



RADIOFONIAS

REVISTA DE ESTUDOS EM MÍDIA SONORA

Dossiê “Rádios Universitárias em Tempos de Ataques à Ciência” | V.12, N.1 | 2021.1



PPG
UFOP COM

CONJUR

nrtv
Núcleo de Rádio e TV

INTERCOM
GP Rádio e Mídia Sonora

RADIOFONIAS
REVISTA DE ESTUDOS EM MÍDIA SONORA

antiga Rádio-Leituras | ISSN: 2675-8067

Dossiê “Rádios Universitárias em Tempos de Ataques à Ciência”

V.12, N.1 | 2021.1

Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora, antiga Rádio-Leituras (ISSN 2179-6033), é uma publicação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto, do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor) e do Núcleo de Rádio e TV (NRTV) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Conta com o apoio do Grupo de Pesquisa em Rádio e Mídia Sonora da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). O objetivo da publicação é ser um espaço para análise e reflexão sobre o rádio, a mídia sonora, o rádio-jornalismo e os processos de convergência que dialoguem direta ou indiretamente com as diversas modalidades de comunicação sonora. A revista pretende promover debates e estimular o desenvolