalismo do
Instituto de Cultura e Arte da
Universidade Federal do Ceará.

Aprovado em 30/06/2023

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Diógenes Lycarião Barreto de Sousa (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Me. Raimundo Nonato de Lima (Membro)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof.^a Dra. Helena Martins do Rêgo Barreto (Membro)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

A Deus.

À vovó Augusta (*in memoriam*).

AGRADECIMENTOS

A Deus, meu agradecimento por ser meu guia e a razão de toda essa jornada, por ter me conduzido até o jornalismo e ter me sustentado neste caminho, principalmente quando eu imaginei que não seria capaz ou que não estava no lugar certo. Muito obrigada pela orientação, pela amizade, pela companhia nas madrugadas de fim de semestre, pela luz nos momentos obscuros e nas vezes em que me senti em um beco sem saída, e por me ajudar a me encontrar nesta área.

A minha família, por serem meu apoio e maiores incentivadores. Aos meus pais, Marcelo Raniele e Vanerça, pelo amor, carinho e parceria, por me ensinarem que a justiça deve sempre ser perseguida, que as minhas raízes devem sempre andar comigo, e que o caráter nunca pode ser deixado para trás, por desde cedo me incentivarem a buscar o conhecimento e usar as ferramentas que eu tinha ao meu favor e sempre me ensinarem que essa é maior herança que eu posso ter.

Papai, muito obrigada por ser porto seguro e presente na minha vida, por ser meu fã n° 1, por participar das lives e oficinas que conduzi e pelas dicas durante esse caminho!

Mamãe, muito obrigada por ser luz em momentos de desespero e caos, pela palavra amiga na hora certa, pela sua existência em minha vida! Agradeço especialmente pela ideia de estudar a Rádio Universitária FM.

Valessa, irmã, muito obrigada por ser minha melhor amiga, por ser alegria em momentos de estresse e tristeza, pelos memes, piadas e companhia, e por ver em mim um potencial quando nem eu mesma enxergava. Você foi o melhor presente da minha vida!

Tia Rosa e tia Valeska, obrigada por serem amigas e exemplos para mim, pela torcida em todos os momentos, pelas dicas e sugestões e pela força que sempre me deram. Vocês são uma inspiração para mim!

Queria deixar registrado um agradecimento mais que especial a Vovó Augusta de Oliveira (*in memoriam*), que partiu meses antes de eu concluir este trabalho e não pode acompanhar a realização de um sonho que era nosso. Vovó, essa conquista também é sua, espero honrar o legado que você deixou de dedicação à educação e de amor ao próximo. Obrigada pela sua presença durante esses meus 21 anos!

Agradeço também a oportunidade de estudar em uma universidade pública federal de qualidade. Estudar na UFC não é só um privilégio, mas a realização de um grande sonho da minha vida. Grata a todos os professores do Curso de Jornalismo pelos aprendizados, por apresentarem um novo mundo relacionado à pesquisa e à extensão e por ampliarem meus horizontes para sempre ver além do que está posto, buscando sempre ter o olhar crítico.

Em especial, meu muito obrigada ao Prof. Diógenes Lycarião, por ter me apresentado pela primeira vez a comunicação pública e a radiodifusão pública, por ter me conduzido aos estudos da comunicação política e por ter aceitado o desafio de me orientar neste TCC. Muito obrigada também ao Prof. Nonato Lima pelas conversas sobre comunicação pública, que ultrapassaram horas, e por ter estado disponível para tirar dúvidas sobre a Rádio Universitária FM.

A todos os amigos e colegas de faculdade, obrigada pela parceria nesses anos de jornalismo, por compartilharem a construção de trabalhos, e por dividirem as dores, frustrações e momentos de alegria!

Esses agradecimentos fecham uma jornada acadêmica que começou há quatro anos, mas que é resultado de uma trajetória estudantil muito mais antiga e que não deve parar por aqui. Muitas pessoas fazem parte dessa história e sem elas eu não poderia chegar até onde estou. A todos, citados neste trabalho ou não, meu muito obrigada!

“O termômetro que mede a democracia numa sociedade é o mesmo que mede a participação dos cidadãos na comunicação” (Herbert de Souza, Betinho).

A defesa da radiodifusão pública é a defesa de mecanismos para que ela ocorra de fato, visando a equidade de parâmetros para que as discussões na esfera pública ocorram equilibradamente (Ivana Sonegheti de Mingo, 2021, p.49).

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo compreender a Rádio Universitária FM 107,9 (RUFM), a partir do seu regimento e das legislações que a amparam, assim como pela sua programação, analisando em que medida ela se encaixa nos parâmetros da radiodifusão pública e promove os princípios da comunicação pública. Visa também entender a RUFM enquanto emissora educativa, observando onde ela se encaixa no espectro radiofônico. Tem como base os conceitos de radiodifusão pública estabelecidos pela UNESCO (2001), pelo artigo 221 da Constituição Federal de 1988 e pela Lei nº 11.652/2008, de criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC); e de comunicação pública, construídos pelo pesquisador francês Pierre Zémor e pelos brasileiros Jorge Duarte, Elizabeth Brandão, Eugênio Bucci, Maria Helena Weber, Nélia Del Bianco e Heloísa Matos. Para a realização dos objetivos supracitados, a pesquisa tem como proposta de metodologia a revisão bibliográfica e o estudo de caso, tendo como referência a metodologia desenvolvida em De Mingo (2021). Como resultados, a partir do olhar para a programação sob os aspectos da produção de conteúdo e da participação social, foi observado que a atuação da RUFM converge com os parâmetros de radiodifusão pública, uma vez que apresenta uma programação musical, jornalística e educativa diversa, plural e que valoriza a diversidade nacional e a cultura regional, e conta com a colaboração da comunidade nos processos de construção dos programas. Informações essas que podem ser demonstradas pelas 45 produções mapeadas que podem ser divididas em programas musicais, jornalísticos e de divulgação científica/cultura/variedades, os quais trazem reflexões, informações, entrevistas e debates sobre os temas em questão, e são segmentadas para diferentes públicos. Além disso, pelo menos 17 contam com a colaboração de pessoas de fora do quadro de funcionários do veículo. Salienta-se também que foram identificados aspectos que fragilizam o caráter público, como tentativas recentes de intervenção na programação e de desmonte do veículo (O POVO, 2022; BRASIL DE FATO, 2022), e princípios e características regimentais que permitem uma participação apenas parcial da sociedade civil.

Palavras-chave: radiodifusão pública; Rádio Universitária FM; comunicação pública; rádio educativa.

ABSTRACT

This paper aims to understand the Radio Universitária FM 107.9 (RUFM), from its charter and the laws that support it, as well as by its programming, analyzing to what extent it fits the parameters of public broadcasting and promotes the principles of public communication. It also aims to understand the RUFM as an educational and public broadcaster, noting where it fits in the radio spectrum. It is based on the concepts of public broadcasting established by UNESCO (2001), by Article 221 of the 1988 Federal Constitution and by Law 11652/2008, which created the Empresa Brasil de Comunicação (EBC); and of public communication, as constructed by the French researcher Pierre Zémor and by Brazilians Jorge Duarte, Elizabeth Brandão, Eugênio Bucci, Maria Helena Weber, Nélia Del Bianco and Heloísa Matos. In order to achieve the aforementioned objectives, the research has as its methodology proposal the bibliographical review and the case study, having as reference the methodology developed in De Mingo (2021). As a result, looking at the programming under the aspects of content production and social participation, it was observed that the performance of RUFM converges with the parameters of public broadcasting, since it presents a musical, journalistic and educational programming diverse, plural and that values the national diversity and regional culture, and relies on the collaboration of the community in the processes of building programs. This information can be demonstrated by the 45 mapped productions that can be divided into musical, journalistic, and scientific/cultural/variety programs, which bring reflections, information, interviews, and debates about the themes in question, and are segmented for different audiences. In addition, at least 17 count with the collaboration of people outside the vehicle's staff. It is also noteworthy that aspects that weaken the public character were identified, such as recent attempts of intervention in the programming and dismantling of the vehicle (O POVO, 2022; BRASIL DE FATO, 2022), and regulatory principles and characteristics that allow only partial participation of civil society.

Keywords: public broadcasting; Rádio Universitária FM; public communication; educational radio.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Semelhança entre rádios educativas e públicas	53
Quadro 2 - Diferenças entre rádios educativas e públicas	54
Quadro 3 - Diferenças entre emissoras públicas e estatais	57
Quadro 4 - Categorias de análises	60
Quadro 5 - Publicidade na Rádio Universitária FM	73

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 COMUNICAÇÃO PÚBLICA: UM CONCEITO EM CONSTRUÇÃO	17
2.1 A Comunicação Pública na perspectiva mundial	18
2.2 A Comunicação Pública no Brasil: o foco no cidadão e a informação para cidadania	22
3 RADIODIFUSÃO PÚBLICA	27
3.1 A Unesco e o fomento à radiodifusão pública no mundo	31
3.1.1 <i>Nomic e o Relatório MacBride</i>	31
3.1.2 <i>Public Broadcasting. Why? How? - um marco para a radiodifusão pública</i>	33
3.2 A radiodifusão pública no Brasil: história e principais legislações	38
3.2.1 <i>A radiodifusão educativa no Brasil</i>	42
3.2.2 <i>A criação da Radiobrás</i>	45
3.2.3 <i>EBC: da criação ao desmonte</i>	46
3.3 Diferenças conceituais e de legislações entre as nomenclaturas de rádio	51
3.3.1 <i>Rádios Educativas x Rádios Públicas</i>	52
3.3.2 <i>Rádios Universitárias</i>	54
3.3.3 <i>Rádios Públicas x Rádios Estatais</i>	55
4 A RÁDIO UNIVERSITÁRIA FM COMO UMA EXPERIÊNCIA POSSÍVEL DE RADIODIFUSÃO PÚBLICA	58
4.1 Aspectos Metodológicos	58
4.2 Contexto e história da Rádio Universitária FM	64
4.3 Informações apuradas, análise e resultados	69
4.3.1 <i>Produção de Conteúdo</i>	69
4.3.2 <i>Participação Social</i>	74
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	78
REFERÊNCIAS	83
APÊNDICE A - PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO UNIVERSITÁRIA FM	90
APÊNDICE B - PUBLICIDADE NA RÁDIO UNIVERSITÁRIA FM	99
ANEXO A - REGIMENTO INTERNO DA RÁDIO UNIVERSITÁRIA FM	101

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca compreender a Rádio Universitária FM 107,9, a partir do seu regimento e das legislações que a amparam, assim como pela sua programação, enquanto rádio educativa e pública, analisando em que medida ela se encaixa nos parâmetros da radiodifusão pública e promove os princípios da comunicação pública.

Temos como base os conceitos de radiodifusão pública (UNESCO, 2001); de comunicação pública, construídos pelo pesquisador francês Pierre Zémor e pelos brasileiros Jorge Duarte, Elizabeth Brandão, Eugênio Bucci, Maria Helena Weber, Nélia Del Bianco e Heloísa Matos; a Lei nº 11.652/2008, de criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), e o artigo 221 da Constituição Federal.

A escolha do tema para a pesquisa se dá pela relação de proximidade com o objeto pesquisado, a Rádio Universitária FM, sobretudo por ver na emissora a possibilidade de construção de uma comunicação realmente pública, que atenda as demandas da sociedade e que permita a participação dela nos processos de produção e acompanhamento dos trabalhos/investimentos realizados no veículo.

Também, pela possibilidade de compreensão da democracia e da radiodifusão pública através da rádio, meio que foi condenado à extinção após as evoluções tecnológicas vindas depois da sua criação, sobretudo as digitais. Contudo, segundo dados do Inside Rádio 2022¹, que é um estudo anual da Kantar IBOPE Media sobre o consumo de rádio no país, o rádio é ouvido por 83% da população brasileira tendo em vista as 13 regiões pesquisadas regularmente pela empresa. A Instituição também revela que três a cada cinco ouvintes escutam rádio todos os dias.

Ainda, segundo pesquisa XP/IPESP², de 2019, é o meio com maior credibilidade junto à população, alcançando 64% de aprovação frente a 61% da TV e jornal. Tais dados demonstram a forte relevância do rádio para os cidadãos brasileiros, como um dos principais meios de acesso à informação e tendo como

¹ Acesso em 9 de jun. de 2023:

<https://www.terra.com.br/noticias/radio-se-mantem-forte-como-meio-de-midia-aponta-pesquisa.1da31f5116fd858624902388f946dbb2jjqdu58b.html>

² Acesso em 9 de jun. de 2023:

<https://sindiradio.org.br/noticias/item/radio-e-o-meio-com-maior-credibilidade-junto-a-populacao-segundo-pesquisa-xp-ipesp.html>

uma das características o alcance a regiões mais afastadas dos grandes centros, seja pelas transmissões tradicionais ou pelo streaming.

Para além disso, a temática emerge também diante do atual cenário vivido no Brasil, em que o Estado Democrático de Direito foi colocado em xeque, muitas vezes, por medidas que fogem à ordem constitucional, sobretudo capitaneadas pelo então presidente Jair Bolsonaro (Gestão 2019-2022).

Discutir a comunicação pública e os processos que a circundam torna-se ainda mais urgente para se pensar caminhos para uma sociedade mais justa, democrática e em que os seus integrantes tenham a possibilidade de desenvolverem uma cidadania ativa.

De acordo com Weber e Locatelli, “em um Estado democrático, a comunicação política desenvolvida por instituições públicas, atores sociais e políticos deve ser regida pelo interesse público e ter poder para mobilizar, viabilizar e respeitar a opinião pública. Significa dizer que a comunicação pública é um dos principais indicadores de qualidade das democracias ” (WEBER, LOCATELLI, 2022, p. 142).

A democratização dos meios entra nessa equação como forma de garantir o direito à comunicação, que abrange o direito à informação, de opinião e de expressão, os quais constam explicitamente na Declaração Universal dos Direitos Humanos. Mas esse direito é ainda mais amplo, pois trata das políticas de comunicação, dos processos de regulamentação e da produção de conteúdos midiáticos responsáveis e de qualidade, promovendo mudanças na cadeia de produção da comunicação social.

Vale salientar que uma mídia democratizada é o fator fundamental para a realização dos direitos políticos na contemporaneidade, sendo uma definidora do espaço público e propiciando a luta pelas representações e garantias de direitos de diferentes dimensões. Nesse sentido, a democratização da comunicação se relaciona diretamente com as três dimensões clássicas da cidadania: civil, política e social.

Maria Helena Weber defende que a perspectiva democrática da comunicação deve ser garantida e viabilizada pelo Estado, podendo ser promovida na esfera pública “engendrada pela sociedade e os diferentes públicos que a constituem”, (WEBER, 2017, p. 42). Jonas Valente aponta a ação do Estado como fundamental,

pois “sem ela, apenas os grupos com condições econômicas poderão falar e se colocar na esfera pública”, (VALENTE, 2013, p. 18).

Em outras palavras, sem direitos não há como superar as desigualdades existentes em nossa sociedade. E sem as condições para participar do debate público e da disputa política, não há como proteger os direitos existentes, muito menos, lutar por novos (VALENTE, 2013. p.20).

Nesse contexto, a radiodifusão pública surge como um caminho que pode atender essas demandas e possibilitar a ampliação de um espaço mais democrático e de visibilidade a vozes historicamente periféricas na centralidade do debate público. Como defende o professor José Marques de Melo (2005) quando afirma que somente com a mobilização de uma infraestrutura que garanta condições de liberdade, de discussão e disputa na esfera pública que a democracia será atingida.

No estudo Democracy and Public Service Media (EBU/2021), desenvolvido pela Media Intelligence Service da European Broadcasting Union, são trazidas algumas informações sobre a relação do serviço público de comunicação (PSM em inglês) e o fortalecimento das democracias na Europa. Como resultado, os dados demonstraram que quanto mais consolidados e de maior audiência forem os PSM, menos os cidadãos estão propensos a pensar na liderança autoritária como uma boa forma de governar seu país. Isso porque, de acordo com a pesquisa, o PSM pode fornecer aos cidadãos uma diversidade de pontos de vista, incluindo aqueles que diferem de suas próprias crenças, servindo como um antídoto para forte partidarismo e polarização na sociedade.

A Rádio Universitária FM apresenta-se historicamente como uma rádio pública e que trabalha em cima desses princípios. Por isso, torna-se um caso a ser estudado do ponto de vista prático e analisado em relação à sua satisfação das expectativas normativas estabelecidas na literatura acadêmica e no aparato institucional-legal brasileiro.

Diante do exposto, esta pesquisa se volta para a seguinte questão problema: em que medida os princípios da radiodifusão pública estabelecidos pela Unesco, pelo artigo 221 da CF/1988 e pela Lei nº 11.652/2008 são aplicados na programação da Rádio Universitária FM?

O foco na programação se dá por ser o aspecto mais visível para o cidadão de todo o trabalho desenvolvido dentro das emissoras, sendo o resultado de vários fatores que se refletem nesse produto final, como gestão, independência

administrativa, financeira e editorial, transparência, entre outros. É na programação também que podemos visualizar processos como a produção de conteúdo e aspectos da participação social.

Ademais, dentre os elementos apontados nos estudos como necessários para caracterizar a radiodifusão como pública, a programação é a que guarda maior proximidade com as funções desempenhadas pelos jornalistas – que são pauta, produção, redação, reportagem e edição – e marca mais fortemente uma posição de resistência ao poder político (FREITAS, 2017).

A partir disso, temos como objetivos específicos analisar a legislação acerca das rádios educativas e da radiodifusão pública e entender como a Rádio Universitária FM se encaixa nesses conceitos; analisar a programação da Rádio Universitária FM e identificar em que medida elas cumprem os princípios da radiodifusão pública; e mapear o processo de tomada de decisão que levam à formação da programação da rádio.

A análise sobre a programação teve como referência a metodologia desenvolvida por uma outra autora, Ivana Sonegheti de Mingo, na dissertação dela, em que ela estabeleceu categorias de análise para analisar as Rádios Estatais ligadas ao Poder Executivo no Brasil. A pesquisadora teve como base o eixo teórico-metodológico da Economia Política da Comunicação, a partir de uma análise dialética e histórica.

Adaptamos essas categorias à nossa análise e adotamos a categoria Produção de Conteúdo e Participação Social, definindo quais dados devem ser coletados para a análise de cada um dos itens (ver subtópico 4.1 Aspectos Metodológicos). Estabelecemos também como recorte temporal para a observação a programação do mês de maio de 2023. Para levantamento de informações sobre o contexto e o histórico da RUFM, realizamos uma revisão bibliográfica e documental.

Como resultados, percebemos que em muitos aspectos a atuação da emissora converge com os parâmetros de radiodifusão pública tidos como base, tendo sido identificadas uma diversidade e pluralidade de temáticas trabalhadas nos programas, além da participação da comunidade na construção deles. Isso pode ser demonstrado nas 45 produções mapeadas, das quais 30 foram identificadas como programas musicais, 8 jornalísticos e 10 de divulgação científica/cultura/variedades. Três delas se encaixaram em mais de um tipo. Observamos uma segmentação por

gêneros, ritmos, estilos, origens e épocas, além disso, vimos que os programas trazem reflexões, informações, entrevistas e debates sobre os temas em questão, investindo em parcerias e convênios para a produção deles com diferentes setores da sociedade. Na participação social, do recorte de 41 produções analisadas nesta categoria, pelo menos 17 contam com a colaboração de pessoas de fora do quadro de funcionários do veículo.

Um grande destaque também foi o tempo destinado à publicidade não-comercial na programação, em que, a partir do recorte realizado, dia 22 de maio de 2023, identificamos a veiculação de 53 minutos e 14 segundos de publicidade, dos quais 28 minutos e 50 segundos foram destinados a conteúdos jornalísticos e educativos, ou seja, mais da metade do tempo de intervalos.

Apesar disso, é preciso apontar algumas questões que fragilizam o caráter público da emissora. Entre eles, o recente processo enfrentado pela RUFM de tentativas de intervenção na programação e de desmonte do veículo, caracterizados por exigências de mudanças pelo então presidente da FCPC, entre elas a proibição da realização de análises políticas no programa de debate Rádio Livre e a interrupção da veiculação de músicas de matriz africanas (O POVO, 2022; BRASIL DE FATO, 2022).

Na participação social, vimos que os princípios e características regimentais não favorecem esse aspecto, permitindo uma participação parcial da sociedade civil, um ponto que se ressalta nesse aspecto é que o Conselho de Programação não está instituído e nem possui atuação, como previsto no Regimento Interno da RUFM.

Para o melhor desenvolvimento do estudo, este TCC é dividido em três capítulos. No primeiro, a proposta é apresentar as principais abordagens da Comunicação Pública, isto é, as que aparecem com mais frequência na revisão bibliográfica, e delinear a perspectiva que esta pesquisa deve tomar como parâmetro.

No segundo capítulo, abordaremos a radiodifusão pública, desde o seus primórdios, passando por como ela é vista no mundo e no Brasil, quais as principais correntes desenvolvidas e observadas na revisão bibliográfica e nas experiências de diversos países. Além disso, traremos o conceito construído pela Unesco, a legislação brasileira no que se refere ao tema e as diferenças entre definições que, em muitos casos, se confundem quando trabalhamos as concessões de canais de

rádio e comparamos com as nomenclaturas adotadas pela Constituição de 1988 e pelos órgãos reguladores.

Já no terceiro e último capítulo, realizamos a análise da Rádio Universitária FM 107,9 como uma experiência possível de radiodifusão pública, a partir do olhar para a programação, a produção de conteúdo e a participação social. Nele, traremos os aspectos metodológicos trabalhados, o histórico da Universitária FM, apresentando aspectos do regimento interno e das legislações que regem a emissora.

2 COMUNICAÇÃO PÚBLICA: UM CONCEITO EM CONSTRUÇÃO

Ainda um conceito em construção, a Comunicação Pública (CP) tem sido objeto de pesquisa e tema de discussão entre muitos autores, no Brasil e em outros países. Diz-se “em construção” já que não existe um consenso entre todos os pesquisadores em um sentido unívoco e de claro contorno.

Como afirma a jornalista e professora universitária Elizabeth Brandão (2009), quando diz que a expressão “Comunicação Pública” vem sendo usada com vários significados, muitas vezes conflitantes, dependendo do país, do autor e do contexto.

O termo também é apresentado de forma abrangente, englobando não só as entidades públicas, mas em alguns casos, o terceiro setor e a própria iniciativa privada, dependendo da atuação.

A doutora em comunicação e professora Margarida Kunsch (2012, p.17) converge com essa concepção ao afirmar que a CP figura como um conceito complexo do qual se pode extrair “múltiplas abordagens teóricas e reflexões sobre sua prática nas diferentes perspectivas do campo comunicacional”.

O ex-presidente da Radiobrás e professor da Escola de Comunicação e Arte (ECA) da Universidade de São Paulo (USP), Eugênio Bucci, ao tentar apresentar um possível caminho na busca do conceito de CP, apresenta uma perspectiva não só acadêmica, mas do uso prático do termo na comunicação brasileira. Para ele, a expressão se apresenta como curinga no “jogo de cartas marcadas do clientelismo nacional”, de tal modo que pode se referir a qualquer mensagem do governo, ou melhor, a favor do governo. “Propagandas pagas com verba estatal em veículos comerciais cabem aí dentro. O mais desabrido proselitismo partidário também (BUCCI, 2014, p.39).

Quando se refere aos estudos acadêmicos, Bucci pontua que mesmo na universidade o significado ainda é nebuloso e multívoco, em que se classificam como CP ora a simples participação do Estado, independente do tipo de conteúdo, ora tudo o que tiver como pauta um tema comunitário ou social, desde que não tenha finalidade de lucro.

Apesar das divergências entre as diferentes linhas de pesquisa, um pensamento se apresenta como denominador comum: a defesa do interesse público e o foco de toda ação comunicativa no cidadão, não em um processo unilateral de transmissão de informações, mas numa perspectiva de construção da cidadania.

Jorge Duarte (2009) defende que o papel da comunicação pública está associado ao esforço de melhorar a vida das pessoas pela Comunicação.

Comunicação Pública coloca a centralidade do processo de comunicação no cidadão, não apenas por meio da garantia do direito à informação e à expressão, mas também do diálogo, do respeito a suas características e necessidades, do estímulo à participação ativa, racional e corresponsável (DUARTE, 2009, p. 61).

Brandão também aponta como ponto comum o entendimento de que a CP “diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para construir a cidadania” (BRANDÃO, 2009, p. 9).

Tendo isso em vista, a proposta deste capítulo é apresentar as principais abordagens, isto é, as que aparecem com mais frequência na revisão bibliográfica, da CP e delinear um caminho pelo qual esta pesquisa deve tomar como parâmetro.

2.1 A Comunicação Pública na perspectiva mundial

Em sua pesquisa que busca delinear um conceito, entre os múltiplos significados e acepções que a CP assume em diferentes lugares, a professora Elizabeth Brandão (2009) destaca cinco áreas diferentes de conhecimento e atividade profissional identificadas nas pesquisas dela: Comunicação Organizacional; Comunicação Científica; Comunicação do Estado e/ou Governamental; Comunicação Política; e Comunicação da Sociedade Civil Organizada.

Na perspectiva mundial, o nome que se destaca ao tentar delinear o conceito de comunicação pública é o francês Pierre Zèmor, autor que influenciou fortemente a perspectiva brasileira (BRANDÃO, 2009).

O autor, na construção do seu pensamento, se inspira na democracia deliberativa de Jürgen Habermas ao compreender a Comunicação Pública como um processo que promove a participação efetiva dos cidadãos nas decisões públicas. A expectativa atribuída à prática da CP é que ela alimente o conhecimento cívico, facilite a ação pública e garanta o debate público (MAZOCCO, 2022).

Zémor diz que a legitimidade do interesse geral é o que define a CP, apresentando essa perspectiva do interesse coletivo e colocando o Estado e as repartições públicas como centrais em sua concepção.

Primeiramente, compreendamos o que é a comunicação pública. É a troca e o compartilhamento de informações de utilidade pública ou de compromissos de interesses gerais. Ela contribui para a conservação dos laços sociais. A responsabilidade disso compete às instituições públicas; ou seja, às administrações do Estado, aos serviços de coletividades territoriais, aos estabelecimentos, empresas, organismos encarregados de cumprir uma missão de interesse coletivo (ZÉMOR, 2009, p.189).

Para ele, em geral, a comunicação pública é realizada por instituições públicas, aproximando o conceito ao de comunicação estatal, no sentido da prestação de serviço pelo Estado, diferenciando-a, então, da comunicação de governo ou política.

É nesse sentido que o pesquisador afirma que as finalidades da comunicação pública não podem ser dissociadas daquelas inerentes às instituições públicas, as quais têm como funções: informar, o que significa levar conhecimento e prestar contas à sociedade; ouvir as demandas, expectativas, interrogações e o debate público; contribuir para assegurar a relação social no intuito de gerar sentimento de pertencer ao coletivo, tomada de consciência do cidadão enquanto ator social; acompanhar as mudanças, sejam as comportamentais como as da organização social (ZÉMOR, 1995, p.5).

Ele estabelece também cinco categorias da CP de acordo com sua missão: a obrigação das instituições públicas em comunicar com seu público; estabelecer a relação e o diálogo de forma a executar o papel que cabe às instituições públicas; promover cada um dos serviços oferecidos pelo poder público; tornar conhecidas as instituições; e realizar campanhas de informação e de comunicação de interesse geral. É importante salientar que Zémor destaca o cidadão não como um receptor passivo e “cliente-cidadão”, na metáfora da empresa privada no serviço público, mas como um decisor legítimo das ações públicas e foco da ação comunicativa.

Marina Koçouski (2012) afirma que outros autores internacionais também se destacam nos estudos de Comunicação Pública, entre eles o colombiano Juan Camilo Jaramillo López (2003, 2010a, 2010b; López et al., 2004) e o italiano Paolo Mancini (1996/2002[2008]).

Jaramillo López, assim como Zémor, compreende o conceito alinhado às noções habermasianas de esfera pública, ação comunicativa e deliberação. Ele entende que a CP é resultado da relação que existe entre a comunicação e a política, em que o público é aquilo que é de todos e que a política é tida como a arte de construir consensos (López, 2003, p.1).

De acordo com Koçouski (2012), sua perspectiva parte de uma ideia de mobilização social. Além disso, deixa claro que a comunicação pública possui como pilares essenciais característicos de seu espectro a causa pública, os princípios democráticos e o interesse público, como apresenta Margarida Kunsch (2012).

Diante disso, na percepção de Jaramillo López, para que a comunicação seja realmente considerada pública, há duas condições:

- Que resulte de sujeitos coletivos, ainda que estejam representados ou se expressem por meio de indivíduos;
- Que esteja referida à construção do que é público. Portanto, é uma comunicação inclusiva e participativa, cuja vocação não poderia estar a serviço da manipulação de vontades ou da eliminação da individualidade, característica da comunicação fascista. Trata-se de uma comunicação eminentemente democrática, pela profundidade de sua natureza e por vocação (LÓPEZ, 2011, p.64-65).

Como proposta geral de um conceito para Comunicação Pública, Jaramillo López, apresenta que é aquela em que se dá na esfera pública seja: para construir bens públicos (política), para incidir na agenda pública (midiática), para fazer a comunicação das entidades do Estado com a sociedade (estatal), para construir sentido compartilhado ao interior da organização (organizacional), ou como resultado das interações próprias dos movimentos sociais (da vida social) (LÓPEZ, 2009, p. 255).

Para ele ainda, a CP abarca cinco dimensões, quando entendida sob a abordagem da constituição de esferas públicas de debate e formação de opinião pública: política (construção de bens públicos e propostas políticas); midiática (ocorre nos cenários dos meios de comunicação, principalmente, quando é orientada para a gestão da informação e a criação de agenda pública); estatal (comunicação governo e sociedade); organizacional (dentro desses espaços circulam mensagens e interesses configurando uma esfera pública particular); vida social e âmbitos comunicacionais do cotidiano (interações comunicativas

espontâneas ou não, de movimentos e organizações sociais, nos quais interagem grupos ou coletividades e lançam-se propostas de interesse público e coletivo). (LÓPEZ, 2011, p. 65)

Uma outra concepção é a do italiano Paolo Mancini (2008), o qual entende que o conceito atual de CP se insere em um contexto no qual ganha força a ideia de que a informação é um direito de cidadania. O pesquisador define a CP a partir de três dimensões inter-relacionadas: os promotores ou emissores; a finalidade e o objeto.

Os promotores ou emissores da comunicação pública podem ser organizações públicas, privadas ou semipúblicas. Segundo Koçouski (2012), essa classificação não se dá estritamente pela natureza jurídica, mas também pela combinação desta com o campo de intervenção das organizações.

Mariângela Furlan Haswani (2017) diz que essa percepção de Mancini (2008) abre um horizonte teórico abrangente para a Comunicação Pública, permitindo centenas de derivações que vão das ações organizacionais privadas às decisões do poder estatal constituído, avançando três poderes e três níveis estabelecidos na Constituição Federal de 1988.

No que se refere à finalidade, Mancini aponta como a dimensão que mais delimita o campo da CP: a comunicação não deve ser orientada para o alcance de uma vantagem econômica imediata, como a venda de produtos ou a troca para fins comerciais.

O objeto figura como a última dimensão que delimita o campo: que seriam os negócios de interesse geral ou *public affairs*. O pesquisador explica que os interesses gerais são aqueles que dizem respeito à comunidade como um todo, que produzem efeitos, antes de tudo, sobre as interações entre os diversos subsistemas sociais nos quais a comunidade se articula e, mais adiante, sobre as esferas privadas consequentemente envolvidas (MANCINI, 2008, apud KOÇOUSKI, 2012, p. 82).

Paolo Mancini propõe a análise da comunicação pública a partir de duas taxionomias diferentes. Entre elas, uma sugere o intercruzamento entre promotores/emissores, finalidade e objeto. Dessa forma, pode-se distinguir três tipologias diferentes de análise:

a) a comunicação de instituição pública – aquela realizada por organizações que são unicamente públicas e que têm por objeto a sua atividade;

- b) a comunicação política, que apresenta os argumentos controversos de interesse geral sob os quais existem pontos de vista contrastantes;
- c) a comunicação ou publicidade social – realizada por instituições públicas, semipúblicas ou privadas, principalmente organizações não governamentais (ONGs) e instituições de caridade.

Segundo Mancini, o campo da CP afirma-se, portanto, a partir de três diferentes raízes, tendo em vista que a publicidade não pode mais ser assegurada apenas pela informação jornalística, como foi nos decênios passados, dependendo cada vez mais da comunicação de outras organizações.

2.2 A Comunicação Pública no Brasil: o foco no cidadão e a informação para cidadania

Segundo Koçouski (2012), o conceito de Comunicação Pública é algo muito recente, que começou a ser discutido por volta dos anos 80, sobretudo na Europa.

No Brasil, assim como no mundo, o termo e o campo de estudos da CP também é recente, tendo na bibliografia, considerada escassa pela pesquisadora, autores nacionais que se destacam, desde meados da década de 1990, em estudos sobre o tema, como: Elizabeth Pazito Brandão (2009), Heloiza Matos (2009), Jorge Duarte (2009), Maria José da Costa Oliveira (2004); Eugênio Bucci (2008); Luiz Martins da Silva (2010) e Mariângela Furlan Haswani (2010).

Heloiza Matos (2009) relaciona o surgimento do termo Comunicação Pública no Brasil com a implantação da radiodifusão, na década de 1920, em contraste com o setor privado, e Elizabeth Brandão (2009) reforça que os contornos de Comunicação Pública atrelado à cidadania ganhou forças no Brasil a partir do Governo Lula (Luiz Inácio Lula da Silva – 2003 a 2010), entre outras coisas, com a criação de cursos para os técnicos atuantes nessa área no Governo, a proposição da criação da função de Gestor da Comunicação Pública e de uma Política Nacional de Comunicação.

Armando Medeiros e Lilian Chirnev (2021, p.8), na publicação Guia de Comunicação Pública, da Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABCPública), pontuam que a CP ganhou relevância, especialmente, após a redemocratização do País, considerando como marco histórico a primeira eleição direta em 1989 e o fim do regime militar.

Koçouski (2012) destaca ainda como fatores cruciais para o interesse despertado pelo campo de pesquisa nos meios acadêmicos, a Constituição Federal de 1988, que foi responsável por garantir legalmente a liberdade de imprensa, a liberdade de expressão e a divulgação e transparência dos atos de governo.

Como dito anteriormente, a principal referência nos estudos brasileiros de Comunicação Pública é o resumo de *La communication publique* (1995[2005]), de Pierre Zémor. Tanto que, para Brandão (2009), o conceito discutido no Brasil não difere muito do que já foi formulado por Zémor.

Desse modo, podemos dizer que o conceito no Brasil segue a lógica voltada, principalmente, para a comunicação de interesse público realizada por órgãos ou instituições públicas, ainda que alguns acadêmicos defendam a amplitude dessa emissão. Mazocco (2022) diz que as discussões vêm fortalecendo essa conceituação, buscando adequações, sobretudo “quando se trata da relação com a democracia deliberativa e com a esfera pública de Habermas”.

Em sua tese de doutorado, Mariângela Haswani (2010) analisa a comunicação pública em três grandes âmbitos, a partir da sumarização das percepções de vários autores estudados por ela:

- Comunicação da instituição pública – que abrange a comunicação institucional para promoção da imagem, a publicidade e a comunicação normativa;
- Comunicação política – que se ocupa do sistema político, particularmente dos partidos políticos e da composição eleitoral;
- Comunicação social – caracterizado pela presença de atores estatais ou privados “envolvidos em questões de interesse recíproco, quer na obtenção de vantagens particulares e organizacionais, quer na consecução de ações afeitas fundamentalmente à sociedade como ente coletivo” (Haswani, 2010, p.146, apud KUNSCH, 2012, p.19).

Vemos nesta concepção trazida por Haswani a presença de outros atores na CP além das instituições públicas, como diz Maria José da Costa Oliveira. Para ela, a CP é um conceito mais amplo, cuja realização se dá “não só por governos, como também por empresas, Terceiro Setor e sociedade em geral” (2004, p.187).

Isso se dá também pela compreensão de que a Comunicação Pública é realizada por meio da participação da sociedade civil, como um processo multilateral, tendo como pilares fundamentais a cidadania, o diálogo e política

deliberativa de Habermas, como destaca Mazocco (2022). Mas veremos mais dessa percepção a seguir.

Jorge Duarte (2007, 2009) descreveu a CP inicialmente como uma evolução da comunicação governamental, distinguindo-a da comunicação de governo (DUARTE, 2009).

Essa distinção é uma preocupação dos pesquisadores quando tratam do termo. Eugênio Bucci também afirma que a CP é uma ferramenta que deve estar a serviço dos cidadãos, não dos governantes (2014, p.68). Além disso, diante da dificuldade de definir o que ela é e deveria ser, muitos autores têm um cuidado em definir aquilo que ela não é (BRANDÃO, 2009), por exemplo, Medeiros e Chirnev (2021) a distinguem do marketing político e destacam que o propósito da CP é estimular a participação cidadã para garantir que as pessoas tenham acesso àquilo que têm direito.

Para que a comunicação seja considerada pública, Duarte (2009) explica que ela deve cumprir algumas exigências como: privilegiar o interesse público em relação ao interesse individual ou corporativo; centralizar o processo no cidadão; tratar comunicação como um processo mais amplo que informação; adaptação dos instrumentos às necessidades, possibilidades e interesses públicos; assumir a complexidade da comunicação, tratando-a como um todo uno (2009, p.59).

Bucci (2014) converge com Duarte e diz que o que separa o público do privado nessa matéria é a prevalência do interesse público, elencando algumas características essenciais para classificar uma comunicação como pública, entre elas, ser financiada por impostos e tributos pagos pela população, ou seja, o dinheiro deve sair do caixa do Governo e não pode promover determinada pessoa ou partido político, nem slogans e logotipos que remetem diretamente à determinada personalidade.

O autor apresenta um conceito para CP no livro O Estado de Narciso (2014) que, segundo ele, além de descritivo, é também um conceito prescritivo:

A comunicação pública se compõe de ações informativas, consultas de opinião e práticas de interlocução, em qualquer âmbito, postas em marcha por meio do emprego de recursos públicos, mediante processos decisórios transparentes, inclusivos e abertos ao acompanhamento, críticas e apelações da sociedade civil e à fiscalização regular dos órgãos de controle do Estado. Quanto às suas finalidades, a comunicação pública existe para promover o bem comum e o interesse público, sem incorrer, ainda que indiretamente, na promoção pessoal, partidária (do partido do governo),

religiosa ou econômica de qualquer pessoa, grupo, família, empresa, igreja ou outra associação privada (BUCCI, 2014, p.69).

Nesse caminho, Marina Koçouski (2012), após revisão bibliográfica, também apresenta a construção de uma proposta de conceito de sua autoria. A autora ressalta que a CP não é um modelo utópico, em substituição às demais formas comunicativas existentes, mas um campo definido de abrangência que apresenta como característica intrínseca a perspectiva ética do interesse público.

Comunicação pública é uma estratégia ou ação comunicativa que acontece quando o olhar é direcionado ao interesse público, a partir da responsabilidade que o agente tem (ou assume) de reconhecer e atender o direito dos cidadãos à informação e participação em assuntos relevantes à condição humana ou vida em sociedade. Ela tem como objetivos promover a cidadania e mobilizar o debate de questões afetas à coletividade, buscando alcançar, em estágios mais avançados, negociações e consensos (KOÇOUSKI, 2012, p. 92).

O ponto distintivo da Comunicação Pública e em comum nas concepções construídas no Brasil, além do interesse público, é o foco no cidadão e a informação para cidadania, tendo no diálogo o caminho de construção de uma comunicação plural, democrática e acessível a todos.

Como enuncia Eugênio Bucci (2014), o dever do Estado de informar apenas se consuma quando dados da gestão pública se tornam acessíveis aos cidadãos de modo fácil, compreensível, lógico e claro (2014, p.68).

No Guia de Comunicação Pública da ABCPública (2021) é destacada esta interface da CP, isto é, a de, na prática, se estruturar na tríade informação, diálogo e participação, colocando o cidadão no centro dos interesses públicos, para que saiba o que o governo está fazendo e possa ser ouvido nas decisões públicas, entram aqui questões como a transparência e o *accountability*.

De acordo com Fabrício Mazocco (2022), a participação é indispensável para o processo de construção da cidadania e os instrumentos que garantem esse processo são estratégicos para o desenvolvimento de um país. Nesse sentido, o diálogo promove a real e efetiva participação do cidadão também como emissor, alterando o tradicional modelo dos meios de massa tradicionais (emissor – meio – receptor), ou fluxos de informações unidirecionais, que privilegia os detentores dos meios.

Jorge Duarte (2011) defende que o Estado precisa deixar de tratar o cidadão como mero objeto receptor de mensagens, uma vez que a comunicação se realiza plenamente na perspectiva interativa e dialógica. Nesse sentido, deve reconhecê-lo como “sujeito da comunicação”, ou seja, com “capacidade de ser emissor, produtor de informações e agente ativo da interação” (DUARTE, 2011, p. 129).

Na mesma linha que Duarte, Heloísa Matos (2011) também afirma que a Comunicação Pública não pode ser reduzida a um processo unilateral e de mera transmissão, como o envio de informações para os governados pelos governantes, mas precisa ser refletida como processo político de interação, “no qual prevalecem a expressão e o diálogo” (MATOS, 2011, p. 45, apud SCROFERNEKER, GOMES, CIDADE, 2020).

“Essa percepção redutora está ligada à frequente ausência de espaços de interlocução entre as instituições e seus públicos, o que se agrava com o caráter manipulador de algumas ações de comunicação de certas instituições políticas” (MATOS, 2011, p. 44).

Essa ideia se aproxima da concepção de Paulo Freire (1983) quando ele se refere aos sujeitos como criativos, consciente de si mesmo e em interação perene com outros homens e com o mundo. Para ele, não há na comunicação sujeitos passivos.

A ideia de comunicação como diálogo de Paulo Freire se insere na perspectiva dialógica da comunicação pública, “em que os participantes do processo são ativos, há interesse por parte dos agentes na mensagem, interagindo pelo diálogo” (MAZOCCO, 2022).

Portanto, a perspectiva da comunicação pública adotada neste trabalho se volta para aquela que acontece na esfera pública, de acordo com o entendimento dos princípios da comunicação enquanto um serviço público empreendido em um Estado democrático. Tal percepção se ampara a partir da proposta de Maria Helena Weber (2017, p. 26), a qual enfatiza que a formulação do “que que viria a ser comunicação pública foi feita a partir das obrigações do Estado de estabelecer este tipo de comunicação”.

3 RADIODIFUSÃO PÚBLICA

Neste capítulo abordaremos a radiodifusão pública, desde o seus primórdios, passando por como ela é vista no mundo e no Brasil, quais as principais correntes desenvolvidas e observadas na revisão bibliográfica e nas experiências de diversos países.

O objetivo é apresentar os parâmetros norteadores deste trabalho, como o conceito construído pela Unesco, a legislação brasileira no que se refere ao tema e as diferenças entre conceitos que, em muitos casos, se confundem quando trabalhamos as concessões de canais de rádio e comparamos com as nomenclaturas adotadas pela Constituição de 1988 e pelos órgãos reguladores.

A radiodifusão trata da transmissão de sons e imagens por meio de ondas eletromagnéticas e por ser um bem limitado, no Brasil, o espectro eletromagnético foi requisitado como público pelo Estado.

No mundo, assim como na legislação brasileira, muitos países possuem regulações acerca das concessões para iniciativas privadas, como mostra o levantamento realizado pelo Coletivo Intervezes, que resultou no livro *Sistemas públicos de comunicação no mundo: a experiência de doze países e o caso brasileiro* (2009).

Isso acontece, entre outras coisas, pela compreensão de que a utilização desse espectro para a comunicação é um bem público. A radiodifusão é vista, portanto, como um serviço público, o que remete ao conjunto de serviços considerados básicos, como saúde, educação ou segurança, em que o provimento é de responsabilidade do Estado (MIOLA, 2009).

Para o pesquisador da Economia Política da Comunicação Cesar Bolaño, “a falta de uma regulamentação dos direitos do telespectador acaba dando munição aos defensores da manutenção do capitalismo selvagem em matéria de comunicação no país” (BOLAÑO, 2001, p. 77), o que vai de encontro ao direito à comunicação.

Edna Miola (2009), em sua dissertação de mestrado, explica que, como público, deve ter por característica fundamental a obrigação da universalidade de acesso e a prerrogativa de cobrança de taxas pelos serviços prestados.

A autora destaca também que o conceito de radiodifusão pública ou *public service broadcasting* origina-se na Europa Ocidental e parte da ideia da

“radiodifusão como instrumento importante para a democracia, devendo ser, portanto, preservada dos interesses econômicos e das influências dos governantes” (MIOLA, 2009, p.17).

O pesquisador Jonas Valente (2009) pontua que a radiodifusão pública não é um fenômeno novo e data do início da década de 20 do século passado, apesar disso, não há um entendimento consolidado sobre aquilo que define a natureza dos sistemas públicos.

"Em outros países, embora predomine a lógica de um “sistema”, a expressão original adotada é “public service” broadcasting ou a aplicação resumida de public broadcasting", (VALENTE, 2009, p.25)

De acordo com Del Bianco, Esch e Moreira (2012), os serviços de radiodifusão públicos sempre tiveram papel essencial na sociedade democrática por oferecerem acesso à informação, à diversidade e à identidade cultural, além de mecanismos que busquem a participação dos cidadãos no debate público.

Defendem ainda que eles funcionam no sistema de mídia como complementares aos serviços comerciais, “satisfazendo as necessidades de informação e os interesses aos quais o mercado não chega a responder” (DEL BIANCO, ESCH, MOREIRA, 2012, p. 156).

Quando falamos de radiodifusão pública, os primórdios e as possibilidades de conceituação dela, duas correntes de pensamentos se destacam: a tradição europeia e a tradição norte-americana.

De forma resumida, as diversas características dos modelos, conforme as atribuições estatais, podem ser divididas em duas categorias gerais: os que têm serviço prestado pelo estado direta ou indiretamente, como é o caso do modelo europeu de serviço público (public service broadcasting), e os que têm serviço prestado pela iniciativa privada, em que se encaixa o caso norte-americano, por exemplo (SANTOS; SILVEIRA, 2007, p. 60 apud MIOLA, 2009, p. 16).

Tanto Miola (2009) quanto Del Bianco, Esch e Moreira (2012) ressaltam que as duas perspectivas estão pautadas pelas visões sobre a relação do cidadão com o Estado e as funções que este deve desempenhar para aquele, definindo o papel dele na produção de políticas para a comunicação.

Na perspectiva europeia, o surgimento da própria radiodifusão está vinculado aos aparatos governamentais e várias emissoras de rádio e televisão foram criadas como entidades públicas estatais em seus países, como a RAI (Radiotelevisione

Italiana), na Itália, e a Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Deutschlands (ARD), na Alemanha.

A visão europeia de radiodifusão e do adjetivo "público" tem suas raízes, segundo Del Bianco, Esch e Moreira (2012), no desenvolvimento de teorias políticas, com destaque na Europa continental e de influência francesa, que buscaram explicar o funcionamento e a estruturação do Estado e o seu papel no processo de organização e controle social. A ideia é que estas entidades foram criadas como instituições que operaram e operam dentro da estrutura administrativa estatal.

No desenvolvimento dessas idéias ao longo da história, a construção do sentido do que é público passou necessariamente pela idéia de que o Estado, como instituição de poder dominante, tem como uma de suas principais tarefas zelar pelo atendimento das necessidades do cidadão, função que por si só também o legitima como instância e espaço de decisão e controle aceita pela própria população. (DEL BIANCO, ESCH E MOREIRA, 2012, p.158-159)

No modelo norte-americano de radiodifusão pública, a presença das instituições governamentais não foi e não é considerada, necessariamente, um elemento caracterizador da prestação de serviço ao conjunto de cidadãos para ser visto como público.

Isso se deve ao contexto histórico do país em que a interação entre as liberdades sociais e o poder estatal se desenvolveram de forma distinta da Europa Continental, assim, a comunicação recebeu o tratamento de outros serviços públicos (DEL BIANCO, ESCH E MOREIRA, 2012). Se destacam nessa corrente a garantia da liberdade de expressão assegurada pela Primeira Emenda constitucional.

Nesse sistema, as entidades governamentais passam muito mais a ser mediadoras, assim, coube ao Estado “manejar o caos no ar acarretado pelo grande número de emissoras e, por outro lado, garantir a multiplicidade de fontes e proteger a opinião pública, instrumentos do controle democrático” (SANTOS; SILVEIRA, 2007, p. 61, apud MIOLA, 2009, p. 16).

Aplicou-se o conceito de interesse público como forma de reduzir a possibilidade de censura da comissão [Federal Communications Commission] e ser uma espécie de norma, um mecanismo de seleção dos licenciados (SANTOS; SILVEIRA, 2007, apud MIOLA, 2009).

Nessa perspectiva anglo-saxônica, o que define serviço público é muito mais a “índole” da necessidade e muito menos a pessoa ou ente jurídico que a satisfaça. Nesse contexto, pode haver serviço público mesmo quando for prestado por entidades privadas, desde que oferecido sob regras definidas pela autoridade pública e que essa prestação atenda plenamente o interesse do público (DEL BIANCO, ESCH; MOREIRA, 2012, p. 159).

Valente (2009) faz uma contextualização do que ele chamou de “mídia pública” e mapeia seis concepções que foram observadas: a elitista; a educativa; a pública não-estatal; a pública como alternativa à mídia comercial; a culturalista; e aparelhos de Estado.

No que se refere à América Latina (AL), diferentemente da Europa, em que as iniciativas de radiodifusão estão vinculadas aos aparatos governamentais, a radiodifusão surge aliada aos meios comerciais e são consideradas relativamente recentes, o que se reflete hoje na forte tradição histórica de concentração midiática entre oligopólios familiares, como aponta Del Bianco, Esch e Moreira (2013).

Na maioria dos países do subcontinente, rádios e TVs sob controle de governos, universidades e fundações públicas, financiadas com recursos do Estado, ainda não alcançaram plenamente a qualificação de meios públicos que sirvam como exemplo de pluralismo para os outros meios, de incentivo ao debate ou de uma produção jornalística independente. A condição de origem dessas emissoras, em parte, explica a dependência organizacional e financeira de governos para sua sustentabilidade. (DEL BIANCO, ESCH, MOREIRA, 2012, p. 159-160)

O sistema de radiodifusão não comercial na AL se estruturou com base em duas vertentes:

- a) associado à noção de educativo e cultural, que teve início entre as décadas de 1920 e 1930 quando surgiram as primeiras emissoras de rádio que ofereciam programas de ensino e aprendizagem que pudessem reduzir o analfabetismo e elevar o nível educacional da população; e
- 2) vinculado à agenda governamental e estatal, que teve origem em 1940 com a criação das chamadas “rádios nacionais”. Ao longo do tempo, foram convertidas em porta-vozes de governos, sendo usadas, em muitos casos, como meio para atingir fins políticos e/ou promover autoridades governamentais.

A seguir, apresentaremos o conceito de radiodifusão pública trazido pela Unesco a partir do relatório *Public Broadcasting: Why? How?* (2001), o qual é um dos parâmetros que norteiam este trabalho e a análise da Rádio Universitária FM.

3.1 A Unesco e o fomento à radiodifusão pública no mundo

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) é a agência da Organização das Nações Unidas (ONU) voltada à promoção da Educação, das Ciências Naturais, das Ciências Humanas e Sociais, da Cultura e da Comunicação e Informação.

Criada no pós Segunda Guerra Mundial, a Unesco surgiu com o objetivo de ser uma organização que incorporasse uma genuína cultura de paz, estabelecendo a “solidariedade intelectual e moral da humanidade”, de acordo com os países que participaram da Conferência das Nações Unidas para o estabelecimento de uma organização educacional e cultural (ECO/CONF), quando a iniciativa foi efetivamente estabelecida, e, assim, impedir a eclosão de outra guerra mundial.

A Unesco figura como uma organização protagonista na busca por uma comunicação livre, independente e mais democrática, defendendo desde os seus primórdios como uma prioridade o livre fluxo de informações e a liberdade de imprensa. Tem entre os seus objetivos para a área a promoção da liberdade de expressão, da independência e do pluralismo da mídia.

Ao longo dos anos, a instituição vem fomentando o desenvolvimento de sistemas públicos de radiodifusão no mundo todo, partindo da concepção de que eles são fundamentais na consolidação de regimes democráticos e mais justos (UNESCO, 2001).

3.1.1 Nomic e o Relatório MacBride

Mas até chegar na publicação da cartilha *Public Broadcasting. Why? How?* (2001) no início do século XXI e, posteriormente, de outros que versam sobre a temática, em parceria com pesquisadores da área (UNESCO, 2006; MENDEL, 2011; BUCCI, CHIARETTI, FIORINI, 2012), toda uma trajetória de discussões, de fora da própria instituição, acerca dos fluxos informacionais pelo mundo foi percorrida, sobretudo dos países considerados do Sul Global ou em desenvolvimento.

Até por volta da década de 1940, os meios de comunicação, no Reino Unido e Estados Unidos, por exemplo, eram vistos como ferramentas de controle da opinião pública no contexto de guerra, sendo primordiais na garantia da soberania e

identidade nacional. Somente durante a Guerra Fria que os estudos críticos da comunicação e da defesa do acesso à informação como pilar para a democracia começaram a avançar (ARCHER, 1939; BRIGGS; BURKE, 2006; RABOY, 2016, apud DE MINGO, 2021).

Essa perspectiva ganha coro na América Latina, onde a mudança do olhar para as pesquisas e metodologias para o meio radiofônico ocorreu nos anos 1950 e 1960. Essa discussão que denunciava a dominação midiática do imperialismo cultural americano sobre os países em desenvolvimento se consolida com o movimento para a criação da Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação (NOMIC), projeto que visava a reorganização dos fluxos globais de informação por meio de diversas ações de governo e do terceiro setor (GÓMEZ, 2010; DE MINGO, 2021).

De acordo com Maralice Magalhães de Freitas (2017), o olhar sobre a comunicação foi relegado a segundo plano nas primeiras décadas de atuação da Unesco, o que muda no final dos anos 1970, quando a organização começa a discutir a regulação internacional dos meios de comunicação.

Nesse período, as resoluções da instituição já defendiam mudanças no processo de comunicação que buscassem beneficiar os países do Terceiro Mundo, com foco na pluralidade de meios e conteúdos e respeito às diversidades culturais, deixando claro que apenas o desenvolvimento tecnológico não garantiriam democracia e sociedade mais justas e igualitárias (GOMES, 2007, apud FREITAS, 2017, p. 67,68).

Em 1977, a Unesco, em resposta aos anseios da Nomic, instituiu a Comissão Internacional para Estudos dos Problemas da Comunicação, com o objetivo de analisar, entre outras coisas, o desequilíbrio comunicacional entre os países desenvolvidos e os países em desenvolvimento. Três anos depois, em 1980, é publicado o relatório, financiado pela organização e coordenado por Sean MacBride, denominado “Many Voices, One World” (Um Mundo e Muitas Vozes).

O estudo apontou para o domínio e o controle do fluxo de informações que as potências ocidentais exerciam sobre as antigas colônias, chamando a atenção para a concentração dos meios de comunicação e a indústria cultural como principais obstáculos para a democratização da comunicação. Como resultado, o relatório traz a indicação de políticas nacionais de comunicação, a necessidade de regulação do setor e propõe o fortalecimento das mídias nacionais nos países pobres para evitar

a dependência de fontes externas. Nesse documento, de abrangência e relevância mundial, se delineou a comunicação como um dos Direitos Humanos pela primeira vez de forma clara e explícita. (GÓMEZ, 2010; FREITAS, 2017; DE MINGO, 2021)

Em resposta, a resolução foi aprovada, mas teve abstenção dos Estados Unidos e do Reino Unido, os quais condenaram o Relatório por considerarem uma “afrenta à liberdade de imprensa e à livre circulação de informações”. Pelo mesmo motivo, a Associação Internacional de Radiodifusão (AIR) e a Sociedade Interamericana de Prensa (SIP) também criticaram o documento. As duas nações se retiraram da Unesco em 1985 e, junto com elas, os recursos destinados à organização.

Devido a pressão e falta de apoio econômico, as propostas apresentadas no Relatório MacBride foram deixadas de lado e, nas décadas seguintes, a Unesco substituiu a Nomic por temas como democratização da comunicação, sociedade da informação e inclusão digital.

3.1.2 Public Broadcasting. Why? How? - um marco para a radiodifusão pública

Anos depois, em 2001, o Conselho Mundial de Rádio e Televisão da Unesco divulgou o documento “*Public Broadcasting. Why? How?*” (UNESCO, 2001). Nele, a instituição condensa e consolida discussões e publicações sobre o tema da radiodifusão pública e traz alguns parâmetros, elencando os princípios que deveriam nortear a organização, o financiamento e a programação de um sistema de radiodifusão pública, são eles: Universalidade, Diversidade, Independência e Diferenciação (ou distintividade).

Além disso, o relatório considera que a missão de uma emissora pública se assenta sobre três pilares: informação, educação e entretenimento, devendo reforçar a identidade nacional e fortalecer o sentimento de pertencimento dos cidadãos.

Nem comercial nem controlada pelo Estado, a única razão de ser da radiodifusão pública é o serviço público. É a organização de radiodifusão do público; ela fala a todos como cidadãos. As emissoras públicas incentivam o acesso e a participação na vida pública. Elas desenvolvem o conhecimento, ampliam os horizontes e permitem que as pessoas entendam melhor a si mesmas, compreendendo melhor o mundo e os outros. A radiodifusão pública é definida como um local de encontro onde todos os cidadãos são bem-vindos e considerados iguais. É uma ferramenta de informação e educação, acessível a todos e destinada a todos, independentemente de sua condição social ou econômica. Seu

mandato não se restringe à informação e ao desenvolvimento cultural - a radiodifusão pública também deve apelar para a imaginação e entreter. Mas ela faz isso com uma preocupação com a qualidade que a distingue da radiodifusão comercial. Por não estar sujeita aos ditames da lucratividade, a radiodifusão pública deve ser ousada e inovadora e assumir riscos. (UNESCO, 2001, p. 7, tradução nossa do original em inglês)

Ainda hoje, mais de duas décadas depois, o documento é considerado um marco e uma referência no processo de consolidação do que seria uma radiodifusão pública ideal, sendo apontado como um parâmetro por muitos autores da área de Comunicação Pública (CURADO, DEL BIANCO, 2014; FREITAS, 2017; DE MINGO, 2021).

Freitas (2017) aponta que a cartilha é o ponto pé para a construção de uma rede de discussões com o objetivo de apontar a importância da radiodifusão pública na sociedade democrática, embasando outras pesquisas, também financiadas pela UNESCO, e inspirando tentativas de formular conceitos sobre a missão de uma emissora pública. (FREITAS, 2017, p. 73-74)

O texto reconhece a existência dos três sistemas de exploração da radiodifusão (comercial, estatal e público), assim como tem na Constituição Federal de 1988 (BRASIL, 1988). Mas é importante destacar que o fato das emissoras sob responsabilidade direta do Poder Estatal desempenharem também um serviço público, no sentido de serem instituições públicas por natureza, não faz com que elas sejam automaticamente exemplos da radiodifusão pública por, muitas vezes, não cumprirem as qualidades essenciais do diálogo, da participação social e da representação da sociedade.

Os quatro princípios discutidos se relacionam diretamente com a promoção da cidadania e são condições para a construção de uma sociedade emancipada, protagonista e crítica, como defende o documento (UNESCO, 2001). A seguir, discutiremos mais a fundo sobre cada um deles:

1. Universalidade

A radiodifusão pública deve ser acessível a todos os cidadãos em todo o país. Trata-se de um objetivo profundamente igualitário e democrático, na medida em que coloca todos os cidadãos em pé de igualdade, independentemente do seu estatuto social ou rendimento. Ela força a emissora pública a se dirigir a toda a população e procurar ser "usada" pelo maior número possível de pessoas. Não significa que a radiodifusão pública deva tentar otimizar as suas notações em todos os momentos, como acontece com a radiodifusão comercial, mas sim que deve procurar tornar a

totalidade da sua programação acessível a toda a população. (UNESCO, 2001, p. 11, tradução nossa do original em inglês)

Nesse princípio, a ideia que a Unesco traz é que a programação deve ser universal, isto é, acessível a todos, tanto no sentido técnico, de conectividade e acesso à equipamentos, como na garantia de que todos possam compreendê-la e acompanhá-la.

Toby Mendel (2011) defende, entre outras coisas, que alcançar toda a população é um dever da RP, uma vez que é um serviço financiado por meio de recursos públicos e serve para garantir que o direito de saber do público seja igualmente cumprido ao longo de todo o território. O autor ressalta, por sua vez que a universalidade não significa padronização do conteúdo, visto que as emissoras públicas têm a obrigação “de prover serviços sob medida para diferentes regiões, de modo a garantir a disponibilidade de notícias locais e questões da atualidade na programação” (MENDEL, 2011, p. 7).

Nessa linha, Maralice Freitas (2017, p.77) contrasta e explica que esse princípio não tem como objetivo atingir o maior número de ouvintes estatística ou geograficamente, mas, sim, de promover e facilitar a compreensão da notícia e o posicionamento crítico da diversidade de públicos diante dos fatos.

A autora citou que essa característica de universalidade pode ser vista nas rádios universitárias, em que a programação deve cobrir maior parte da população, mas não só em números de ouvintes, como também em interesses, não se deixando levar por gostos particulares (Herrera Huérfano, 2001 apud FREITAS, 2017).

2. Diversidade

A radiodifusão pública deve refletir a diversidade dos interesses do público, oferecendo diferentes tipos de programas, desde noticiários até programas leves. Alguns programas podem ser destinados a apenas uma parte do público, cujas expectativas são variadas. No final, a radiodifusão pública deve chegar a todos, não por meio de cada programa, mas por meio de todos os programas e sua diversidade. Finalmente, por meio da diversidade dos assuntos discutidos, a radiodifusão pública também pode buscar responder aos variados interesses do público e, assim, refletir toda a gama de questões atuais da sociedade. (UNESCO, 2001, p. 12, tradução nossa do original em inglês)

Nesse quesito, a proposta é que o serviço da RP deve ter diversidade de gênero, público, e temas, refletindo a diversidade da população representada.

Entram nessa equação a pluralidade e a ideia habermasiana de esfera pública, em que se remonta um espaço que reúne uma maioria plural para discutir assuntos da coletividade, contribuindo para a formação da opinião pública (FREITAS, 2017).

Para a Unesco (2001), esse tópico está ligado à diversidade cultural e à liberdade de expressão, assim como com a democratização da informação, visto que uma das possibilidades para alcançar essa pluralidade é sair do ângulo oficial das notícias e buscar a presença de atores que não são normalmente ouvidos na grande mídia.

As rádios comunitárias e independentes, nesse contexto, são reconhecidas pela Unesco (2016) como um sinal de representação dos diferentes grupos e interesses da sociedade, sendo consideradas emissoras sensíveis aos anseios das comunidades a que servem. Em *Public Broadcasting: Why? How?* (UNESCO, 2001), a programação desse tipo de emissora é tida como coerente com o espírito da RP, contanto que elas não estejam ligadas a interesses particulares (religiosos, políticos etc) nem ao Estado, algo que ocorre bastante no Brasil, como demonstra o estudo Media Ownership Monitor (MOM)³, lançado em 2017 pelo Coletivo Intervezes e pelo Repórteres sem Fronteiras.

“As mídias comunitárias estimulam o diálogo aberto, a transparência local e dão voz àqueles que não podem se manifestar” (UNESCO, 2016, p. 27).

3. Independência

A radiodifusão pública é um fórum onde as ideias devem ser expressas livremente, onde circulam informações, opiniões e críticas. Isso só é possível se a independência - portanto, a liberdade - da radiodifusão pública for mantida contra pressões comerciais ou influência política. (UNESCO, 2001, p. 12, tradução nossa do original em inglês)

Um dos pontos considerados importantes para a estruturação e classificação de uma emissora como pública é a independência, tanto no que se refere à divulgação de ideias, quanto em termos de financiamento. É nesse princípio que conseguimos ver de forma mais evidente a premissa estabelecida pela Unesco sobre a RP: “Nem comercial nem controlada pelo Estado, a única razão de ser da radiodifusão pública é o serviço público” (UNESCO, 2001, p. 7, tradução nossa do original em inglês).

³ Acesso em 26 de abr. de 2023: <https://brazil.mom-gmr.org/br/>

A independência está ligada, entre outras coisas, com o grau de interferência governamental sobre a instituição, em que, quanto maior a distância da gestão do governo e do mercado, maior a autonomia da emissora. (REBOUÇAS; LALO, 2005, apud DE MINGO, 2021). A UNESCO (2001) defende que o princípio da independência deve estar assegurado por leis e mecanismos dispostos em documentos regimentais, o que seria uma forma de consolidar esse princípio.

Alguns autores trazem em suas pesquisas estudos sobre os tipos de independência e caminhos para a garantia dela.

Eugênio Bucci (2014), por exemplo, visualiza três vertentes interligadas e necessárias à ideia de autonomia e liberdade de expressão: independência financeira, independência administrativa e independência editorial.

Já Octavio Penna Pieranti (2018) descreve alguns dos mecanismos essenciais para a radiodifusão pública, entre eles, a complexidade na indicação dos dirigentes, o que significa incorporar diferentes atores ao processo de escolha, diminuindo a influência de grupos e correntes políticas específicas; instrumentos de controle social para a fiscalização, pela sociedade, das atividades desenvolvidas pelas emissoras; e fontes plurais de financiamento, de maneira que a diminuição dos recursos provenientes de uma origem não comprometa as atividades em curso (PIERANTI, 2018, p. 277).

Outras duas condições também são ressaltadas por Maralice Magalhães de Freitas (2017): o quadro de funcionários do veículo público ser composto por servidores públicos, os quais têm a seu favor a estabilidade no serviço e a lei que o conduz a agir conforme o princípio da supremacia do interesse público; e marcos regulatórios bem definidos, cuja a importância deles também é reconhecida em UNESCO (2016).

4. Diferenciação ou Distintividade

A diferenciação exige que o serviço oferecido pela radiodifusão pública se distinga de outros serviços de radiodifusão. Na programação de serviço público - na qualidade e no caráter particular de seus programas - o público deve ser capaz de identificar o que distingue esse serviço de outros serviços. Não se trata apenas de produzir o tipo de programa em que outros serviços não estão interessados, visando a públicos negligenciados por outros ou tratando de assuntos ignorados por outros. É uma questão de fazer as coisas de forma diferente, sem excluir nenhum gênero. Esse princípio deve levar as emissoras públicas a inovar, criar novos espaços, novos gêneros, marcar o ritmo no mundo audiovisual e puxar outras redes de transmissão em seu rastro. (UNESCO, 2001, p. 13, tradução nossa do original em inglês)

O princípio da distintividade diz respeito ao tipo de serviço oferecido pela emissora pública, o qual deve ser diferente dos outros no que se refere à qualidade e características da programação. Esses aspectos devem ser facilmente identificados pela audiência.

Diversos autores defendem a importância da radiodifusão pública se distinguir do que já está posto nas mídias comerciais, apresentando autenticidade, temas considerados marginais ou de baixo apelo do público, e trazendo a representação de audiências excluídas (UNESCO, 2001; MARTÍN-BARBERO, 2002; ZÉMOR, 2009; BUCCI, 2014).

De acordo com o antropólogo Jesús Martín-Barbero (2002), a possibilidade de oferecer alternativas de comunicação abertas às exigências culturais que não encontram espaço no mercado e se diferenciam do setor privado figura como uma justificativa para a manutenção de uma estrutura custosa aos cofres públicos ou, em sentido idealizado, financiada diretamente pelo povo.

Bucci (2014) defende que as emissoras públicas precisam buscar a sua identidade e deixar a sua marca, principalmente, devem contribuir para a emancipação da sociedade, não tendo o objetivo de alcançar números de audiência e de fidelidade do público, mas sim o de construir um público pensante, livre e autônomo. Para o autor, nesse processo é essencial a parceria entre os veículos e a sociedade, no qual o interesse do cidadão deve ser observado no momento da escolha e na execução da pauta, sendo necessário, portanto, a adoção de mecanismos de participação da audiência (BUCCI, 2014, p. 94)

O desafio da RP é explorar os “conteúdos marginalizados de forma atrativa e diferente, sem cair na tentação de copiar o que já deu certo em termos de audiência” (FREITAS, 2017, p. 85).

Entre outros aspectos apresentados pela cartilha está a questão do financiamento, mandatos e missões, como também o tipo de programação que cabe às emissoras públicas. Tais pontos não serão discutidos neste trabalho, uma vez que o objetivo dele é analisar a Rádio Universitária FM a partir da definição de RP proposta no relatório *Public Broadcasting: Why? How?* (UNESCO, 2001) sob a perspectiva dos quatro princípios apresentados.

3.2. A radiodifusão pública no Brasil: história e principais legislações

Neste subtópico, discutimos a radiodifusão pública no Brasil, tendo em vista seu início e principais marcos. Nosso objetivo não é fazer uma retrospectiva minuciosa de todas as datas e legislações, mas trazer um contexto geral que possa explicar o atual cenário e nos fazer compreender como a RP é vista e colocada em prática no País.

O conceito de radiodifusão pública é considerado relativamente recente no Brasil, aparecendo pela primeira vez com esse nome em matéria legislativa apenas na Constituição de 1988, no Artigo 223 quando é dito:

“Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal” (BRASIL, 1988).

Mas, para Octavio Pieranti (2018), o início da RP no País se confunde com a própria história do rádio. De acordo com ele, não se pode dizer que a RP tenha nascido no Brasil “com a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) em 2007. Nem tampouco com a menção à complementaridade dos sistemas estatal, público e privado na Constituição Federal de 1988” (PIERANTI, 2018, p. 119).

Valente (2009) é categórico ao dizer que o sistema de radiodifusão pública existe no Brasil apenas em termos formais, não tendo sido verdadeiramente consolidado, mesmo com a criação da EBC. Destaca também que a mídia pública é operada fora do conceito de sistema por ter uma legislação complexa e fragmentada que regula as plataformas de forma diferente entre si.

Esse pensamento converge com a ideia que Eugênio Bucci (2014) traz em seu livro *O Estado de Narciso*, em que ele diz que a comunicação pública no país não vai nada bem e que os “abusos que vêm ocorrendo na comunicação pública brasileira lesam os direitos de cada um dos cidadãos deste país e devem ser do conhecimento de todos” (BUCCI, 2014, p.15). Bucci, ex-presidente da Radiobrás, aponta uma série de desvios da área no Brasil, como também as fragilidades da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) que, para ele e para Pieranti (2018), apesar de ter sido criada em 2008 como uma nova legislação que regulamenta o que seria o serviço de radiodifusão pública explorado pelo Poder Executivo, continua reproduzindo o mesmo formato da antiga Radiobrás, que foi implantado no período ditatorial.

Ivana De Mingo (2021), ao abordar o início do rádio, explica que ele nasce no Brasil muito militarizado e limitante no que se refere ao uso e exploração para fins civis, tanto que concentrava as atividades relacionadas à incipiente radiodifusão nos ministérios da Guerra, da Marinha e de Viação e Obras Públicas. De Mingo traz a análise da professora Lia Calabre (2003), a qual diz que “na década de 1920, o governo brasileiro não se interessou em criar um sistema estatal de emissoras de rádio, deixando o caminho aberto para a iniciativa privada” (CALABRE, 2003, p.162). Destaca-se nesse período, portanto, o decreto nº3.296, de 1917, que declara serem de uso exclusivo do governo os serviços radiotelegráficos e radiotelefônicos; e o decreto nº16.657, de 1924, que regula esses serviços.

A radiodifusão pública brasileira, segundo Jonas Valente (2009), nasceu a partir de duas iniciativas distintas de veículos radiofônicos administrados pelo Estado: a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro e a Rádio Nacional do Rio de Janeiro.

A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro entra no ar pela primeira vez em 20 de abril de 1923. A iniciativa partiu dos educadores Edgard Roquette-Pinto e Henrique Morize e teve o patrocínio da Academia Brasileira de Ciências. (VALENTE, 2009; PELLEGRINI, 2017; SOUZA, DA LUZ, 2020; DE MINGO).

Apesar da inspiração elitista (AZEVEDO et al., 2009), Roquette-Pinto viu na radiofonia a possibilidade de ampliar e promover a educação e a cultura por todo o país, como uma ponte que unificaria o Brasil, tendo objetivos que eram similares aos da BBC britânica.

Em 1936, Roquette-Pinto doou a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro ao Governo Federal, com a condição de que fossem preservados os ideais de educação e cultura da emissora e que a vinculação administrativa do veículo fosse ao Ministério da Educação e Cultura. Nasce então a Rádio MEC e o embrião do sistema de radiodifusão educativa, antes mesmo de a legislação trazer essa dominação. Ainda hoje, a Rádio MEC mantém esses moldes de valorização da arte, sobretudo de músicas eruditas, e de divulgação científica.

A Rádio Nacional do Rio de Janeiro trouxe outra faceta para a radiodifusão, tendo sido criada pela Organizações Victor Costa e depois incorporada pelo governo de Getúlio Vargas em 1940. A emissora passou a ser uma peça fundamental da estratégia de fortalecimento das ferramentas de difusão ideológica do Estado Novo (VALENTE, 2009).

Vargas viu na comunicação a possibilidade de reafirmar a identidade nacional e ser um lugar de propaganda para o governo, tanto que fez investimentos para que a Rádio Nacional fosse protagonista e importante no País. “No início dos anos 1940, foi a principal emissora da América Latina e uma das cinco mais potentes do mundo (PINHEIRO, 2005, p.51, apud DE MINGO, 2021, p.5).

Além disso, durante a Era Vargas podemos elencar uma série de legislações para o setor: em 1931, Getúlio Vargas criou o Departamento Oficial de Propaganda (DOP) e o Governo Federal passou a regulamentar a radiodifusão no país, com o decreto nº 20.047, definindo o rádio como “serviço de interesse nacional e de finalidade educativa” (TAVARES, 1997, apud PELLEGRINI, 2017) e determinando que a regulação é “da exclusiva competência da União”; em 1934, foi criado o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC); em 1937, foi criado o Serviço de Radiodifusão Educativo, com a lei nº 378; além da criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), em 1939 (SOUZA, REGO, 2020; DE MINGO, 2021).

A Rádio Nacional dá início a esse aspecto estatal da radiodifusão muito próximo do poder político e essa influência se mantém até hoje na cultura da radiodifusão brasileira, sendo considerada um dos obstáculos para o avanço da mídia verdadeiramente pública no Brasil.

Como enuncia De Mingo (2021) em sua dissertação, duas grandes questões interferiram na prática da radiodifusão pública e na aplicação do seus princípios na história brasileira, de acordo com a revisão bibliográfica que ela fez: a primeira é justamente esse envolvimento que o governo manteve ao longo dos anos diretamente nas emissoras públicas, desde o seu desenvolvimento na Ditadura Vargas, se misturando com interesses governamentais; outro ponto é a falta de entendimento de uso da RP tanto para o uso governamental para atender aos princípios da transparência, quanto na produção de informação e conteúdos de qualidade sob a perspectiva de atender o interesse público, ou seja, a ideia é que toda forma de comunicação produzida pelo Estado não deve servir aos interesses privados ou institucionais, mas aos princípios da comunicação pública (BUCCI, 2008).

É importante ressaltar que apesar de ter sido de interesse governamental e ter sido financiada no seu início por meios públicos, a radiodifusão no Brasil foi construída como negócio por meio da iniciativa privada, a partir do modelo

norte-americano de outorgas, tanto que, em 1932, a publicidade foi logo regulamentada através do Decreto-Lei nº 21.111/32, o que gerou mudanças no tipo de programação das rádios que passaram a buscar um público cada vez maior e que atraísse patrocinadores.

Prevaleceu e ainda prevalece a exploração comercial do espectro eletromagnético e isso se traduz atualmente nos dados disponibilizados pela União: de acordo com o Ministério das Comunicações⁴, com dados da Anatel atualizados em 18 de maio de 2023, de todas as outorgas de radiodifusão e serviços ancilares, 24.955 correspondem a finalidades comerciais, frente a 3.572 públicas e 1.241 educativas.

3.2.1 A radiodifusão educativa no Brasil

Pode-se dizer, de acordo com Jonas Valente (2009), que a experiência de mídia pública no Brasil só vai ser retomada oficialmente na década de 1960 a partir do desenvolvimento da radiodifusão educativa.

Como dito anteriormente, o sistema de radiodifusão não comercial na AL como um todo se desenvolveu principalmente a partir dessa vertente, tendo em vista a necessidade de se qualificar a mão de obra em um país que passava por um rápido processo de industrialização.

Diferentemente de outros países, a criação desses veículos não ocorreu motivada pela demanda de transmissão de informação, cultura e entretenimento, uma vez que as TVs comerciais, em fase de consolidação nesse período, obtinham legitimidade no atendimento desse tipo de conteúdo. O principal motivador do surgimento de um conjunto de televisões públicas foi a demanda por educação em um país que experimentava uma industrialização acelerada, para qual havia carência de mão-de-obra qualificada em um cenário de crescimento do contingente populacional. Isso levou o governo militar a promover a criação das TVs educativas, o que se deu tanto por meio da regulamentação dessa modalidade de radiodifusão pelo Decreto-Lei nº. 236, de 1967, quanto pela criação, no mesmo ano, de um órgão voltado ao fomento de programação educativa, a Fundação Centro Brasileiro de TV Educativa (FCBTVE). (VALENTE, 2009, p. 270-271)

Mas antes desses textos legais, uma série de acontecimentos e iniciativas, inclusive de leis, também marcaram esse segmento e fizeram parte da sua

⁴ Acesso em 19/05/2023:

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiMjc5Y2RkZDMtZmVkOS00NGRkLTgzMzYtODIIZmQxNGI1YjFmIiwidCI6ImExMTlwMGVhLTNhYTctNDZhMy05M2UxLTcwYWU4ZmMxZWZmYyYySj9>

construção no Brasil. "Como vimos, o rádio educativo no Brasil surge com a instalação da primeira emissora de rádio no país" (PELLEGRINI, 2017, p. 235).

Já em 1941, a Rádio Nacional trouxe entre a sua programação de entretenimento o projeto "Universidade do Ar", experiência pioneira que fazia a transmissão de conhecimentos técnicos em cursos profissionalizantes por meio da teleducação. Seguindo nessa mesma linha, depois, entre 1957 e 1963, houve a disseminação do Sistema de Rádio Educativo Nacional (Sirena), que foi um sistema de ensino criado pelo Governo Federal em 1957 que tinha o objetivo de oferecer cursos básicos em forma de programas veiculados por emissoras espalhadas em todo o País (LOPES, 2011).

Nesse cenário, um grande marco para a radiodifusão brasileira em geral foi a Lei Federal nº4.117, de 1962, que instituiu o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), norma essa regulamentada pelo decreto nº 52.795 de 1963, o qual trata dos serviços de radiodifusão. Tanto este, quanto aquele permanecem em vigor, com alterações sofridas ao longo dos anos.

A lei de 1962 traz no seu artigo 34 que terão preferências nas concessões e autorizações as pessoas jurídicas de Direito Público Interno, incluindo as universidades. Além disso, a norma determina que independente da forma de exploração da outorga, as finalidades educativas e culturais devem ser respeitadas e devem estar presentes nos serviços de informação, divertimento, propaganda e publicidade (FREITAS, 2017; SOUZA, DA LUZ, 2020).

O decreto de 1963 segue a mesma linha, trazendo em seu artigo 3º que:

Os serviços de radiodifusão tem finalidade educativa e cultural, mesmo em seus aspectos informativo e recreativo, e são considerados de interesse nacional, sendo permitida, apenas, a exploração comercial dos mesmos, na medida em que não prejudique esse interesse e aquela finalidade. (BRASIL, 1963)

É neste decreto também que são apresentados de forma sucinta o que a legislação brasileira entendia por emissora com fins exclusivamente educativos. Mas, é somente em 1967, com o decreto nº 236, que complementa e modifica a Lei da CBT, que é falado especificamente sobre a radiodifusão educativa. Nele, é instituída a TV educativa de caráter não-comercial como a categoria de radiodifusão de sons e imagens voltada à divulgação de programas educacionais, aulas, debates, conferências e palestras. Ademais, estabelece que somente quem poderão

executar serviço de televisão educativa são a União, os Estados, Territórios e Municípios, as Universidades Brasileiras e as Fundações constituídas no Brasil, cujos Estatutos não contrariem o Código Brasileiro de Telecomunicações, vedando qualquer tipo direto ou indireto de publicidade ou patrocínio. (BRASIL, 1967; VALENTE; 2009; FREITAS, 2017).

Nesse período começou a ser criado todo um sistema de emissoras educativas comandadas pelo Governo Federal, na figura da FCBTVE, e pelos governos estaduais, entrando nesse processo também a criação das emissoras universitárias.

Segundo Jonas Valente (2009) quase todos os estados criaram a sua própria emissora, as quais ficavam subordinadas ao gabinete dos governadores e combinavam conteúdos educativos, culturais e jornalísticos.

Uma experiência que se destaca entre esses veículos estaduais é a TV Cultura, adquirida pelo estado de São Paulo em 1969 do grupo Diários e Emissoras Associados. Mantida pela Fundação Padre Anchieta, a emissora apresenta um projeto de independência e é controlada por um conselho nos moldes europeus. Em 2014, foi eleita a segunda TV mais bem avaliada do mundo, de acordo com o estudo *International Perceptions of TV Quality*⁵, realizado pela BBC.

O Governo Federal também passou a atuar como produtor de programas educativos e operador direto das emissoras na década de 1970, colocando no ar a TV Educativa do Rio de Janeiro (TVE RJ) em 1975, de forma experimental, e em 1977, de forma definitiva; é nesse cenário também que nasce a Empresa Brasileira de Radiodifusão (Radiobrás), a partir da lei 6.301, com o objetivo de explorar os serviços de rádio e tv do governo (veremos mais no subtópico a seguir).

Na década de 1980, houve “um passo importante para a consolidação da radiodifusão pública”, de acordo com Paulo Pellegrini (2017), a criação do Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa (Sinred) em 1983, como uma tentativa de integrar as diversas experiências pelo País. O objetivo era produzir intercâmbio de programas entre as emissoras.

Se a década de 1940 ficou conhecida como o momento de maior desenvolvimento do rádio comercial no Brasil, os anos 1980 podem ser considerados a “Era de Ouro das rádios educativas”. [...] Formado por emissoras estatais, educativas, culturais e universitárias, o SINRED surgiu

⁵ Acesso em 20/05/2023: <http://downloads.bbc.co.uk/mediacentre/international-research-data.pdf>

após a regulamentação da concessão de canais para emissoras de radiodifusão educativa que se espalharam por todo o território nacional, a partir de 1976. [...] O Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa funcionou até 1988 e deixou um legado que vai muito além do intercâmbio de conteúdos. Uma das primeiras estudiosas do rádio educativo brasileiro, Marlene Blois, diz que as produções veiculadas pelo SINRED eram um retrato vivo da cultura brasileira sendo levado via rádio e também via TV aos brasileiros. (AGÊNCIA BRASIL, 2022)⁶

3.2.2 A criação da Radiobrás

Na década de 1970, o cenário que estava posto era a de dezenas de emissoras educativas vinculadas a diferentes entes (União, estados, municípios ou universidade), mas sem uma coordenação unificada e centralizada entre elas (PIERANTI, 2018).

É nesse contexto, em meio à uma ditadura civil-militar, que a Radiobrás nasce na gestão do militar Ernesto Geisel e vinculada ao Ministério das Comunicações. A nova instituição era regida pela lei nº 6.301/1975 e organizada pelo decreto nº 77.698/1976 e tinha como objetivos, de acordo com o artigo 1º da Lei:

- Implantar e operar as emissoras, e explorar os serviços de radiodifusão do Governo Federal;
- Implantar e operar as suas próprias redes de Repetição e Retransmissão de Radiodifusão, explorando os respectivos serviços;
- Realizar difusão de programação educativa, produzida pelo órgão federal próprio, bem como produzir e difundir programação informativa e de recreação. (BRASIL, 1975)

A Radiobrás tinha, segundo Pieranti (2018), “uma rara oportunidade de organizar as estações vinculadas à União, planejar e potencializar sua atuação” (PIERANTI, 2018, p. 129). Em outras palavras, foi uma tentativa de centralização da radiodifusão pública que visava atender a demanda de dar publicidade, produzir e distribuir conteúdos informativos dos órgãos do governo, além de explorar comercialmente as emissoras. De acordo com o decreto de 1976, passaram a integrar a Radiobrás a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, Fundação Rádio Mauá e TV Rádio Nacional de Brasília.

⁶ Acesso em 20 de maio de 2023:

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/cultura/audio/2022-08/cem-anos-do-radio-no-brasil-o-sistema-de-radiodifusao-educativa>

Apesar de falarmos de radiodifusão pública no que se refere à Radiobrás, a verdade é que na prática ela já nasceu muito atrelada ao governo do momento, sendo também uma empresa pública comercial, em que a União era o acionista majoritário. Esses fatores impediam a independência da instituição, que tinha os presidentes indicados diretamente pelo chefe do executivo, além de ser vinculada a um ministério.

Com a desmobilização das políticas de teleeducação do projeto educativo militar, a abertura política pós-ditadura e a crise econômica brasileira, a Radiobrás começou o seu processo de decadência na década de 1980. O que começou a acontecer foi exatamente o contrário da missão pela qual a empresa tinha sido criada, muitas emissoras deixaram de funcionar, outras foram doadas ou colocadas à venda. As universidades públicas, por exemplo, receberam outorgas, mas não se subordinaram à Radiobrás, as fundações de direito privado implementaram emissoras e não se alinharam ao modelo de execução de um serviço de radiodifusão educativa, e em nível federal, a TVE do Rio de Janeiro e do Maranhão e a Rádio MEC não se vincularam à instituição também. O problema continuou com o decreto nº 95.955, de 1988, que autorizou a empresa a alienar 14 emissoras de rádio e uma de TV (PIERANTI, 2018).

Na prática, a Radiobrás tornou-se um receptáculo de emissoras pequenas, deficitárias, sem grandes projetos de programação e muito menos importantes que a imponente, porém fragilizada, Rádio Nacional. [...] Ainda que a iniciativa tenha sido importante, seu sucesso foi relativo: a Radiobrás tinha uma sólida tradição de comunicação governamental, não dispunha de previsão legal para mudar sua forma de atuação, não geria meios de comunicação nacionalmente importantes, não contava com mecanismos institucionalizados de participação social e era uma empresa frágil, do ponto de vista administrativo. (PIERANTI, 2018, p. 129, 137)

3.2.3 EBC: da criação ao desmonte

Até 2007, não se tinha nenhum texto legal que falasse especificamente sobre a radiodifusão pública e a definisse. Foi somente com a Constituição Federal de 1988 que se tem a primeira menção nesses termos, sendo um marco para a Comunicação Pública no Brasil (PIERANTI, 2018).

A CF/88 traz um texto inovador, nela foi dedicado um capítulo inteiro para a comunicação social, abrangendo os artigos 220 a 224. No artigo 221, tem-se princípios que, segundo Ivana De Mingo (2021), favorecem a RP, como a

preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; a promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação; e a regionalização da produção cultural, artística e jornalística (BRASIL, 1988).

É no artigo 223 que se estabelece que a concessão de outorgas deveria observar o princípio da complementaridade dos sistemas públicos, estatal e privado. Essa norma apresenta, então, um novo sistema que se diferencia tanto do privado quanto do estatal. Ainda, no artigo 224 o texto legal prevê a criação do Conselho de Comunicação Social.

O grande ponto é que esses artigos ainda hoje não foram regulamentados, deixando uma lacuna que permite a livre interpretação deles, como critica Eugênio Bucci (2014). O Conselho, por exemplo, apesar de criado, não teve uma atuação efetiva e que fizesse jus à missão de fiscalizar. Jonas Valente (2009) é ainda mais incisivo, para ele, o “conceito de sistema público permaneceu como letra morta na mais importante norma do país”, tendo no Brasil um modelo institucional das comunicações regulado pelo que ele chamou de “duas camadas”: a da Carta Magna, que prevê os sistemas; e o complexo plano de regulamentações dos serviços de radiodifusão construídos ao longo da história, que dividem as modalidades de outorgas em comercial, educativa e comunitária (VALENTE, 2009, p. 44).

Um aspecto muito importante que a pesquisadora De Mingo (2021) traz em sua dissertação é que não é só o capítulo da Comunicação Social que orienta os caminhos do que deva ser uma emissora pública, mas também o artigo 37 da Constituição, o qual traz os princípios que regem a administração pública e traz de no parágrafo 1º que a publicidade das atividades dos órgãos públicos deverão ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, reforçando também a impessoalidade que essa comunicação deve ter (BRASIL, 1988).

Já nos anos 2000, houve uma mudança nesse cenário que pode ser considerada a tentativa mais próxima de se estabelecer um sistema de radiodifusão pública, a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). “Embrião”, essa é a expressão que Valente (2009) usa para definir a criação dessa nova instituição no contexto da RP no Brasil que, até este momento, tinha experiências isoladas, representadas pelas emissoras de caráter não-comercial, como as TVs educativas e as governamentais. “Por conta dessa avaliação, o governo federal já anunciava que

o intuito da EBC era justamente tentar ser a “peça sistêmica”, o “conector” capaz de comandar, a partir da criação de novos meios (especialmente da TV Brasil)” (VALENTE, 2009, p. 308).

A EBC foi criada pela Medida Provisória 398 de 2007, a qual foi aprovada e transformada na lei nº 11.652 em 2008, que além de criar a EBC, institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta. De Mingo (2021) pontua que a criação da empresa foi resultado de “uma proposta de política pública construída por parte da sociedade visando a atender ao princípio da complementaridade, proposto no Artigo nº 223 da Constituição Federal de 1988” (DE MINGO, 2021, p. 171).

A nova instituição incorporou todo o patrimônio, estrutura, funcionários e serviços da Radiobrás, da Associação de Comunicação Educativa Roquette-Pinto (Acerp) e da Agência Brasil. Atualmente, após uma série de modificações na estrutura e ações de desmonte por gestões do Governo Federal, a EBC é responsável TV Brasil; pelas Rádios Nacional FM, Nacional de Brasília, Nacional do Rio de Janeiro, Nacional da Amazônia, Nacional do Alto Solimões, MEC FM, Rádio MEC; pela Agência Brasil; pela Radioagência Nacional; também pelos serviços governamentais TV NBR, pelo programa A Voz do Brasil e pela Rede Nacional de Rádios.

Octavio Pieranti (2018) explica que as finalidades da nova empresa iam muito além da tradicional radiodifusão educativa, já que incluía, por exemplo, o oferecimento de mecanismos para o debate público, o desenvolvimento da consciência crítica, o fomento à construção da cidadania, o apoio a processos de inclusão social e socialização da produção de conhecimento e o estímulo à interatividade (PIERANTI, 2018, p.138).

Esmiuçando um pouco mais sobre a Lei da EBC e a estrutura organizada inicialmente:

- no que se refere à autonomia em relação ao Governo Federal, foi estabelecido que o mandato do diretor-presidente seria de quatro anos não coincidente com o do mandatário do país;
- em relação à autonomia financeira foi criada a Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública, alimentada por meio do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações;

- no quesito da participação social, a norma trouxe a Ouvidoria, que se encarregava de realizar a crítica interna da programação, e o Conselho Curador, que devia ser formado por 22 membros, sendo 15 deles da sociedade civil;
- sobre o funcionamento, para cumprir a proposta como diversidade e pluralidade de conteúdos, e regionalização, a EBC deveria organizar parceria com as instituições públicas e estatais nos estados, criando uma Rede Nacional de Comunicação Pública (DE MINGO, 2021).

Na prática, foram observados alguns problemas para que esses pontos fossem efetivados, por exemplo, o presidente, o diretor-geral e os membros do Conselho Curador são indicados pelo presidente da República; a contribuição financeira que viria principalmente das empresas privadas não se consolidou plenamente, devido às disputas judiciais e cortes de recursos, deixando a empresa a depender dos repasses do Tesouro Nacional; além disso, a EBC foi vinculada à Secretaria de Comunicação Social do Governo Federal, que é órgão que está diretamente responsável pela assessoria de imprensa e propaganda oficial, no início, quando ainda era medida provisória, depois da lei, passou a fazer parte da Casa Civil (FREITAS, 2017; SOUZA, DA LUZ, 2020; DE MINGO, 2021).

Diante dessas questões, Eugênio Bucci (2014) pontua: : “não que esteja dia após dia sob as rédeas do poder, mas a Presidência da República tem, se quiser, meios para estrangê-la, pressioná-la e enquadrá-la” (BUCCI, 2014, p. 86).

Um outro tópico levantado por Azevedo et al. (2009, p. 308, apud DE MINGO, 2021, p.11) é que faltou à EBC um componente importante para a sua verdadeira legitimação, a aprovação social, “nenhum sistema público se consolidou de fato sem sustentar um bom nível de legitimação perante a sociedade civil” (AZEVEDO et al, 2009, p.308) .

Apesar das críticas, dos problemas apontados e dificuldades enfrentadas, diversos autores consideram a criação da EBC um marco na luta pela efetivação de uma Comunicação Pública no Brasil, bem como para a democratização da comunicação (AZEVEDO et al., 2009; BUCCI, 2014; DEL BIANCO; ESCH; PINHEIRO, 2017; PIERANTI, 2018; SOUZA, DA LUZ, 2020; DE MINGO, 2021).

Akemi Nitahara Souza e Cristina da Luz destacam que os princípios da CP foram respeitados nos primeiros anos da EBC, o que se evidenciou na programação

que “preconizava os princípios de diversidade de oferta, pluralidade de fontes, fomento ao pensamento crítico e complementariedade de conteúdos não ofertados por canais comerciais”, como desenho animado só com personagens negros, música clássica, debate sobre a mídia e artes da periferia, entre outros (SOUZA, DA LUZ, 2020, p. 10).

Mas, esse processo de consolidação da RP vinculada aos interesses sociais foi interrompido diante da crise política instaurada no Brasil, menos de uma década após a criação da EBC.

A partir de 2017, o desmonte da política pública fica claro em alguns fatos registrados, sendo eles: a mudança nos mecanismos de participação social que representavam a Ouvidoria e o Conselho Curador; a centralização da gestão no Poder Executivo favorece o entrelaçamento da função pública da EBC com as ações de divulgação dos atos de governo, atuando como porta voz do executivo; entre 2016 e 2020 quase 800 funcionários foram desligados da emissora; em 2021 a emissora é incluída no Programa Nacional de Desestatização para iniciar o processo de privatização da empresa pública federal de comunicação (DE MINGO, 2021, p.186).

Diante do crescimento do movimento conservador, que culminou, entre outras coisas, no processo de impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff (PT), a EBC se viu frente a uma disputa polêmica em 2016. Com a destituição de Dilma no dia 31 de agosto de 2016, resultado de um golpe, o então presidente interino Michel Temer realizou a primeira mudança na EBC no dia seguinte, em 1º de setembro de 2016 (SOUZA, DA LUZ, 2020; DE MINGO, 2021).

Michel Temer, por meio da Medida Provisória 744, exonerou o diretor-presidente da EBC, Ricardo Melo, e nomeou Laerte Rímoli sob a justificativa de acabar com a utilização política da empresa. O ministro do Supremo Tribunal Federal Dias Toffoli determinou dias depois a volta de Melo.

A MP desfigurou o caráter público da EBC ao retirar o mandato do diretor-presidente, extinguir o Conselho Curador e vincular a empresa à Casa Civil, como afirma Akemi Nitahara Souza e Cristina da Luz (2020, p. 11). No dia 7 de fevereiro de 2017, o Senado aprovou a MP 744 e ela foi convertida na lei nº 13.417/2017, incluindo um Comitê Editorial consultivo para substituir o Conselho Curador. “Com isso, o ministro do STF Dias Tóffoli suspende a liminar concedida a Melo, por perda de objeto, e Rímoli reassume a presidência da EBC” (SOUZA, DA LUZ, 2020, p. 11).

Já em 2019, no governo de Jair Bolsonaro (2019-2022), a portaria EBC 216 unificou as grades da TV Brasil com a TV NBR, emissoras que prestavam serviços diferentes, o que prejudicou ainda mais a independência da EBC.

Em 2021, a EBC entrou na lista de estatais que poderiam ser privatizadas: “de acordo com notícia publicada no portal do Palácio do Planalto, em 16 de março de 2021, a justificativa para a proposta seria a de que a Empresa Brasil de Comunicação gera gastos e não receita para o Poder Executivo” (DE MINGO, 2021, p. 177).

Os desmontes realizados foram promovidos para que a EBC, que é resultado de um processo de democratização da informação construído há décadas, passasse a estar muito mais no controle do governo da vez do que sob a gestão da sociedade.

É importante destacar a reação da sociedade civil diante desse processo.

Os trabalhadores da EBC lançaram, em 2018, um dossiê com 61 denúncias de censura e governismos na empresa. [...] Com o crescimento do movimento para articular a sociedade em torno da EBC, diversas entidades da sociedade civil passaram a fazer parte da Frente em Defesa da EBC e da Comunicação Pública, incluindo, entre outras entidades, a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), Coletivo Intervezes [...]. A Frente conta ainda com a contribuição da Comissão de Empregados da EBC e da participação do Conselho Curador da emissora destituído pelo Decreto nº 744/2016. Em setembro de 2020, a Frente em Defesa da EBC divulga o segundo dossiê sobre casos de censura na EBC. O dossiê confirma o crescimento dos casos de cerceamento à liberdade de expressão no governo Bolsonaro, apontando 138 denúncias entre janeiro de 2019 e julho de 2020 (DE MINGO, 2020, p. 180-181)

Em abril de 2023, já no Governo Lula 3, o presidente Lula determinou, por meio de decreto, a retirada de 10 empresas públicas federais de programas de privatização, incluindo nessa lista a EBC.⁷ Apesar disso, a instituição ainda permanece fragilizada e com muitos desafios a serem vencidos para que a CP seja, de fato, consolidada no Brasil.

3.3 Diferenças conceituais e de legislações entre as nomenclaturas de rádio

⁷ Acesso em 22 de maio de 2023:

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2023-04/governo-exclui-ebc-correios-serpro-e-outras-estatais-de-privatizacao>

Na discussão sobre legislação e nomenclaturas dadas às concessões do espectro eletromagnético pelo Poder Executivo, uma dúvida se instala: o que diferencia rádios educativas de rádios públicas? Ainda, nesse cenário, onde as rádios universitárias se encaixam melhor?

Além dessa diferenciação de regimentos, um outro ponto que devemos levar em consideração é a classificação estabelecida pela CF/88 (BRASIL, 1988), em que consta no artigo 223 que a outorga de renovação, concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens devem acontecer de acordo com o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal.

A questão é que o Estado brasileiro não deixa claro quais as diferenças que podem caracterizar cada um dos sistemas, apesar de explorar um pouco mais essa norma na lei nº 11.652/2008, em que são instituídos os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta. Tanto que, ainda hoje, mais de 30 anos depois da promulgação da Constituição de 1988, as outorgas de frequências de rádios ainda são divididas em rádios comunitárias (Radcom) e rádios com finalidades educativas, públicas e comerciais.

Paulo Pellegrini (2017) explica que isso se deve à fragmentação da legislação brasileira no que se refere à comunicação em geral, não tendo marcos regulatórios bem estabelecidos e consolidados.

O objetivo deste subtópico é, portanto, explorar essas diferenças e semelhanças, trazendo aqui quadros conceituais desenvolvidos por outros autores.

3.3.1 Rádios Educativas x Rádios Públicas

De acordo com Paulo Pellegrini (2017), é muito comum associar as rádios educativas às rádios públicas como se fossem a mesma coisa, sinônimos, mas, apesar de na prática a atuação de ambas se confundirem, a legislação que as rege é diferente e estabelece pontos específicos que merecem atenção.

Na legislação brasileira, só com Decreto-Lei nº 236, de 1967, que complementa e modifica a Lei 4.117/62 (Lei Geral das Telecomunicações que institui o Código Brasileiro de Telecomunicações) é que se tem a primeira menção específica à radiodifusão educativa. Devido a ausência de uma regulamentação, esse decreto foi usado como referência para a regulação dessa atividade, tendo em

vista que a partir da década de 1960 diversas universidades e fundações requereram concessão para o serviço do rádio educativo. Foi só no ano de 1999 que a regulação das rádios educativas ganharam contornos definitivos, com a Portaria Interministerial nº 651/99 (PELLEGRINI, 2017, p. 237).

Em sua pesquisa, Pellegrini (2017) esclarece que os textos da Lei 4.117/62, do Decreto-Lei nº 236/67 e da Portaria nº 651/99 não se referem direta ou indiretamente ao conceito de radiodifusão pública. O autor explica que a adoção do termo “rádio pública” para designar as rádios educativas, principalmente as universitárias pertencentes a universidades federais ou estaduais, tem sido hábito nos ambientes acadêmicos e profissionais. Isso se deve ao fato de a maioria das rádios educativas terem sido implantadas por universidades públicas e haver a existência de diversos veículos de radiodifusão criados pelo Governo Federal e Governos Estaduais e Municipais.

Entretanto, até 2008, não havia uma legislação sobre o que seria realmente a radiodifusão pública no Brasil. Ciente de que o modelo público não encontraria respaldo em nenhuma das legislações até então existentes, o Governo Federal junto ao Congresso Nacional encontrou como solução a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), em 2007, que incorporou a Radiobrás e as televisões e rádios educativas pertencentes aos Governos Estaduais. Esse processo foi sancionado como lei em 2008 (Lei 11.652).

Para melhor elucidação das semelhanças e diferenças entre as rádios educativas e as rádios públicas, reproduzimos a seguir dois quadros criados por Paulo Pellegrini (2017).

SEMELHANÇAS ENTRE RÁDIOS EDUCATIVAS E PÚBLICAS
Produção e veiculação de programas educativo-culturais e informativos, que visem a formação do cidadão
Ausência de fins lucrativos e proibição da comercialização dos intervalos
Veiculação de publicidade proveniente apenas de apoio cultural, patrocínio, publicidade institucional ou publicidade dos órgãos e entidades da administração pública federal

Fonte: Paulo Pellegrini, 2017, p. 241.

RÁDIOS EDUCATIVAS	RÁDIOS PÚBLICAS
Podem ser criadas pela União, Estados, municípios, universidades públicas ou privadas e fundações	Podem ser criadas apenas pelo Poder Executivo ou aqueles outorgados a entidades de sua administração indireta
São regulamentadas pelo Decreto Lei no 236/67 e pela Portaria Interministerial no 651/99	São regulamentadas pela Lei 11.652/08
Não há menção sobre autonomia em relação ao Governo Federal	Devem ter autonomia em relação ao Governo Federal para definir produção, programação e distribuição de conteúdo
Não há menção sobre proselitismo na programação	Devem vedar qualquer forma de proselitismo na programação
Não há menção sobre a participação da sociedade civil	Deve ter a participação da sociedade civil no controle da aplicação dos princípios
As instituições que as criaram são responsáveis por sua manutenção e sustentação	Devem ser sustentadas por dotação orçamentária, prestação de serviços, doações, acordos, convênios e pela Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública
Podem destinar no máximo 25% do tempo da programação para publicidade institucional	Podem destinar no máximo 15% do tempo da programação para publicidade institucional

Fonte: Paulo Pellegrini, 2017, p. 241-242.

3.3.2 Rádios Universitárias

Agora, no que se refere ao segmento universitário, onde ele entra na radiodifusão brasileira? De acordo com Kischinhevsky; Mustafá; Machado; Rancan (2022), mesmo com o início que data os anos 1950, antes da regulamentação da radiodifusão educativa, ainda hoje as rádios universitárias não estão previstas no arcabouço regulatório da radiofonia brasileira.

Para os autores a classificação que mais se aproxima desse tipo de veículo é a de rádios educativas, “pouco importando, em termos regulatórios, se são vinculadas ou não a instituições de ensino” (KISCHINHEVSKY; MUSTAFÁ; MACHADO; RANCAN, 2022, p. 2).

Os pesquisadores pontuam ainda que o Brasil estreou tardiamente no segmento. A primeira emissora, vinculada à Universidade Federal do Rio Grande do Sul, foi a Rádio da Universidade e entrou no ar em 1951, mesmo sem autorização legal, regularizando sua situação apenas em 1957, ao trocar as ondas curtas pelas ondas médias. Em 1970, surgiu a primeira em Frequência Modulada (FM), vinculada à Universidade de São Paulo.

Somente com o Código Brasileiro de Telecomunicações, em 1962, que as emissoras outorgadas a Universidades (públicas ou privadas) recebem a distinção de canal educativo (FREITAS, 2017).

Segundo a cartografia da radiodifusão universitária desenvolvida entre os anos de 2018 e 2022, foram identificadas 128 rádios universitárias vinculadas a 118 instituições de ensino superior (cinco universidades administram de duas a três emissoras). Dessas, 49 rádios são vinculadas a instituições federais de ensino superior; 31 são geridas por instituições privadas; 19 são estaduais; 15, confessionais; sete, municipais; e cinco, comunitárias. Do total, 64 operam canais FM, 32 atuam como web rádios e/ou com veiculação assíncrona em plataformas digitais e apenas sete permanecem em canais AM. Entre o total, 23 (o equivalente a 19,5%) estão fora do ar, por diversas razões (KISCHINHEVSKY; MUSTAFÁ; MACHADO; RANCAN, 2022).

3.3.3 Rádios Públicas x Rádios Estatais

Segundo a Constituição Federal de 1988, no Brasil, todo o sistema de radiodifusão é objeto de concessão pública, como enuncia o inciso XII do artigo 21: “Art. 21. Compete à União: XII - explorar, diretamente ou mediante autorização, concessão ou permissão: a) os serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens” (BRASIL, 1988). Além disso, a lei brasileira considera a radiodifusão como um serviço público e, como tal, toda a forma de exploração dela deve ter em vista a preferência por finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas.

Entretanto, Eugênio Bucci (2008) explica que uma confusão conceitual se instala quando, no art. 223 da CF/88, a matéria classifica a radiodifusão brasileira em três sistemas complementares, privado, público e estatal, mas não explicita qual os critérios que caracterizam cada um.

No vazio legal, o senso comum dos profissionais – e dos políticos – da área consagrou o maniqueísmo estapafúrdio de que a comunicação estatal é aquela que “defende o ponto de vista do governo” e a pública é aquela que “dá voz à sociedade”. Não é nada disso, mas o senso comum prevalece. (BUCCI, 2008, p.259)

Autores como Bucci (2014), Brandão (2012) e Koçouski (2012) criticam a divisão feita pela Constituição em três sistemas. Qualquer emissora estatal, independente da pessoa jurídica a qual esteja vinculada, deve assumir a garantia da supremacia do interesse da coletividade sobre o interesse privado (KOÇOUSKI, 2012, p. 143).

Em Radiotelevisión de servicio público: um manual de mejores prácticas (UNESCO, 2006), é dito que essa opinião errônea generalizada de que a radiodifusão pública e as emissoras estatais são sinônimos decorre do fato de que poucos países no mundo contam com uma radiodifusão pública genuína, sendo que a maioria deles contam com sistemas estatais de radiodifusão. Outro ponto é que a radiodifusão estatal, quando comparada à comercial, se aproxima muito mais do serviço público (UNESCO, 2006, p. 30).

Bucci (2014) propõe, portanto, que existem apenas dois sistemas de radiodifusão: o público e o privado, sendo o estatal uma subcategoria do público. Na caracterização, o autor estabelece três critérios básicos que devem ser observados na construção do conceito de cada um dos sistemas de radiodifusão: o financiamento, os processos decisórios e a finalidade que busca alcançar. Além disso, deixa claro que os requisitos apontados como caracterizadores se justificam em uma democracia e dificilmente se concretizariam em um regime autoritário

Esses canais, segundo ele, protegem a esfera pública da denominada “colonização pelo capital”, uma vez que não buscam o lucro, têm compromisso com a verdade dos fatos, não orientam a programação pela quantidade de espectadores e são públicos no sentido de estarem a serviço do interesse público.

A seguir, reproduzimos um quadro com as diferenças entre os dois tipos de sistemas de radiodifusão mantidos com recursos públicos no Brasil, construído por Maralice Magalhães de Freitas (2017) com informações de Eugênio Bucci (2014).

Aspectos	Emissora Pública	Emissora Estatal
Propriedade	Não pertence ao Estado	Pertence ao Estado
Natureza Jurídica	Poderia ser uma Fundação de direito público ou de direito privado ou uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público	Empresa Pública (administração indireta) e órgãos pertencentes a administração direta, como algumas emissoras ligadas aos Poderes Judiciário e Legislativo
Financiamento	Recursos públicos (oriundos de impostos ou taxas específicas) ou doações voluntárias dos cidadãos	Recursos do Estado e em raras situações apoio institucional de fontes privadas
Gestão	Conselhos independentes, integrados por representantes da sociedade plural, com notoriedade em suas áreas, mandato e autonomia expressa	Subordinada às autoridades pertencentes a um dos três Poderes
Programação	Com alto grau de autonomia; prioriza a diversidade de vozes, a experimentação da linguagem, a informação crítica e independente e a formação de cidadãos autônomos	Dependente ou influenciada por autoridades externas ao corpo funcional da instituição; divulga ponto de vista oficial

Fonte: BUCCI, 2014, p. 56 *et seq.* apud FREITAS, 2017, p. 54.

4 A RÁDIO UNIVERSITÁRIA FM COMO UMA EXPERIÊNCIA POSSÍVEL DE RADIODIFUSÃO PÚBLICA

Neste terceiro e último capítulo do TCC, realizamos a análise da Rádio Universitária FM 107,9 como uma experiência possível de radiodifusão pública, a partir do olhar para a programação, a produção de conteúdo e a participação social. Para isso, traremos os aspectos metodológicos trabalhados, indicando quais parâmetros que permitem a comparação e quais os critérios de análise. Também, apresentamos o histórico da Universitária FM, trazendo dados do regimento interno e das legislações que regem a emissora. Por fim, faremos o levantamento de dados e a análise propriamente dita.

4.1 Aspectos Metodológicos

Tendo como ponto de partida a compreensão da radiodifusão pública, dos princípios da comunicação pública e do histórico da Rádio Universitária FM 107,9, na qual entendemos onde ela se insere no contexto de legislações, é que seguimos para a pergunta norteadora deste trabalho: em que medida os princípios da radiodifusão pública estabelecidos pela Unesco, pelo artigo 221 da CF/1988 e pela Lei nº 11.652/2008 são aplicados na programação e produção de conteúdo da Rádio Universitária FM?

Esta análise tem como inspiração e base metodológica a pesquisa desenvolvida por Ivana Sonegheti de Mingo (2021) na dissertação de mestrado **As emissoras estatais de rádio e a radiodifusão de serviço público: estudo de caso sobre as emissoras de rádio vinculadas ao poder executivo no Brasil**, defendida em 2021 no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo.

No estudo, De Mingo teve como objeto de estudo as emissoras de rádio de caráter público vinculadas ao governo federal e governos estaduais, entre os objetivos estava a análise de aspectos dos veículos que se aproximem do serviço de radiodifusão pública.

Em nossa pesquisa, o nosso olhar se volta para uma emissora educativa, no que se refere à sua legislação, vinculada ao Poder Executivo na esfera federal, no caso, a Universitária FM, que tem ligação com a Universidade Federal do Ceará por

meio da Fundação Cearense de Pesquisa e Cultura, instituição de direito privado que a administra.

No processo metodológico, optamos pelo estudo de caso, a fim de ter um olhar contextualizado do objeto de estudo e para termos a possibilidade de realizar uma análise quali-quantitativa. Essa proposta também foi utilizada por De Mingo na análise comparada das rádios escolhidas.

Robert Yin (2001) destaca que o estudo de caso “Investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”, ou seja, segundo o autor, “você poderia utilizar o método de estudo de caso quando deliberadamente quisesse lidar com condições contextuais”. O estudo de caso é apontado também por Antônio Carlos Gil (2002) como o tipo de pesquisa mais adequado para entender o fenômeno em seu contexto, tendo como um dos principais propósitos “explicar as variáveis causais de determinado fenômeno em situações muito complexas que não possibilitam a utilização de levantamentos e experimentos”. Estando ainda entre os mais completos para a obtenção de dados, já que não se restringe a apenas uma forma de coleta, mas da convergência e divergências de quantas formas forem necessárias para se aproximar da resposta às perguntas propostas (YIN, 2001, p. 32; GIL, 2002, p. 54; apud DE MINGO, 2021, p. 30).

O pesquisador Antônio Gil (2002), no que se refere à análise qualitativa, propõe uma itemização, que passa por etapas como seleção, simplificação, classificação e sumarização dos dados, depois, uma sistematização que proporcione o agrupamento em mapas, gráficos e diagramas. Por fim, a observação de regularidade, padrões e explicações para os dados (GIL, 2002, apud DE MINGO, 2021).

Nesse sentido, Ivana de Mingo propôs as seguintes categorias de análise, com base no eixo teórico-metodológico da Economia Política da Comunicação e por meio de uma análise dialética e histórica:

1. Aspectos históricos, e os impactos no território da radiodifusão a partir de mudanças nas legislações;
2. Produção de conteúdos, atrelada aos princípios constitucionais e aliados à democracia e ao direito à informação;
3. O financiamento, que atesta o grau de liberdade de acordo com os compromissos mercadológicos que a emissora assume;
4. A forma de gestão, que define diretamente a maior ou menor interferência do governo;
5. A transparência, a fim de dar publicidade às ações da empresa de serviço público;
6. A participação social, que subentende o grau de apropriação que a sociedade faz do bem que é público e

os vínculos e compromissos assumidos entre a sociedade e a emissora. (DE MINGO, 2021, p. 36-37)

Categoria	Princípio	Objetivo
Histórico da emissora	Independência	Elencar as mudanças que ocorreram historicamente devido a alterações na legislação ou no campo político, identificando o vínculo histórico político-partidário.
Produção de Conteúdo	Diversidade e diferenciação	Identificar o tempo destinado à produção cultural, artística e jornalística.
Financiamento	Independência	Identificar as fontes de financiamento: impostos, doações, publicidade, publicidade legal.
Gestão	Independência	Observar se os cargos de gestão são indicados pelo governo. E se mudam de acordo com o cenário político.
		Identificar os conselhos existentes, quem indica os membros e qual campo da sociedade eles representam.
Transparência	Independência, Transparência	Observar quais os meios que a emissora utiliza para transparecer para a sociedade os gastos e investimentos públicos.
Participação Social	Transparência e Legitimidade	Verificar se existe uma ouvidoria ou outras formas de interação direta com a sociedade e como a emissora responde à sociedade.

Fonte: DE MINGO, 2021, p. 37

Adaptando essas categorias à nossa análise voltada para a programação e produção de conteúdo da Universitária FM 107,9, adotaremos a categoria Produção de Conteúdo, a partir do que é previsto no art. 221 da CF/1988, aos princípios da Unesco e a Lei 11.652/2008 (ainda que a emissora analisada não seja pública pela lei).

Entendemos que no processo de produção das programações, o critério da participação social também é um ponto fundamental e caracterizador de uma comunicação verdadeiramente pública. Por esse motivo, a categoria de análise Participação Social também entra na nossa pesquisa.

Tendo essas categorias definidas, estabelecemos quais dados devem ser coletados para a análise de cada um dos itens e para entender em que medida a Universitária FM atende aos princípios da RP.

No que se refere à produção de conteúdos, o artigo 221 da CF/1988 estabelece que a produção e a programação das emissoras de rádio devem ter

preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas. Além disso, deve promover a cultura nacional e regional, estimulando a produção independente. A regionalização dos conteúdos também é apontada como um princípio a ser seguido (BRASIL, 1988).

A Unesco (2001) preconiza que os conteúdos de uma emissora pública devem ter a chamada distintividade, isto é, os cidadãos precisam perceber a diferença do veículo público de um privado. A programação, portanto, deve ser popular, no sentido de não ser restrita a uma minoria e deve contribuir para a emancipação dos sujeitos, dedicando espaço para programas que fomentem a formação crítica. A cartilha Public Broadcasting. Why? How? (UNESCO, 2001), traz ainda um capítulo especial sobre qual o tipo de programação de uma radiodifusão pública, no qual destaca os seguintes critérios:

- a) Informações imparciais e esclarecedoras - os veículos devem fornecer informações que ofereçam diferentes pontos de vista e de forma aprofundada, que permitam aos ouvintes formar a ideia mais justa possível dos eventos;
- b) Interesse geral e programação de serviços - os conteúdos deve se estender a tudo que permite ao cidadão conhecer diversos assuntos de seu interesse e devem trazer informações práticas, que funcionem como um serviço;
- c) Programas que deixam sua marca - a ideia é que em todos os programas a emissora pública possa mostrar o seu diferencial, trazendo conhecimento em programas diversos e de entretenimento, por exemplo;
- d) Produção caseira (regional) - a produção interna garante que os programas atendam adequadamente ao objetivo da emissora, assim como garante a perenidade da expertise;
- e) Conteúdos nacionais - a ideia não é que produções estrangeiras devam ser excluídas, mas que os conteúdos sobre a realidade nacional devam ser priorizados e valorizados na programação.

Já a Lei 11.652/2008 é apontada por Nélia Del Bianco e Luís Antônio Santos (2016) como uma formação do serviço público de comunicação “baseado em princípios de diferenciação, pluralidade, diversidade, independência e participação social” (DEL BIANCO; SANTOS, 2016, p.9).

Ela determina, em seu artigo 2º, que os serviços de radiodifusão pública devem, entre outros pontos, seguir os princípios de: promoção do acesso à informação por meio da pluralidade de fontes de produção e distribuição do conteúdo; produção e programação com finalidades educativas, artísticas, culturais, científicas e informativas; promoção da cultura nacional, estímulo à produção regional e à produção independente; não discriminação religiosa, político partidária, filosófica, étnica, de gênero ou de opção sexual; autonomia em relação ao Governo Federal para definir produção, programação e distribuição de conteúdo no sistema público de radiodifusão (BRASIL, 2008).

No artigo 3º, a norma traz os objetivos a serem explorados pela RP: oferecer mecanismos para debate público acerca de temas de relevância nacional e internacional; desenvolver a consciência crítica do cidadão, mediante programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania; fomentar a construção da cidadania, a consolidação da democracia e a participação na sociedade, garantindo o direito à informação, à livre expressão do pensamento, à criação e à comunicação; cooperar com os processos educacionais e de formação do cidadão; e apoiar processos de inclusão social e socialização da produção de conhecimento garantindo espaços para exibição de produções regionais e independentes (BRASIL, 2008).

Destacamos ainda que a Lei da EBC estabelece que o tempo destinado à publicidade institucional não pode exceder 15% do tempo total de programação.

Diante do exposto, para a categoria de análise em questão, mapeamos a programação da Rádio Universitária FM, com as descrições de cada programa e o horário que vai ao ar. A partir disso, analisamos qual a pluralidade e diversidade trazidas na programação e observamos o espaço dedicado à informação, à valorização da cultura e da arte, à divulgação científica, à regionalidade e à programas que tenham debates. Vimos também o tempo destinado à publicidade. A obtenção desses dados ocorreu pela busca no site e redes da Rádio e contou com o apoio da equipe da emissora, a partir de solicitação realizada de algumas informações.

Com relação à participação social, um aspecto bastante defendido é a presença de conselhos com indicação de membros da sociedade civil. A lei nº 11.652/2008, antes das alterações com a lei nº 13.417/2017, previa Conselho Curador, além do Conselho de Administração e Conselho Fiscal.

A implantação de conselhos com a indicação de membros de entidades civis é fundamental para a independência, mas também é uma medida para viabilizar a participação social nas emissoras, forma pela qual a instituição se coloca como uma via de mão dupla na comunicação, informando e sendo nutrida de informações pela sociedade. A presença efetiva de um conselho editorial formado pela pluralidade da sociedade permitiria uma discussão direta e a representatividade dos diversos grupos (MENDEL, SOLOMON, 2011, p. 13).

A norma estabelece também a ouvidoria, outro mecanismo visto como essencial para a garantia da radiodifusão pública, já que permitem o recebimento e encaminhamento de demandas do público, além de viabilizarem a gestão e análise das instituições públicas ao incorporar as críticas e sugestões recebidas (LEAL FILHO, REBOUÇAS, 2005; ESCH, DEL BIANCO, MOREIRA, 2013).

A adoção de um modelo de gestão que incorpore mecanismos de participação da sociedade na discussão de diretrizes e políticas praticadas por emissoras públicas tem sido apontada como a melhor opção para a materialização do serviço de radiodifusão pública enquanto alternativa de qualidade às emissoras privadas e consolidação da sua independência administrativa e intelectual do poder estatal (ESCH, DEL BIANCO, MOREIRA, 2013, p. 81).

A norma traz em seu artigo segundo, inciso IX, que a prestação de serviço público de comunicação deve observar “participação da sociedade civil no controle da aplicação dos princípios do sistema público de radiodifusão, respeitando-se a pluralidade da sociedade brasileira” (BRASIL, 2008).

Como discutido, a participação social gera uma maior transparência e permite a atuação dos cidadãos na construção de uma radiodifusão verdadeiramente pública, atendendo aos princípios democráticos. Além disso, é a partir dela que se tem a legitimação dessas emissoras públicas. Concluimos, então, que a participação social pode ser viabilizada de algumas formas, como pela presença de conselhos com a participação da sociedade civil, por ouvidorias, pela interação em canais de comunicação disponibilizado pela emissora (telefones, redes sociais, entre outros), como também pela participação dos cidadão em alguma etapa da produção, apresentação ou divulgação dos programas.

Nesse sentido, na categoria de análise, verificamos a existência ou não de canais de acesso à emissora, como conselhos previstos no regimento interno, existência de ouvidoria própria, além de espaços de interação, por meio das redes

sociais e contatos disponibilizados no site. Outro ponto que observamos é a presença da sociedade civil em alguma etapa da construção da programação, isto é, se tem além dos funcionários da rádio a participação de pessoas da comunidade na produção, na apresentação, na realização, em parcerias ou na divulgação. Para isso, analisamos documentos e legislações da emissora e conversamos com pessoas que já trabalharam ou trabalham na RUFM.

Para o levantamento de informações sobre o contexto e o histórico da RUFM, foi realizada uma revisão bibliográfica e documental, em que foram consultados aspectos regimentais, portarias, entre outros arquivos.

Entendemos, a partir do estudo realizado durante toda a pesquisa e a partir de conversas com pessoas da emissora, que a programação de rádio em geral é dinâmica e flexível, então o tempo todo são realizadas alterações entre programas, publicidade, programetes, entre outros conteúdos, o que poderia gerar uma análise distorcida. Por esse motivo, definimos como recorte temporal para a observação o mês de maio de 2023.

Salientamos ainda que o objetivo principal da análise não é trazer resultados quantificados exatos de aproximação da emissora com os princípios da radiodifusão pública, como porcentagens, mas uma observação aprofundada e de comparação com o que vemos como padrão estabelecido e com o recorte da prática na RUFM.

4.2 Contexto e história da Rádio Universitária FM

A Rádio Universitária FM 107,9 (RUFM) foi criada em 22 de fevereiro de 1981 e inaugurada no dia 15 de outubro do mesmo ano. A solenidade de inauguração contou com a presença de figuras como o reitor da UFC dessa época, Paulo Elpídio de Menezes Neto, Governador do Estado, Coronel Virgílio Távora e o então Ministro da Educação, General Rubem Ludwig. De acordo com Almira Murta de Lima (2005), a “presença dessas autoridades dá uma idéia da relevância política que o rádio educativo universitário assumia diante do governo federal” (DE LIMA, 2005, p. 20).

Não só diante da esfera federal, mas no próprio âmbito da Universidade, o novo veículo tinha grande relevância, sendo posto como um dos mais importantes projetos da gestão de Paulo Elpídio de Menezes Neto, sendo um caminho de incluir a instituição na vida sociocultural do Ceará.

Apesar de todo o prestígio frente às autoridades, logo no início, a emissora sofreu críticas da comunidade acadêmica, que naquele período questionava a necessidade de uma rádio na Universidade.

Ex-reitores e lideranças de peso dentro da UFC não compreendiam as razões que levaram a instituição a um projeto de rádio educativa. O Departamento de Comunicação Social e Biblioteconomia, onde funcionava o Curso de Comunicação Social, protestava pelo fato de o projeto não ter sido vinculado ao curso formador de profissionais da área de comunicação. Os estudantes, mobilizados em torno de diversas lutas políticas, também entraram na discussão, inclusive ocupando uma casa no bairro Gentilândia, onde seria instalada a rádio, forçando a criação, no local, de mais uma residência universitária para estudantes carentes (DE LIMA, 2005, p.20).

Segundo a autora, a RUFM surgiu no período de abertura política do regime militar, em que diversos segmentos sociais estavam envolvidos em grandes mobilizações populares por democracia, e pontua que as críticas e polêmicas sobre a Rádio foram perdendo força frente ao impacto que o veículo foi tendo junto à sociedade. O veículo, portanto, assumiu o papel de promotor do livre trânsito das ideias e do debate crítico, fortalecendo a luta social pela conquista da democracia plena no Brasil.

No que se refere ao aspecto formal e institucional, a RUFM foi e é atrelada e mantida pela Fundação Cearense de Pesquisa e Cultura (FCPC), que é uma entidade de direito privado instituída pela UFC em 18 de janeiro de 1977 como instituição de apoio à Universidade e de atuação no âmbito da pesquisa e da cultura. A emissora opera na frequência modulada 107,9 e cobre a Região Metropolitana de Fortaleza e, pela internet, promove a transmissão digital⁸, de forma que seu alcance transcende fronteiras.

Inicialmente, antes de se instalar na sede própria na Avenida da Universidade, 2910, a emissora ocupou um espaço na Reitoria da UFC, próximo do gabinete do reitor, o que segundo De Lima (2005, p. 21), “foi visto como uma forma de controle maior de sua programação”, sobretudo diante das restrições político-ideológicas da ditadura, ainda mais porque todas as escolhas do quadro dirigente foram do reitor.

⁸ Link de acesso a Rádio Universitário FM ao vivo pela internet:
<https://radiouniversitariafm.ufc.br/ao-vivo/>

A Universitária FM, devido às questões jurídicas da sua fundação, não é nem entidade governamental nem comercial. Ela se configura como uma rádio educativa, conforme o artigo 3º do Regimento da FCPC em que consta a fundação da rádio:

A emissora dedicar-se-á, sem finalidades comerciais, a uma programação de caráter sócio-educativo-cultural, perseguindo, sobretudo, os seguintes objetivos: a) estimular, na Comunidade, a memória e o registro das manifestações culturais do Ceará, no intuito de gerar soluções criativas para a resolução dos problemas comunitários, em consonância com a tradição cultural; b) provocar, na Comunidade, por meio da informação e do debate crítico, sobre os problemas que a afligem ou os eventos a que ela assiste, atitudes de reflexão e criatividade que a induzam a mudanças de comportamento; c) prestar à população, principalmente à carente sob o prisma sócio-educativo, informações sobre técnica e condutas de utilidade social, produzidas com a orientação de especialistas das Instituições de Ensino Superior do Estado Ceará (Regimento Interno da RUFM, art. 3º, a, b, c).

Em seu [site oficial](#)⁹, a RUFM apresenta a missão de levar a educação não formal e a produção cultural da UFC à comunidade, articulando o ensino, a pesquisa e a extensão, e divulgando a contribuição da universidade. Seu principal objetivo é, portanto, oferecer à sociedade uma informação de interesse público e promover o aprimoramento educativo e cultural de ouvintes, escutando as manifestações sociais e exercitando a pluralidade de pontos de vista com o intuito de contribuir com a formação da cidadania. Esses princípios se aproximam da radiodifusão pública discutida nesta pesquisa.

Um ponto importante a se destacar é que por ser uma emissora educativa sem fins lucrativos, a RUFM não orienta sua programação pelos mesmos critérios de audiência das emissoras de rádio comerciais, buscando conteúdos plurais, democráticos, educativos e pautados pelo interesse público.

De acordo com a pesquisa realizada por Leovigilda Bezerra Calvet (2005), o veículo trabalha com o conceito de universo de audiência, o que significa que respeita a natureza segmentada e produz e exhibe uma programação adequada às necessidades e expectativas de cada um dos segmentos da audiência.

Mas a autora ressalta que trata-se de uma audiência segmentada e horizontal, uma vez que “não se pode querer contemplar todo mundo ao mesmo tempo através da vulgarização da programação”, mas sim ser fiel ao universo de

⁹ Link de acesso ao site oficial da Rádio Universitária FM: <https://radiouniversitariafm.ufc.br/>

audiência de cada faixa “tentando oferecer sempre programas com qualidade” (CALVET, 2005, p. 29).

Diante desses objetivos, a RUFM estrutura sua programação em linhas que contemplam as áreas musical, jornalística, de campanhas educativas e de divulgação científica e cultural, as quais são organizadas a partir de quatro pilares fundamentais: educação, cultura, informação e entretenimento (DE LIMA, 2005; CALVET, 2005).

Como exemplo, no que se refere à programação jornalística, se destacam o programa Rádio Debate, transmitido de segunda a sexta das 11h30 às 12h30, que propõe abordar assuntos que normalmente não têm o espaço devido na imprensa convencional, segundo a descrição disponível no site da Rádio, com temas como política, economia e educação; e o Jornal da Universitária, veiculado de segunda a sexta das 11h às 11h30, que realiza entrevistas, reportagens e notícias regionais e nacionais sobre os fatos que aconteceram ao longo do dia.

Já na linha musical, a Universitária FM se consolidou, como destaca o texto institucional do site oficial, na conjuntura do início da década de 1980, com o enfoque em composições brasileiras, especializando-se na produção nordestina e cearense, frente às emissoras comerciais, que destinavam seus espaços a canções essencialmente internacionais.

Em linhas gerais, a RUFM traz uma programação socioeducativa que busca registrar e divulgar a cultura e a arte em geral; fomentar o debate crítico e abrir espaços para a informação livre; e gerar campanhas e programas voltados para a educação, formação da cidadania e transformação da realidade.

É observado também que os programas contam com a participação não só da equipe que faz parte da emissora, mas da comunidade acadêmica e da população local. Tais pontos serão melhor abordados e discutidos no tópico de análise da programação.

Sendo uma rádio pública (traremos uma explicação a seguir sobre o uso dessa nomenclatura para a RUFM), a Rádio Universitária FM sofre alguns problemas considerados comuns à essas emissoras, isto é a fragilidade institucional que gera, não raras vezes, uma insegurança com as trocas de gestões. No trabalho de Calvet (2005), a autora traz alguns pontos observados como desafios enfrentados pela emissora:

a ameaça dos poucos recursos financeiros, a pouca flexibilidade e agilidade por causa dos impedimentos legais e entraves burocráticos, o risco de privatização, a falta de perspectivas de contratação de novos funcionários, os salários desatualizados que desencadeiam falta de estímulo nos profissionais, a infra-estrutura precária e o acervo desatualizado e insuficiente (CALVET, 2005, 31).

A autora aponta essas questões em 2005 e, passadas quase duas décadas, outro grande e grave problema enfrentado pelo veículo foi a censura e tentativa de desmonte, tal qual observado na EBC.

Em maio de 2022, o programa Rádio Livre, que estava há 26 anos no ar e que era veiculado de segunda à sexta-feira às 7h30, saiu da programação da Rádio Universitária FM, após o afastamento do professor Nonato Lima da diretoria da emissora, cargo que ocupava desde 2007 pelo então reitor da UFC, Cândido Albuquerque. Nonato é docente do Curso de Jornalismo da UFC e apresentava o programa desde o início (O POVO, 2022).

O afastamento do professor foi relacionado às constantes tentativas de censura na programação da emissora por parte do presidente da FCPC do período, Francisco Paulo Brandão Aragão, indicado ao cargo por Cândido no segundo semestre de 2021 (BRASIL DE FATO, 2022).

Entre as mudanças exigidas pelo presidente estavam a proibição da realização de análises políticas no programa de debate e a interrupção da veiculação de músicas de matriz africanas, conforme entrevista de Nonato Lima para os jornais O Povo¹⁰ e Brasil de Fato¹¹. Além disso, semanas antes da exoneração de Nonato, sugeriu a interferência direta na programação pela FCPC, ferindo a independência da emissora. Em agosto de 2022, a FCPC nomeou outro nome para a coordenação da RUFM por meio da Portaria n° 006/2022.

Tais acontecimentos geram ainda mais insegurança quanto à independência e aproximação com os princípios da radiodifusão pública. Apesar disso, o panorama da programação da Rádio, que foi construído nos mais de 40 anos da emissora, ainda permanece como um importante objeto de estudo da RUFM enquanto rádio educativa e pública, como veremos a seguir.

¹⁰ Acesso em 3 de jun. de 2023:

<https://www.opovo.com.br/noticias/fortaleza/2022/05/18/professor-e-afastado-da-direcao-da-radio-uni-versitaria-e-denuncia-projeto-de-censura.html>

¹¹ Acesso em 3 de jun. de 2023:

<https://www.brasildefato.com.br/2022/05/19/comunidade-academica-denuncia-censura-em-radio-da-universidade-federal-do-ceara>

4.3 Informações apuradas, análise e resultados

Por pertencer burocraticamente à uma entidade de direito privado, a Rádio Universitária FM não tem o caráter estatal ou governamental, mas no que concerne à sua atuação e à sua vinculação, ainda que indireta, com a Universidade Federal do Ceará, uma entidade do Poder Público, é considerada pública. A seguir, trazemos os resultados da análise.

4.3.1 Produção de Conteúdo

A partir de revisões bibliográficas, dos parâmetros estabelecidos e tidos como base desse trabalho e do que foi observado da RUFM, tanto acompanhando como vendo informações dadas pela própria emissora pelos sites e pelo contato realizado, observamos que a programação, em linhas gerais, pode ser dividida em três grandes áreas: musical, jornalística e divulgação científica/ cultural/ variedades (DC/Cult./Varied.).

Convém ressaltar que essa divisão é realizada para uma melhor compreensão do que compõe a programação da emissora, facilitando também o processo de análise. Contudo, tais áreas se interseccionam nos programas, uma vez que a característica do veículo é trazer informação e conteúdos educativos em todas as produções, seguindo o lema de levar aos ouvintes/internautas a educação não formal, sejam elas de entretenimento sejam de uma temática específica, mas sempre de um modo fluido e dinâmico.

Como estabelecido anteriormente, temos como amostra o recorte temporal de maio de 2023. São incluídas entre as produções os programas, os boletins jornalísticos e os programetes veiculados no intervalo da programação. Como resultado, identificamos 45 produções. Dessas, 30 se encaixam como programas musicais, 8 como jornalísticos e 10 como divulgação científica/cultura/variedades. Três programas se encaixaram em mais de um tipo.



Fonte: elaboração da autora.

Outro produto desenvolvido pela Rádio Universitária FM são os podcasts com parcerias. Segundo informações de profissionais da emissora, a maior parte desses produtos são programas da Rádio que são disponibilizados no formato de podcast. No mês de maio de 2023, os podcasts que tinham novos episódios sendo lançados eram Escutar e Pensar, Falando Ciência, Minuto da Língua, Nossa Cultura, Rádio Debate, Sons do Ceará (em parceria com o Cineteatro São Luiz) e Zumbi Cast (entrevistas e reportagens do programa Zumbi).

A partir desses resultados e da observação pudemos constatar, entre outras coisas, que a maior parte da programação é dedicada à música. Um fator que corrobora para isso é que desde o início a RUFM se destacou pela sua linha musical definida em contraste aos projetos comerciais articulados com a indústria fonográfica na década de 1980. Nesse período, a maior parte das emissoras locais davam muito mais ênfase à música estrangeira, e as produções nacionais que eram veiculadas restringiam-se às de alto potencial de consumo (LIMA, 2005).

Frente a essa realidade, a Rádio Universitária FM assumiu uma posição inovadora ao construir uma programação baseada na diversidade musical brasileira e pautada, sobretudo, na regionalidade, veiculando a produção musical cearense, que se mantém até hoje, como observamos na análise feita. E isso permanece como um legado desenvolvido com a participação de colaboradores, principalmente professores da UFC, que contribuíram para a criação e consolidação de programas sobre MPB, música erudita e de manifestação da cultura local.

Como pontuam Pinheiro, Lima e Marques (2010, p. 13-14): “O slogan, “A sintonia da terra”, resume essa concepção de rádio que valoriza a música e a cultura regionais e, ao mesmo tempo, dialoga com as manifestações artístico-culturais do Brasil e do mundo”.

Esmiuçando um pouco mais a diversidade e pluralidade de temáticas observada nos programas musicais foi identificada uma segmentação por gêneros, ritmos, estilos, origens e épocas. Além disso, os programas trazem reflexões, informações e entrevistas sobre as temáticas em questão.

Em todos os dias da semana são transmitidos o programa Acordes no início da manhã, trazendo uma seleção de música instrumental brasileira e internacional, e o programa Música Erudita no fim da noite, que traz repertório de música clássica.

De segunda a sábado, o destaque é para a música regional nordestina, com Reouvindo o Nordeste, e para a evolução da música brasileira através dos tempos, com seleções de músicas que dialogam entre si, como os programas Brasil em Todos os Tempos, Fim de Tarde e Mistura Brasileira.

Durante a semana, a Rádio também traz programas musicais com entrevistas, divulgação cultural e de pesquisas na música, participação do ouvinte, poesia e apresentações tocadas ao vivo nos estúdios da RUFM, como Musicultura, Pessoal do Ceará, Vozes e Versos e Noite de Serenata.

Já pela noite, o espaço é reservado aos ritmos mais clássicos. Além de música erudita e MPB, que permeia toda a programação, são trazidos programas voltados para o rock, jazz e blues, com informações sobre a história e evolução desses estilos.

No sábado, a programação musical/cultural ganha ainda mais destaque, com foco especial em canções internacionais, entrelaçando diversas culturas e línguas do mundo. Entre os programas estão Sem Fronteiras, Cantos do Mundo, Frequência Beatles e Romântico 107.

Aos domingos, praticamente todo o foco é sobre a história do rádio brasileiro e da MPB, com programas como Sempre aos Domingos, que traz clássicos da MPB do período de 1850 a 1980; Memória 107, que apresenta música e informação, homenageando uma data especial na história da MPB; e MPB Social Clube, baseada nos clássicos da MPB com interpretações posteriores à década de 1960.

A programação dominical também conta com um programa dedicado ao choro instrumental e cantado, o Brasileirinho. E um destaque especial é para o programa Zumbi, que é dedicado à música produzida no âmbito do hip hop brasileiro, acolhendo também produções que orbitam essa cultura black, nele também são transmitidas entrevistas com artistas e notícias das culturas da periferia.

Sobre a programação jornalística, de divulgação científica e cultural e de variedades, pode-se dizer que trazem ainda mais o diferencial da radiodifusão pública para a emissora. Isso porque faz jus à concepção trazida pela Unesco (2001) e observada por De Mingo (2021) nos serviços públicos de comunicação do Reino Unido, Estados Unidos e Canadá de que o tripé que apoia a missão da RP é o de informar, educar e entreter.

Segundo Calvet (2005), em pesquisa sobre a Rádio Universitária FM, no que se refere à cultura, a programação busca trazer ao cidadão uma perspectiva da realidade e da atualidade, visando a construção de uma identidade cultural nacional a partir da criação e divulgação de valores culturais e artísticos brasileiros e internacionais, sobretudo daqueles que não são contemplados pelo mercado comercial; no que diz respeito à informação, a produção jornalística é ressaltada como independente, informativa e pedagógica, trazendo conteúdos de pautas marginalizadas nos meios de comunicação de massa e de interesse público, “seu foco é a sociedade. Seu mercado é o cidadão” (CALVET, 2005, p. 29-30).

Para Almira Murta de Lima (2005, p.25) a RUFM causou “forte impacto no rádio local ao fazer uma programação jornalística em FM”, significando uma ruptura com o modelo de rádio que vinha sendo feito no Ceará no início da década de 1980 e que colocava a informação em posição meramente complementar e secundária.

Isso se mostra no reconhecimento que o Setor de Jornalismo da emissora tem da sociedade, representado pelos mais de 20 prêmios conquistados em nível estadual e nacional ao longo desses mais de 40 anos de história.

A programação da RUFM traz também a publicização das atividades de ensino, pesquisa e extensão da UFC, além de divulgar o trabalho da FCPC. Realiza também a divulgação científica de outras instituições, por meio de parcerias, e de estudos relacionados aos temas tratados nos episódios dos programas. A divulgação cultural acontece a partir de entrevistas e debates com produtores culturais, artistas, intelectuais, lideranças políticas e comunitárias sobre temas da arte e da cultura.

O Jornal da Universitária é veiculado a partir das 11h de segunda a sexta e traz reportagens especiais, informações sobre as atividades e serviços da UFC e o noticiário em geral. Além dele, são transmitidos também boletins jornalísticos de hora em hora que apresentam o quadro do que está acontecendo no cenário mundial, nacional, local e, ainda mais específico, na UFC.

De acordo com Maralice Freitas (2017), em referência ao documento da Unesco (2001), a educação por meio da RP pode ser exercida de diferentes formas, como a partir de documentários, entrevistas, debates e reflexões, sempre lembrando que esse objetivo não deve tornar a programação chata e enfadonha, como uma espécie de curso noturno.

Nesse sentido, a programação da RUFM converge com essa proposta, ao trazer programas como o Rádio Debate, que promove, de segunda a sexta, discussões sobre política, economia, meio ambiente, entre outros.

Além disso, por meio de parcerias e convênios, apresenta programas informativos, culturais e de variedades. Entre eles, estão Debate Público, produzido pelo Ministério Público do Ceará; Nossa Cultura, com produção da Secult/UFC; e Mundo do Trabalho, do Núcleo de Economia Política da UFC. Destacam-se também Escutar e Pensar, que trata da Psicanálise e sua contribuição para a sociedade; Todos os Sentidos, dedicado à defesa da acessibilidade; Novas Dimensões, especializado em qualidade de vida e terceira idade; e Saúde e Prevenção, que discute formas de prevenção e tratamento de diversos tipos de cânceres.

Quanto à publicidade na programação, foi identificado que a RUFM, como emissora educativa, é orientada pela Lei do Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), de 1962, e o Decreto-Lei nº 236/1967.

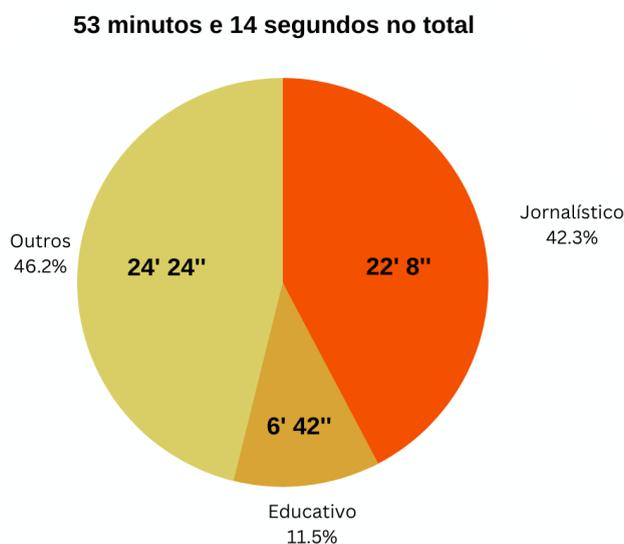
Por esse motivo, ela segue a regra de destinar até no máximo 25% da programação à publicidade não-comercial, que envolve propaganda institucional, apoio cultural e patrocínio de programas.

Como caso exemplificativo, observamos a veiculação de publicidade no dia 22 de maio de 2023 das 6h às 22h, a partir de dados fornecidos por profissionais da emissora. Como resultado, tivemos que, neste dia, foram veiculadas 53 minutos e 14 segundos de publicidade, dos quais 22 minutos e 8 segundos foram destinados a conteúdos jornalísticos e 6 minutos e 42 segundos a educativos.

Conteúdos Jornalísticos	Conteúdos Educativos	Outros	Total
1.328 segundos = 22m8s	402 segundos = 6m42s	1.464 segundos = 24m24s	3.194 segundos = 53m14s
42,3%	11,5%	46,2%	100%

Fonte: elaboração da autora.

Isso significa que somando os conteúdos jornalísticos e educativos temos ao todo 28 minutos e 50 segundos, o que equivale a mais da metade do tempo de intervalos (54,16%).



Fonte: elaboração da autora.

A emissora traz em seu site que o principal objetivo da publicidade produzida pela RUFM é investir em ações educativas que buscam mobilizar os ouvintes em torno de temáticas de interesse público, como campanhas de combate à dengue, estímulo à leitura, incentivo a doação de sangue e de leite materno, segurança no trânsito e prevenção de infecções sexualmente transmissíveis.

Ressalta também que parte dessa publicidade se dedica a divulgação de projetos, programas e ações de ensino, pesquisa e extensão da UFC, além de apoio cultural resultado de parcerias com entidades da sociedade civil e instituições públicas.

4.3.2 Participação Social

A partir dos dados coletados e tendo em vista os parâmetros estabelecidos durante a pesquisa e pontuados nos aspectos metodológicos, observamos de quais formas e como se dá a participação social na Rádio Universitária.

No que se refere à existência ou não de conselhos e de ouvidorias, analisamos o que tem no Estatuto da FCPC e no Regimento Interno da RUFM.

De acordo com o Estatuto vigente da FCPC, de 2021, no Capítulo VI, artigo 16, são previstos os Conselho Curador e Conselho Fiscal.

O Conselho Curador tem a função de fiscalização, prestação de contas e deliberação sobre questões, sobretudo administrativas e financeiras, dos projetos e iniciativas ligadas à Fundação, entre elas a Rádio Universitária FM. Ele deve ser composto por sete conselheiros, sendo quatro de indicação do Conselho Universitário da UFC, dos quais, pelo menos um deve provir de entidades científicas, empresariais ou profissionais, sem vínculo com a instituição apoiada. Cabem ao Reitor da UFC a indicação dos outros três membros.

Já o Conselho Fiscal tem por finalidade examinar e emitir parecer para deliberação do Conselho Curador, a respeito de matérias de sua competência. É composto por três conselheiros e três suplentes indicados pelo Conselho Curador e escolhido entre pessoas “que detenham capacidade e familiaridade com a área econômico-financeira ou contábil, que não ocupem nenhuma outra atividade de fiscalização ou administração na Fundação. Foi verificado que os dos conselhos estão em pleno funcionamento e são atuantes.

Com relação à RUFM especificamente, consta no Regimento Interno, no Capítulo II, que versa sobre a estrutura administrativa, no artigo 5º que emissora deve ser administrada pelos Conselho Diretor e de Programação, órgãos esses subordinados, na estrutura administrativa da Fundação, ao Conselho Curador da FCPC.

O Conselho Diretor tem funções administrativas e executivas, devendo ser composto por cinco membros, designados pelo Secretário Executivo da Fundação (função extinta no novo estatuto da FCPC), “dentre docentes das Instituições de Ensino Superior do Estado do Ceará que, em convênio com a Fundação, hajam-se comprometido a uma participação efetiva e contínua na programação da Rádio Universitária (FM)”.

Já o Conselho de Programação é subordinado ao Conselho Diretor e tem a função direta de definição das linhas de programação do veículo e conteúdos produzidos, além de deliberar sobre questões que envolvem essa área. Deve ser composto por cinco membros, designados pelo Secretário Executivo da Fundação (função extinta no novo estatuto da FCPC), “escolhidos entre docentes efetivamente vinculados às iniciativas técnico-sócio-educativas e culturais nas Instituições de

Ensino Superior do Estado do Ceará que, em convênio com a Fundação, hajam-se comprometido a uma efetiva e contínua participação na programação da Emissora”.

Um ponto que fica destacado aqui é que a escolha dos membros deste conselho fica restrita a esses critérios, não abrindo margem para a participação de pessoas de outras entidades da sociedade civil, ponto esse que vai de encontro com a ideia de uma participação mais efetiva dos cidadãos nos fluxos de uma emissora pública. Além disso, foi verificado que o Conselho de Programação não está instituído e nem possui atuação.

Portanto, neste aspecto de gestão do veículo a categoria da participação social é atendida em partes, uma vez que não traz de forma clara e regimental a possibilidade de inclusão de pessoas da comunidade ou de organizações civis competentes à temática da radiodifusão nos conselhos, sobretudo o de programação.

Segundo Lima (2005, p. 23), a tradição política da UFC, que reverbera no que ela projeta para a RUFM, ainda que de forma indireta devido a questão regimental, “não resulta de planejamento que envolva diretamente o quadro de funcionários da emissora, que também não tem direito a participar formalmente das instâncias administrativas, reservadas exclusivamente para docentes”.

No que diz respeito aos canais de comunicação entre a população e a emissora, foi observado que no [site da Rádio](#) são viabilizadas algumas informações nesse sentido. Na home, são disponibilizados links para o perfil da Rádio no Instagram e no Twitter, ambos atuantes e com publicações recentes; também, nesse espaço, tem um ícone do Whatsapp que redireciona o usuário para o número da emissora no aplicativo.

No menu contato, é possível encontrar telefones e e-mails para se comunicar diretamente com o veículo, para fazer sugestões de pautas ao Setor de Jornalismo e para pedidos e envios de música ao Setor de Programação.

Sobre a existência ou não de uma Ouvidoria, foi verificado que a RUFM não possui uma ouvidoria própria. Já a FCPC instituiu uma em 2016 por meio da Portaria nº007/2016. Em seu [site](#)¹², a Fundação disponibiliza o Regulamento Interno, o horário de funcionamento, o telefone e o e-mail de contato da Ouvidoria. Contudo, a FCPC está distante do cotidiano da Rádio, como são estabelecidos nos

¹² Link de acesso ao site da Fundação Cearense de Pesquisa e Cultura: <https://fcpc.ufc.br/>

próprios regimentos de ambas as entidades, por isso, efetivamente, podemos considerar que não há uma ouvidoria relacionada à RUFM.

Entre todos os pontos observados, o que mais se destacou sobre a participação social foi na produção dos programas. No processo de mapeamento da grade de programação da emissora foi incluído um critério de análise: a participação da comunidade de fora do quadro de profissionais da RUFM em alguma etapa da produção dos programas, envolvendo desde a concepção, passando pela produção, apresentação, participação ou divulgação deles. Entraram nesse critério a colaboração direta e contínua, não sendo considerados os casos em que as pessoas participam somente como convidadas em episódios pontuais como entrevistas, por exemplo.

Tendo como recorte a grade de programação do mês de maio de 2023, contando programas, programetes e excluindo os boletins jornalísticos, que são produzidos pelo Setor de Jornalismo da emissora e entram na exceção de participação somente em entrevistas, tivemos como resultados que das 41 produções da RUFM, pelo menos 17 contam com a colaboração de pessoas de fora do quadro de funcionários do veículo. Entre os perfis estão professores da UFC e de outras instituições de ensino, estudantes dos cursos da UFC e integrantes de projetos de extensão, especialistas em determinadas temáticas, como blues e jazz, profissionais de comunicação de outras instituições públicas, como MPCE, além de outros setores da própria UFC, como a Secretaria de Cultura.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após o caminho percorrido durante essa pesquisa, é possível trazer algumas afirmações sobre as temáticas trabalhadas. A Comunicação Pública, ainda que sem um consenso na área acadêmica, tem sido vista aqui no Brasil a partir da perspectiva do papel do Estado em garantir o acesso democraticamente à comunicação e à informação de qualidade produzida para e pela sociedade civil, como traz Maria Helena Weber (2017). Para a professora, esse papel pode ser exercido de duas formas: a partir da comunicação institucional ou no âmbito da esfera pública “engendrada pela sociedade e os diferentes públicos que a constituem, que se movimentam a partir de um tema, acontecimento, ou questão de interesse público” (WEBER, 2017 p. 41-42).

Percebemos isso, após a revisão bibliográfica de autores brasileiros que estudam a temática, como Jorge Duarte, Eugênio Bucci, Nélia Del Bianco, Heloísa Matos e Elizabeth Brandão, os quais aproximam o conceito de comunicação pública à ideia de atendimento do direito à informação de qualquer pessoa em face do Estado. O conceito ganha contornos mais definidos e ainda mais destaque a partir do foco no cidadão e na informação para a cidadania, isto é, o “público” do termo não se dá somente pelo emprego de recursos públicos, mas mediante mecanismos inclusivos e abertos à participação, críticas e apelações da sociedade civil.

Essa percepção se aproxima daquela que tem sido trabalhada na Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABCPública), entidade que tem se dedicado nos últimos anos, entre outras coisas, a sistematizar conceitos e estudos voltados à área da CP, o que pode ser exemplificado pelas publicações Glossário de Comunicação Pública (2020), Guia de Comunicação Pública (2021) e Comunicação pública e cidadania: conceitos, desafios e enfrentamentos (2022).

Quando nos referimos à radiodifusão pública, a partir dos nossos estudos, compreendemos que ela se insere dentro desse grande conceito da CP e a antecede no que diz respeito às suas origens e história, uma vez que seu início se confunde com a própria origem da radiodifusão, como defende Octavio Pieranti (2018). Quando observamos as experiências no mundo, com destaque para o modelo britânico e o americano, identificamos algumas características que se repetem e que são vistas como parâmetros, por exemplo, os marcos regulatórios

bem definidos que promovem mecanismos que garantem a independência e os princípios democráticos das emissoras públicas.

Quando discutimos a radiodifusão pública no Brasil e pensamos na evolução da regulação dela, nos deparamos com a afirmação do professor Edgard Rebouças (2004, p. 13), em que ele diz que esse processo depende da evolução da própria sociedade. Ou seja, para ele, não basta só adotar os modelos de políticas e estratégias usados em países desenvolvidos, mas é preciso que o Brasil também percorra o caminho de discussões e estabelecimento de posições a partir das relações sociais tal qual ocorre há mais de um século na maior parte da Europa, Estados Unidos e Canadá.

Pela legislação brasileira, a radiodifusão é considerada um serviço público desenvolvido a partir do espectro eletromagnético. Por esse motivo, Bucci et al (2012) pontua que independente da sua forma de exploração, deve levar informação e cultura à sociedade, auxiliando-a no acesso à informação independente e na formação crítica dos cidadãos.

Apesar disso, o cenário apontado por Del Bianco, Esch e Moreira (2013) é de que as emissoras públicas ainda não alcançaram integralmente a qualificação dos meios públicos em relação ao pluralismo e ao jornalismo independente. Tais questões são decorrentes de uma estrutura administrativa centralizada, marcada pela atuação sem independência editorial e financeira, e não submetidas a mecanismos de transparência e accountability. Incluímos nesse processo ainda uma legislação fragmentada e pouco efetiva por causa da falta de regulamentação, sendo frágil no estímulo à diversidade de vozes e ineficiente na garantia de transparência no setor, como defende o jornalista Jonas Valente em [matéria](#)¹³ do jornal Le Monde Diplomatique Brasil.

Devido a esses fatores, percebemos, por exemplo, um uso difuso de nomenclaturas e classificações na radiodifusão, oriundos da falta de um marco regulatório bem definido. Isso gerou algumas confusões ou inconsistências quando olhamos para as definições de rádios no Brasil que, pelas concessões, podem ser classificadas como comunitárias, educativas, comerciais ou públicas, e pela Constituição de 1988, como comerciais, públicas ou estatais. O sancionamento da

¹³ Acesso em 9 de jun. de 2023:

<https://diplomatique.org.br/regulacao-da-midia-a-invisibilidade-de-uma-agenda-essencial-a-democracia/>

lei 11.652/2008, ainda que um grande marco para a radiodifusão pública no Brasil, não conseguiu resolver o problema, sobretudo porque versa sobre as emissoras públicas ligadas ao Poder Executivo Federal, o que deixa de fora todo um espectro mais amplo de veículos ou ligados aos poderes governamentais de outras esferas ou de finalidades educativas.

Esse é o caso da Rádio Universitária FM (RUFM). Ao iniciar as pesquisas sobre a emissora, observamos que, embora ela esteja vinculada indiretamente à Universidade Federal do Ceará (UFC), que é uma entidade ligada ao Poder Executivo Federal, regimentalmente ela é uma emissora educativa que pertence à uma instituição de direito privado, a Fundação Cearense de Pesquisa e Cultura (FCPC). Portanto, pela legislação, não se encaixa como uma rádio pública e segue as normas do Código Brasileiro de Telecomunicações, de 1962, e do Decreto 236/1967. Foi identificado, então, que o uso dessa expressão para classificar o veículo se dá de maneira não oficial e registrada em documentos, mas pela vinculação à UFC e, principalmente, pela atuação em concordância com os parâmetros da radiodifusão pública, e foi partindo dessa compreensão que realizamos as análises.

Sobre a produção de conteúdo, pudemos concluir que em muitos aspectos a atuação da emissora converge com os parâmetros de radiodifusão pública tidos como base dessa pesquisa, sobretudo no que se refere à promoção da cultura e diversidade nacional, e a produção e veiculação de conteúdos regionais. Além disso, a emissora exerce um papel importante na divulgação científica e fomento ao debate e à consciência crítica dos cidadãos, ao trazer temas sobre política, economia, meio ambiente e pautas, muitas vezes, marginalizadas na mídia comercial.

Tais pontos podem ser observados na programação do mês de maio de 2023, na qual identificamos 45 produções, sendo 30 programas musicais, 8 jornalísticos e 10 de divulgação científica/cultura/variedades. Três delas se encaixaram em mais de um tipo. Na análise dos programas, por meio da descrição deles disponíveis no site da emissora, foi identificado uma diversidade e pluralidade de temáticas trabalhadas. Por exemplo, nos programas musicais há uma segmentação por gêneros, ritmos, estilos, origens e épocas, abrangendo desde a música erudita e instrumental, passando pela evolução da música popular brasileira e nordestina até estilos como jazz, blues e rock, além de clássicos da música

internacional. Além disso, os programas trazem reflexões, informações, entrevistas e debates sobre os temas em questão, investindo em parcerias e convênios para a produção deles com diferentes setores da sociedade, a exemplo da Rádio Debate, veiculado de segunda a sexta; e do Falando Ciência, que promove o debate sobre temas relevantes e do cotidiano do ouvinte, correlacionando-os com os trabalhos já desenvolvidos pela UFC, realizado em parceria com o Centro de Ciências e o Campus de Russas da UFC.

Na análise da programação, observamos o tempo destinado à publicidade e o tipo de conteúdo veiculado nos intervalos. A partir do recorte realizado, dia 22 de maio de 2023, considerando o horário entre 6h e 22h, foi identificada a veiculação de 53 minutos e 14 segundos de publicidade, dos quais 22 minutos e 8 segundos foram destinados a conteúdos jornalísticos e 6 minutos e 42 segundos a educativos. Ou seja, em outras palavras, dois pontos podem ser ressaltados: primeiro, a rádio obedece a regra instituída pela Lei do Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), de 1962, e pelo Decreto-Lei nº 236/1967 de que se podem destinar até no máximo 25% da programação à publicidade não-comercial; segundo, a soma dos conteúdos jornalísticos e educativos equivalem a mais da metade do tempo de intervalos (54,16%). Mais um ponto que converge com os parâmetros de radiodifusão pública apresentados neste trabalho.

Considerando todos estes pontos, é importante salientar que a RUFM passou por um processo delicado que se assemelhou ao que foi sofrido pela EBC, no que se refere às tentativas de intervenções na programação e de desmonte da emissora (O POVO, 2022; BRASIL DE FATO, 2022). Um exemplo foi a retirada, em maio de 2022, do programa Rádio Livre, que estava há 26 anos no ar e que era veiculado de segunda à sexta-feira às 7h30, após o afastamento do professor Nonato Lima da diretoria da emissora pelo então reitor da UFC, Cândido Albuquerque (O POVO, 2022). Tais questões fragilizam o caráter público da Rádio e presumimos que de algum modo interfere na independência que vinham sendo construída nos mais de 40 anos da RUFM.

Sobre a participação social, os resultados mostraram que a comunidade exerce grande colaboração na programação, participando na produção, na apresentação ou em outros processos de construção dos programas. De acordo com a análise realizada diante do recorte feito (programação do mês de maio de 2023, contando programas, programetes e excluindo os boletins jornalísticos, que

são produzidos pelo Setor de Jornalismo), identificamos que das 41 produções da RUFM, pelo menos 17 contam com a colaboração de pessoas de fora do quadro de funcionários do veículo. Além disso, o veículo disponibiliza alguns canais de comunicação direta para a população, os quais foram testados e vistos que estavam na ativa, como telefones, whatsapp e perfil no Instagram e Twitter. Contudo, na gestão, observamos que os princípios e características regimentais não favorecem esse aspecto, permitindo uma participação parcial da sociedade civil, ressalta-se aqui também que o Conselho de Programação não está instituído e nem possui atuação, como previsto no Regimento Interno da RUFM.

Esta pesquisa se voltou para o olhar sobre a programação da RUFM, mas entendemos que ela pode se estender em trabalhos futuros para a análise de outros pontos que caracterizam uma emissora como verdadeiramente pública, por exemplo a análise da transparência, da independência administrativa, financeira e editorial e da gestão.

O percurso de construção deste TCC, como toda pesquisa, teve grandes percalços, sobretudo no que diz respeito ao tempo para a execução dele e, apesar dos desafios encontrados nesse início da jornada de pesquisadora, ainda na graduação, o desejo que fica é o de continuar nos estudos e na defesa de uma comunicação pública efetiva e de fato democrática, em que cidadãos tenham a compreensão de que a radiodifusão pertence à eles e não aos grandes oligopólios.

REFERÊNCIAS

BLOIS, Marlene. Rádio educativo no Brasil: uma história em construção. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2003. Disponível em: <www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP06_blois.pdf>.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. O modelo brasileiro de regulação do audiovisual, Revista Comunicação e Espaço Público, a. 4, v. 1, n. 1, p.71-94, 2001.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. Campo aberto: para a crítica da epistemologia da comunicação. E-book. Sergipe: Edise, 2016

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Usos e significados do conceito comunicação pública. In: Núcleo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional do Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, Brasília, 6, 2006.

_____. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, J. (org.). Comunicação pública: mercado, sociedade, e interesse público. São Paulo: Atlas. 2009. p.1-33.

BRASIL. Decreto no 20.033, de 25 de maio de 1931. Cria o Departamento Oficial de Publicidade. Rio de Janeiro: Governo Provisório da República dos Estados Unidos do Brasil, 1931.

BRASIL. Decreto no 20.047, de 27 de maio de 1931. Regula a execução dos serviços de radiocomunicações no território nacional. Rio de Janeiro: Governo Provisório da República dos Estados Unidos do Brasil, 1931.

BRASIL. Decreto-Lei no 1.915, de 27 de dezembro de 1939. Cria o Departamento de Imprensa e Propaganda e dá outras providências. Rio de Janeiro: Presidência da República, 1939.

BRASIL. Lei no 4.117, de 27 de agosto de 1962. Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações. Brasília: Presidência da República, 1962.

BRASIL. Decreto no 52.795, de 31 de outubro de 1963. Regulamenta os Serviços de Radiodifusão. Brasília: Presidência da República, 1963.

BRASIL. Decreto-Lei no 236, de 28 de fevereiro de 1967. Complementa e modifica a Lei número 4.117 de 27 de agosto de 1962. Brasília: Presidência da República, 1967.

BRASIL. Lei no 6.301, de 15 de dezembro de 1975. Institui política de exploração de serviço de radiodifusão de emissoras oficiais, autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasileira de Radiodifusão. Brasília: Presidência da República, 1975.

BRASIL. Lei no 6.650, de 23 de maio de 1979. Dispõe sobre a criação, na Presidência da República, da Secretaria de Comunicação Social, altera dispositivos

do Decreto-Lei no 200, de 25 de fevereiro de 1967, e dá outras providências. Brasília: Presidência da República, 1979.

BRASIL. Decreto no 95.955, de 22 de abril de 1988. Dá nova redação ao art. 1º do Decreto no 95.916, de 12 de abril de 1988, que autoriza RADIOBRÁS a alienar as emissoras de rádio e televisão que menciona. Brasília: Presidência da República, 1988.

BRASIL. Decreto no 96.212, de 22 de junho de 1988. Dispõe sobre a incorporação da Empresa Brasileira de Notícias à Empresa Brasileira de Radiodifusão e dá outras providências. Brasília: Presidência da República, 1988.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília: Assembleia Nacional Constituinte, 1988.

BRASIL. Medida provisória no 398, de 10 de outubro de 2007. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta, autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação - EBC, e dá outras providências. Brasília: Presidência da República, 2007.

BRASIL. Lei no 11.652, de 7 de abril de 2008. Conversão da MP 398; altera a Lei no 5.070, de 7 de julho de 1966. Brasília: Presidência da República, 2008.

BRASIL. Medida provisória no 744, de 1º de setembro de 2016. Altera a Lei no 11.652. Brasília: Presidência da República, 2016.

BRASIL. Lei no 13.417, de 1º de março de 2017. Altera a Lei no 11.652, de 7 de abril de 2008. Brasília: Presidência da República, 2017.

BUCCI, Eugênio. Em Brasília, 19 horas: a guerra entre a chapa-branca e o direito à informação no primeiro governo Lula. Rio de Janeiro: Record, 2008.

_____; CHIARETTI, Marco; FIORINI, Ana Maria. Indicadores de qualidade nas emissoras públicas: uma avaliação contemporânea. Brasília: Unesco, 2012. (Serie Debates CI, n. 10)

_____. O Estado de Narciso: A comunicação pública a serviço da vaidade particular. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

CALVET, Maria Leovigilda Bezerra. Rádio Universitária FM - UFC: na escuta com o ouvinte. Fortaleza, CE, 2005. TCCP (especialização em Gestão Universitária) - Universidade Federal do Ceará. Superintendência de Recursos Humanos. Departamento de Contabilidade. Departamento de Desenvolvimento Pessoal, Fortaleza, 2005. Disponível em: <http://www.repositoriobib.ufc.br/000003/00000381.pdf>.

CURADO, Camila Cristina; BIANCO, Nélia Rodrigues Del. O conceito de radiodifusão pública na visão de pesquisadores brasileiros. In: CONGRESSO

BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27., 2014, Foz do Iguaçu. Anais [...] Foz do Iguaçu: 2014.

DUARTE, Jorge Antonio Menna ; SILVA, Heloiza Dias da . Política de comunicação e gestão empresarial: a experiência da Embrapa. *Organicom (USP)* , v. n° 6, p. 10-25, 2007.

DUARTE, Jorge (Org.). *Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

_____. Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009, p.59-71.

_____. Sobre a emergência do(s) conceito(s) de comunicação pública. In: Margarida Maria Krohling Kunsch. (Org.). *Comunicação Pública*. 1 ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2011, v. 1, p. 121-134.

DUARTE, Jorge Antonio Menna; Nassar, Paulo; MAIA, Lincoln Macário (Orgs.) *Glossário de Comunicação Pública*. São Paulo: Aberje Editorial/ABCPública, 2020.

DEL BIANCO, Nélia R.; ESCH, C. E.; MOREIRA, S. V. Radiodifusão pública: um desafio conceitual na América Latina. *Revista FSA, Teresina*, v10, n4, art4, p. 67-86, Out./Dez. 2013

DE MINGO, Ivana. *As emissoras estatais de rádio e a radiodifusão de serviço público: estudo de caso sobre as emissoras rádio vinculadas ao poder executivo no Brasil*. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Territorialidades) – Centro de Artes, Universidade Federal do Espírito Santo. Espírito Santo, p. 369. 2021.

_____, REBOUÇAS, Edgard. Estudo de caso sobre as emissoras estatais de rádios brasileiras. *Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana - MG*, v. 12, n. 03, p. 113-147, set./dez. 2021

_____, REBOUÇAS, Edgard. A prática da radiodifusão pública nas rádios públicas estatais estaduais. 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, João Pessoa, PB, setembro, 2022.

FREITAS, Maralice Magalhães de. *Radiodifusão pública no Brasil segundo os princípios da UNESCO*. 2017. 192f. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão de Processos Institucionais) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2017.

FREIRE, P. **Extensão ou comunicação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 7ª Ed., 1983.

FUNDAÇÃO Cearense de Pesquisa e Cultura. *Regimento da Rádio Universitária (FM)*. Fortaleza, 1980.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 2002

GÓMEZ, Gislene Moreira. NOMIC 30 anos: O que vamos comemorar? Revista IHU On-Line, São Leopoldo, RS, ed. 337, p. 40-41, agosto, 2010. Disponível em: <<https://www.ihuonline.unisinos.br/media/pdf/IHUOnlineEdicao337.pdf>>

HASWANI, Mariângela Furlan. Comunicação Pública: bases e abrangência. 1. ed. Editora Saraiva, 2013. Formato eBook. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/centrooeste2014/resumos/R41-0034-1.pdf>>.

INTERVOZES. Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus, 2009.

KISCHINHEVSKY, Marcelo, MUSTAFÁ, Izani, MACHADO, Lara, RANCAN, Ludmila. Rádios universitárias no Brasil: expansão em risco. 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, João Pessoa, PB, setembro, 2022. São Paulo: Intercom, 2022. Disponível em: <<https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0802202218023162e990e767645>>.

KOÇOUSKI, Marina. A comunicação pública face ao dever estatal de informar: para não dizer que não falei de flores - estudo de caso do Incra-SP. 2012. 237 f., il. Dissertação (Mestrado de Comunicação e Artes) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

_____. Comunicação pública: construindo um conceito. In: MATOS, Heloiza (Org.). Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA-USP, 2012. p. 41-57.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Comunicação pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. In: MATOS, Heloiza (Org.). Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA-USP, 2012. p. 13-22.

LEAL FILHO, L; REBOUÇAS, E. O controle social na televisão: os casos da campanha “Quem financia a baixaria é contra a cidadania”, no Brasil, e dos advocacy groups, nos Estados Unidos. II Colóquio Brasil Estados Unidos em Ciências da Comunicação. Intercom, Rio de Janeiro, 2005.

LIMA, Francisca Almira Murta de. Radiodifusão Educativa : Avaliação do Projeto de Educação Não-Formal Desenvolvido pela Rádio Universitária FM da Universidade Federal do Ceará (UFC). Fortaleza, CE, 2005. TCCP (especialização em Gestão Universitária) - Universidade Federal do Ceará. Curso de Especialização em Gestão Universitária, Fortaleza, 2005. Disponível em: <<http://www.repositoriobib.ufc.br/000003/0000030D.pdf>>.

LOPES, Cristiano Aguiar. Regulação da radiodifusão educativa. Estudo para Consultoria Legislativa. Câmara dos Deputados, Brasil, 2011.

LÓPEZ, Juan Camilo Jaramillo. Experiencia de la Comunicación Pública, The communication initiative network, Canadá, ago. 2003. Seção América Latina. Disponível em: <<http://www.comminit.com/es/node/150447>>.

_____. Propuesta general de comunicación pública. Bogotá, 2010b. LÓPEZ, Juan Camilo Jaramillo et al. Modelo de comunicación pública organizacional e informativa para entidades del estado – MCPOI. Bogotá: Usaid/ Casals & Associates Inc., 2004.

_____. Advocacy: uma estratégia de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. p. 61-80.

_____. La sociedad es lo que los seres humanos queremos que sea: reflexiones sobre abogacía y comunicación pública. In: Programa latinoamericano de “advocacy” en salud, Encontro Anual, 2010a, São Paulo.

MAINIERI, Tiago; MEDEIROS, Magno (org.). Comunicação pública e cidadania: conceitos, desafios e enfrentamentos. Goiânia: Cegraf UFG, 2022. 357 p.

MANCINI, Paolo. Manuale di comunicazione pubblica (1996/2002). 5.ed. Roma-Bari: Laterza, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Televisão pública, televisão cultural: entre a renovação e a invenção. In: RINCÓN, Omar (Org.). Televisão pública: do consumidor ao cidadão. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002, p. 41-81.

MATOS, Heloiza. A Comunicação Pública no Brasil e na França: desafios conceituais. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXII, 2009, Curitiba. Anais. Curitiba, 2009.

MATOS, Heloiza. Comunicação pública, esfera pública e capital social. In: DUARTE, Jorge (org.). Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009, p.47-58.

MATOS, Heloiza. A comunicação pública na perspectiva da teoria do reconhecimento. In: KUNSCH, M. M. K. (org.). Comunicação pública, sociedade e cidadania. São Paulo: Difusão. 2011. p.39-59.

MAZOCCO, Fabrício J. DOSSIÊ COMUNICAÇÃO PÚBLICA. Revista *ComCiência*, v. 236, jun. 2022. ISSN 1519-7654. Disponível em: <<https://www.comciencia.br/comunicacao-publica-um-conceito-em-construcao/>>.

MEDEIROS, Armando Medeiros; CHIRNEV, Lilian. Guia de Comunicação Pública. Brasília: Associação Brasileira de Comunicação Pública, 2021

MENDEL, Toby; SOLOMON, Eve. O ambiente regulatório para a radiodifusão: uma pesquisa de melhores práticas para os atores-chave brasileiros. Série Debates CI no7. Brasil: UNESCO, 2011

MENDEL, Toby. Serviço público de radiodifusão: um estudo de direito comparado. Brasília: UNESCO, 2011. Título original: Public service broadcasting: a comparative legal survey. 2.ed. rev. updt. Paris: UNESCO, 2011.

OLIVEIRA, Maria José da Costa. Comunicação pública e os setores não estatais. In: OLIVEIRA, Maria José da Costa (org.). Comunicação pública. Campinas: Alínea, 2004, p.187-201.

PELLEGRINI, P. (2022). RÁDIO EDUCATIVA E RÁDIO PÚBLICA: semelhanças e diferenças à luz da legislação. Cambiassu: Estudos Em Comunicação, 230–244. Disponível em:
<https://www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/cambiassu/article/view/19034>

PIERANTI, Octavio Penna. A radiodifusão pública resiste: A busca por independência no Brasil e no Leste Europeu. Brasília: FAC-UnB, 2018.

PINHEIRO, Andréa, LIMA, Nonato, MARQUES, Paula. Panorama do Rádio em Fortaleza. 33º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul, RS, setembro, 2010. São Paulo: Intercom, 2010. Disponível em:
<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0130-1.pdf>

REBOUÇAS, Edgard. Lobby nas políticas e estratégias de comunicações: a movimentação dos atores sociais no Brasil e no Canadá. Anais. NP – Políticas e Estratégias de Comunicação. IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. XXVII Intercom, Porto Alegre, 2004.

SOUZA, A. N.; DA LUZ, C. R. M. A EBC e a Comunicação Pública no Brasil. Liinc em Revista, v. 16, n. 1, p. e5130, 2020. Disponível em:
<https://doi.org/10.18617/liinc.v16i1.5130>

UNESCO. Many Voices, One World. Um mundo e muitas vozes: comunicação e informação na nossa época. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1983.
https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000191624_por

_____. Public Broadcasting: Why? How?. Estudo preparado por World Radio and Television Council, Montreal (Quebec) Canadá e Centre d'études sur les médias Université Laval Sainte-Foy (Québec) Canadá. Paris: 2001. Disponível em:
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124058.locale=en>

_____. Radiotelevisión de servicio público: um manual de mejores prácticas. San Jose, Costa Rica: Oficina de la UNESCO para América Central, 2006.

_____. Tendências Mundiais sobre liberdade de expressão e desenvolvimento da mídia. Título original: “World Trends in Freedom of Expression and Media Development”. Editado por Courtney C. Radsch e Rachel Pollack. Paris: 2014. Tradução de Romes de Sousa Ramos: Brasília: 2016.

VALENTE, Jonas. Concepções e abordagens conceituais sobre Sistema Público de Comunicação. In: INTERVOZES. Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus, 2009. p.25-46

_____, Jonas. Sistema público de comunicação do Brasil In: INTERVOZES. Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus, 2009. p.269-289

_____, Jonas. Regulação democrática dos meios de comunicação. Coleção O que saber, v. 2. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2013. Disponível em: <https://fpabramo.org.br/publicacoes/wp-content/uploads/sites/5/2017/05/colecaoquesaber-02.pdf>.

WEBER, Maria Helena. Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade. In: WEBER, Maria Helena; COELHO, Marja Pfeifer; LOCATELLI, Carlos. (Org). Comunicação pública e política: pesquisas e práticas. Florianópolis: Insular, 2017. p. 23-56.

_____, LOCATELLI, Carlos. (2022). Realidade e limites da pesquisa empírica em comunicação pública. *MATRIZES*, 16(1), 141-159.

YIN, Robert K. Estudo de caso: Planejamento e métodos. Trad. Daniel Grassi. –2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001

ZÉMOR, Pierre. La Communication Publique. Paris: PUF, Col. Que sais-je ?. Tradução de Elizabeth Brandão, 1995.

_____. As formas da Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

_____. Como anda a Comunicação Pública. Revista do Serviço Público, Brasília, v. 60, n. 2, p. 189-195, abr./jun. 2009. Disponível em: <seer.enap.gov.br/index.php/RSP/article/view/21/18>.

APÊNDICE A - PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO UNIVERSITÁRIA FM

PROGRAMAÇÃO DE MAIO DE 2023 RUFM

	Programa	Veiculação	Descrição	Participação comunidade	Tipo
1	Acordes	Todos os dias da semana das 6h às 7h.	Seleção de música instrumental com música brasileira, ritmos latinoamericanos, jazz e blues, big bands e brass bands, afrobeat, trilhas sonoras e outras composições internacionais.	Não	Musical
2	Estação 107	De segunda a sexta das 7h às 8h.	Programa musical que conta com a ambiência sonora de uma estação de trem. Cada sequência musical é preenchida com músicas de um compositor brasileiro em versões de variados intérpretes.	Não	Musical
3	Reouvindo o Nordeste	Segunda a sábado das 8h às 9h30.	Programa que preserva e divulga as manifestações artístico-culturais do Nordeste, transmitindo toda a riqueza e a versatilidade da música popular nordestina.	Sim	Musical
4	Brasil em Todos os Tempos	Segunda a sexta das 9h30 às 11h.	O programa compõe uma paisagem do cenário musical brasileiro mesclando tempos, ritmos, tendências, estilos e sotaques do país.	Não	Musical
5	Jornal da Universitária	Segunda a sexta das 11h às 11h30.	Entrevistas, reportagens e notícias regionais e nacionais sobre os fatos que aconteceram ao	Não	Jornalístico

			longo do dia.		
6	Rádio Debate	Segunda a sexta das 11h30 às 12h30.	O programa aborda assuntos que normalmente não têm o espaço devido na imprensa convencional. São apresentados temas ligados à política, economia, religião, saúde, cultura e movimentos populares.	Não	Jornalístico
7	Sonorama	Segunda a sexta das 12h30 às 14h.	O programa apresenta aos ouvintes uma playlist com artistas consagrados da MPB e da nova geração da música brasileira.	Não	Musical
8	Mistura Brasileira	Segunda a sábado das 15h às 16h.	Programa musical que une o clássico e o contemporâneo da música nacional.	Não	Musical
9	Fim de Tarde	Segunda a sábado das 17h às 18h.	Programa com o melhor da música brasileira produzida nas últimas cinco décadas.	Não	Musical
10	Canta Brasil	Segunda a sexta das 18h às 19h.	Programa musical que reúne as grandes vozes e interpretações que marcaram e marcam o cenário da música no Brasil.	Não	Musical
11	Música Erudita	Todos os dias da semana das 22h às 00h.	Programa dedicado à veiculação de música de concerto e informações sobre obras, intérpretes e compositores. Além do repertório já consagrado, a programação traz também novidades da área: novas gravações, novas composições e novas interpretações.	Não	Musical

12	Seleção Musical	Todos os dias das 00h às 6h. Na quinta das 14h às 16h. Nas sextas das 20h às 21h. No sábado das 7h às 8h e das 13h às 13h30. No domingo das 12h às 13h, das 14h às 16h.	Seleções de música popular brasileira que tocam entre uma programação e outra.	Não	Musical
13	Saúde e Prevenção	Segunda das 14h às 14h30.	Programa multidisciplinar que discute formas de prevenção e tratamento de diversos tipos de cânceres com entrevistados da área de saúde.	Sim	DC / Cult. / Varied.
14	Falando Ciência	Segunda das 14h30 às 15h. Sábado das 13h30 às 14h.	Programa com foco na divulgação científica que promove o debate sobre temas relevantes e do cotidiano do ouvinte, correlacionando-os com os trabalhos já desenvolvidos pela Universidade. Realizado em parceria com o Centro de Ciências e o Campus de Russas da UFC.	Sim	DC / Cult. / Varied.
15	Nossa Cultura	Segunda das 16h às 17h.	O Nossa Cultura é um espaço de divulgação e valorização dos diversos projetos culturais e artísticos da UFC, e da produção de servidores e alunos que realizam atividades na área cultural, agentes	Sim	DC / Cult. / Varied.

			<p>culturais e egressos dos cursos da UFC que desenvolvam produções artísticas.</p> <p>O Nossa Cultura é um Programa da Secretaria de Cultura da UFC em parceria com a Rádio Universitária FM e Fundação Cearense de Pesquisa e Cultura.</p>		
16	Noite de Serenata	Segunda das 20h às 21h.	O programa apresenta canções de seresta tocadas ao vivo nos estúdios da Universitária FM.	Sim	Musical
17	Encontro com o Jazz	Segunda, quarta e sexta das 21h às 22h.	O programa apresenta as diversas modalidades de jazz, como ragtime, chicago, swing, bebop, cool jazz, hard bop, e free jazz. A cada edição, você ouve novos intérpretes, autores, histórias, entrevistas e novidades do mundo do jazz.	Sim	Musical
18	Mundo do Trabalho	Terça das 14h às 15h.	Tem produção do Núcleo de Economia Política da UFC	Sim	Jornalístico
19	Debate Público (MPCE)	Terça das 16h às 17h.	<p>Espaço para discutir com profundidade temas de interesse social, reforçando o papel do MPCE na defesa da justiça e na promoção de políticas públicas. O Debate Público conta com notícias, reportagens e entrevistas, além de quadros especiais.</p> <p>Debate Público, programa do Ministério</p>	Sim	Jornalístico

			Público do Estado do Ceará (MPCE) em parceria com a Rádio Universitária FM e a Fundação Cearense de Pesquisa e Cultura.		
20	Brasil Novos Sons	Terça das 20h às 21h. Domingo das 17h às 18h.	O programa desenha um mapa da nova música popular brasileira reunindo música e informação sobre músicos e cantores que estão despontando no cenário musical.	Não	Musical
21	Encontro com o Blues	Terça e quinta das 21h às 22h.	O programa apresenta repertório voltado exclusivamente para o Blues, além de trazer informações e notícias relacionadas ao tema.	Sim	Musical
22	Todos os Sentidos	Quarta das 14h às 15h.	O programa dá voz às pessoas com necessidades especiais na defesa de seus direitos e favorece a interação entre elas e o mundo ao redor. Enfrentando e destruindo preconceitos, o programa dá visibilidade a pesquisas e ações desenvolvidas na área.	Sim	DC / Cult. / Varied.
23	Musicultura	Quarta das 16h às 17h.	Projeto de extensão, coordenado pelo Prof. Dr. Pedro Rogério, que traz como proposta a difusão da produção do campo de cultura e arte da Universidade Federal do Ceará. Divulga as produções artísticas, assim como dos estudos e pesquisas de professores e	Sim	Musical

			estudantes do Curso de Música da UFC e outros agentes do campo artístico musical.		
24	Vozes e Versos	Quarta das 20h às 21h.	Esta revista semanal busca revelar o universo da cultura e da arte, por meio da música e literatura em permanente diálogo com a cena artística local e nacional.	Sim	Musical e DC / Cult. / Varied.
25	Pessoal do Ceará	Quinta das 16h às 17h.	Seleção musical de intérpretes, compositores e músicos cearenses. O programa apresenta, também, entrevistas e informações culturais sobre eventos, shows e programações locais.	Não	Musical
26	MPB Especial	Quinta das 20h às 21h. Domingo das 15h às 16h.	Programa especial que dedica uma hora completa a um único artista. Grandes nomes da música brasileira são homenageados a cada semana.	Não	Musical
27	Escutar e Pensar	Sexta das 14h às 15h.	O programa cria uma ponte entre a Psicanálise e outras áreas do conhecimento discutindo temas comuns ao dia a dia de todos, mas que nem sempre são abordados adequadamente. Realizado pelo Núcleo Psicanalítico de Fortaleza (NPF), em parceria com a Sociedade Brasileira de Psicanálise do Rio de Janeiro (SBPRJ) e a Rádio Universitária FM.	Sim	DC / Cult. / Varied.

28	Cordas, Bandas e Metais	Sexta das 16h às 17h.	O programa apresenta músicas instrumentais enfocando, especialmente, a música instrumental cearense, com destaque aos músicos que garantiram seu espaço na música popular brasileira.	Não	Musical
29	Novas Dimensões	Sábado das 11h às 11h30.	O programa promove a qualidade de vida da população com informações e debates sobre as mais diversas áreas da saúde.	Sim	DC / Cult. / Varied.
30	O Disco da Semana	Sábado das 12h às 13h.	O programa destaca um disco nacional a cada edição. As músicas são acompanhadas de informações sobre os músicos.	Não	Musical
31	Sem Fronteiras	Sábado das 14h às 16h.	Programa de caráter temático, pontuado por músicas e poemas. Pauta-se na reverência à diversidade de línguas, raças, religiões e idades.	Sim	Musical e DC / Cult. / Varied.
32	Cantos do Mundo	Sábado e domingo das 16h às 17h.	O Cantos do Mundo te leva numa viagem pelo mundo através da música!	Não	Musical
33	Frequências Beatles	Sábado das 18h às 20h.	Programa com canções e informações do famoso quarteto de Liverpool e da carreira solo de John, Paul, George e Ringo.	Não	Musical
34	Romântico 107	Sábado das 20h às 22h.	Programa que reúne grandes clássicos e novos sucessos da música romântica internacional.	Não	Musical

35	Sempre aos Domingos	Domingo das 7h às 8h30.	Seleção musical de clássicos da MPB do período de 1850 a 1980. Além dos registros originais, traz também regravações mais recentes.	Não	Musical
36	Arquivo de Cera	Domingo das 8h30 às 10h.	Programa temático elaborado com gravações em discos de cera, que datam de 1902 a 1964, do acervo pessoal do pesquisador Nirez. A seleção musical é formada por músicas brasileiras e versões de músicas estrangeiras em português.	Sim	Musical
37	Brasileirinho	Domingo das 10h às 12h.	Programa dedicado ao choro instrumental e cantado. Além de gravações, traz apresentações ao vivo, informações e entrevistas com grandes nomes do gênero.	Não	Musical
38	Memória 107	Domingo das 13h às 14h.	Programa temático com música e informação, homenageando uma data especial na história da Música Popular Brasileira.	Não	Musical
39	Zumbi	Domingo das 18h às 20h.	Programa dedicado à música produzida no âmbito do hip hop brasileiro, especialmente lançamentos, acolhendo também produções que orbitam essa cultura black. Além da programação musical, também são transmitidas entrevistas com artistas e notícias das culturas de periferia.	Sim	Musical e DC / Cult. / Varied.

40	MPB Social Clube	Domingo das 20h às 22h.	Seleção musical baseada nos clássicos da Música Popular Brasileira com interpretações posteriores à década de 1960.	Não	Musical
-----------	------------------	-------------------------	---	-----	---------

BOLETINS JORNALÍSTICOS

	Boletim jornalístico	Veiculação	Participação comunidade	Tipo
1	UFC Informa	08h / 09h / 10h / 13h30 / 14h30 / 15h30 / 17h30	Não	Jornalístico
2	Universitária Informa	08h30 / 09h30 / 10h30 / 14h / 15h / 16h / 17h	Não	Jornalístico
3	Agenda Cultural	10h30 / 16h30	Não	Jornalístico
4	Universitária Notícia	Segunda a Sexta às 18h.	Não	Jornalístico

PROGRAMETES

	Programete	Descrição	Veiculação	Participação comunidade	Tipo
1	Minuto da Língua	O professor Olímpio Araújo dá dicas de português de forma simples e acessível para todos.	Intervalos da programação	Sim	DC / Cult. / Varied.

APÊNDICE B - PUBLICIDADE NA RÁDIO UNIVERSITÁRIA FM

PROPAGANDA DIA 22 DE MAIO DE 2023 DAS 6H ÀS 22H

HORÁRIO	TEMPO TOTAL	CONT. JORNAL.	CONT. EDUCAT.
06h58	15s	-	-
07h28	23s	-	-
07h58	2m08s	41s	-
08h28	2m39s	2m28s	-
08h58	1m26s	36s	-
09h28	3m04s	42s	2m14s
09h58	1m36s	41s	-
10h28	3m02s	2m53s	-
10h58	1m05s	-	-
11h28	2m37s	-	2m14s
11h58	1m38s	-	-
12h28	1m04s	-	-
12h58	1m34s	45s	-
13h28	1m54s	1m06s	-
13h58	1m30s	44s	-
14h28	3m24s	35s	-
14h58	3m21s	37s	-

15h28	3m22s	2m37s	-
15h58	3m24s	49s	2m14s
16h28	45s	37s	-
16h58	1m08s	53s	-
17h28	2m38s	44s	-
17h58	1m52s (sendo 1m36s da música Ave Maria Sertaneja)	-	-
18h28	2m34s	2m26s	-
18h58	1m29s	-	-
19h28	Voz do Brasil (sem intervalo)	-	-
19h58	44s	-	-
20h28	24s	-	-
20h58	1m07s	-	-
21h28	23s	-	-
21h58	44s	-	-

Total = 3.194 segundos = 53m14s

Conteúdo jornalístico = 1.328 segundos = 22m8s

Conteúdo educativo = 402 segundos = 6m42s

54,16% da publicidade é de conteúdos jornalísticos e educativos.

ANEXO A - REGIMENTO INTERNO DA RÁDIO UNIVERSITÁRIA FM

FUNDAÇÃO CEARENSE DE PESQUISA E CULTURA

REGIMENTO DA RÁDIO UNIVERSITÁRIA (FM), APROVADO PELO CONSELHO CURADOR DA FUNDAÇÃO CEARENSE DE PESQUISA E CULTURA, NA REUNIÃO DE 07 DE OUTUBRO DE 1980.

Art.1º. A FUNDAÇÃO CEARENSE DE PESQUISA E CULTURA, foi criada pela Universidade Federal do Ceará e instituída como órgão privado através da escritura pública de 18 de janeiro de 1977, no Cartório do 1º Ofício de Notas, da Comarca de Fortaleza. Livro nº 7-D, manterá nos mesmos termos dos Arts. 5º, §§ 1º e 2º, e 8º de seu Estatuto, uma emissora de Radiodifusão em Frequência Modulada, que se regerá por este Regimento, pelo Estatuto da Fundação e pela legislação pertinente em vigor.

Parágrafo único - A Emissora adotará, como de fantasia, o nome de “Radio Universitária (FM)”.

Art. 2º. A Emissora funcionará sob a responsabilidade da Fundação Cearense de Pesquisa e Cultura, não se permitindo que pessoas outras, físicas ou jurídicas, nacionais ou estrangeiras, sobre ela exercem qualquer tipo de controle, direto ou indireto.

Art. 3º. A emissora dedicar-se-á, sem finalidades comerciais, a uma programação de caráter sócio-educativo-cultural, perseguindo, sobretudo, os seguintes objetivos:

a) estimular, na Comunidade, a memória e o registro das manifestações culturais do Ceará, no intuito de gerar soluções criativas para a resolução dos problemas comunitários, em consonância com a tradição cultural;

b) provocar, na Comunidade, por meio da informação e do debate crítico, sobre os problemas que a afligem ou os 2 eventos a que ela assiste, atitudes de reflexão e criatividade que a induzam a mudanças de comportamento;

c) prestar à população, principalmente à carente sob o prisma sócio-educativo, informações sobre técnica e condutas de utilidade social, produzidas com a orientação de especialistas das Instituições de Ensino Superior do Estado Ceará.

Art. 4º. Na realização dos objetivos mencionados no artigo anterior, a Emissora procurará atender às diretrizes da política nacional de educação e cultura,

fixadas pelo Ministério de Educação e Cultura, e, ao mesmo tempo, emprestar amplitude e substância às iniciativas dessa natureza que se manifestem nas Instituições de Ensino Superior localizadas na área geográfica por ela alcançada, às quais, a qualquer tempo, ficará aberto espaço à participação.

CAPÍTULO II Estrutura Administrativa

Art. 5º. A Emissora será administrada pelos seguintes órgãos, subordinados, na estrutura administrativa da Fundação, à Secretaria Executiva e ao Conselho Curador, nos planos executivo e deliberativo, respectivamente:

- I. - Conselho Diretor;
- II. - Conselho de Programação;
- III.- Setores Especializados.

Art. 6º. O Conselho Diretor, órgão superior de administração específica da Emissora, será composta de 5 (cinco) membros, designados pelo Secretário Executivo da Fundação, dentre docentes das Instituições de Ensino Superior do Estado do Ceará que, em convênio com a Fundação, hajam-se comprometido a uma participação efetiva e contínua na programação da Rádio Universitária (FM).

Parágrafo único - Dentre os membros do Conselho Diretor, o Secretário Executivo da Fundação designará um Diretor Executivo a quem incubirão as tarefas da rotina administrativa da Emissora, nos termos deste Regimento, e, ao mesmo tempo, a presidência das reuniões do Conselho Diretor e do Conselho de Programação.

Art. 7º. São Competências do Conselho Diretor:

- a) exercer, nos termos deste Regimento, a administração dos serviços gerais específicos da Emissora;
- b) elaborar planos gerais e plurianuais de ação administrativa da Emissora, submetendo-os à aprovação da Secretaria Executiva e do Conselho Curador da Fundação;
- c) emitir normas disciplinadoras do funcionamento interno da Emissora;
- d) realizar a seleção e a avaliação do pessoal técnico e administrativo da Emissora, fazendo a Secretaria Executiva da Fundação indicações para fins de contratação ou rescisão contratual;
- e) manifestar-se, quer pela apresentação de propostas quer pela emissão de pareceres, nos casos de administração de pessoal da Emissora, junto à Secretaria Executiva da Fundação;

f) manter informada a Secretaria Executiva da Fundação sobre as atividades desenvolvidas no âmbito da Emissora, oferecendo subsídios à elaboração de relatórios e de propostas orçamentárias a serem encaminhados ao Conselho Curador da Fundação;

g) assessorar a Secretaria Executiva da Fundação na elaboração e execução de projetos de crescimento quantitativo e qualitativo da entidade, no que tange a serviços de radiodifusão;

h) cumprir e fazer cumprir este Regimento, o Estatuto da Fundação e a legislação pertinente em vigor.

Art. 8º. O Conselho de Programação, órgão de natureza consultiva, subordinado ao Conselho Diretor, será composto de 5 (cinco) membros, designados pelo Secretário Executivo da Fundação, escolhidos entre docentes efetivamente vinculados às iniciativas técnico-sócio-educativas e culturais nas Instituições de Ensino Superior do Estado do Ceará que, em convênio com a Fundação, hajam-se comprometido a uma efetiva e contínua participação na programação da Emissora.

Art. 9º. São competências do Conselho de Programação:

a) definir a filosofia de ação pedagógico-cultural da Emissora, estabelecendo-lhe as linhas de programação e submetendo-as ao Conselho Diretor;

b) programar e executar, com assistências dos setores especializados, cursos de natureza tele-educativa;

c) promover a articulação entre a emissora e as comunidades acadêmicas das Instituições de Ensino Superior que participem da programação da Emissora;

d) promover estudos e propor medidas que objetivem a divulgação, a expansão e a qualidade maior do sistema de radiodifusão;

e) assessorar a administração da Emissora, em seus diversos níveis, em assuntos relacionados com a educação e a cultura;

f) exercer outras atividades inerentes à sua natureza, decorrentes de normas a serem emitidas pelo Conselho Diretor.

Art. 10. Os servidores especializados de radiodifusão serão realizados pelos seguintes setores, subordinados ao Conselho Diretor:

I. - Setor de Produção;

II. - Setor de Apoio Técnico;

III.- Setor de Engenharia.

Art. 11. Ao Setor de Produção compete:

- a) elaborar a programação diária da Emissora;
- b) supervisionar a execução dos programas e os horários de emissão;
- c) produzir e realizar programas de natureza sócioeducativos e culturais, obedientes à linha de programação da Emissora.
- d) assistir o Conselho Diretor e o Conselho de Programação em assuntos relacionados com a produção e a realização de programas de radiodifusão;
- e) exercer outras atividades inerentes ao setor e decorrentes de normas a serem emitidas pelo Conselho Diretor.

Art. 12. Ao Setor de Apoio Técnico compete:

- a) planejar, coordenar, controlar e avaliar as atividades relacionadas com a produção de recursos de radiodifusão;
- b) executar serviços (de datilografia, mecanização e outros), necessários à produção e realização de programas radiofônicos;
- c) organizar, coordenar e controlar o funcionamento da biblioteca, da discoteca e dos arquivos do material produzido;
- d) responsabilizar-se pela manutenção e guarda de discos, fitas magnéticas e, enfim, de todo material confiado ao setor;
- e) assistir professores e especialistas no planejamento e na utilização adequada dos recursos de radiodifusão;
- f) analisar e verificar a viabilidade técnica de produção dos recursos solicitados nos roteiros;
- g) executar outras tarefas inerentes ao Setor e decorrentes de normas a serem emitidas pelo Conselho Diretor.

Art. 13. Ao Setor de Engenharia compete:

- a) assegurar a manutenção técnica permanente, bem como a continuidade e a credibilidade, perante o público, da programação da Emissora;

- b) supervisionar o desempenho dos funcionários do Setor;
- c) assessorar o Conselho Diretor no que se refere ao planejamento e à execução de projetos de expansão da Emissora;
- d) acompanhar permanentemente as inovações tecnológicas, métodos, sistemas de operação e a qualidade técnica dos equipamentos da radiodifusão;
- e) exercer outras atribuições inerentes ao Setor e decorrentes de normas a serem emitidas pelo Conselho Diretor.

CAPÍTULO III Disposições Gerais e Finais

Art. 14. A Programação produzida na Emissora será mantida à disposição do Ministério de Educação e Cultura para fins de veiculação em emissoras educativas de outros municípios, Estados, Territórios e da União.

Art. 15. Extinta a Fundação Cearense de Pesquisa e Cultura, os bens e direitos que constituírem o patrimônio da Emissora passarão a integrar, nos termos do que dispõe o Art. 8º da Fundação, o acervo patrimonial de uma nova fundação, que terá a finalidade exclusiva de produzir e veicular programas de radiodifusão.

Art. 16. O presente Regimento poderá ser alterado mediante proposta do Conselho Diretor da Emissora à Secretaria Executiva e aprovação pelo Conselho Curador da Fundação.

Art. 17. O presente Regimento entrará em vigor a partir da sua publicação no DIÁRIO OFICIAL.

Aprovado na sessão de 07 de outubro de 1980.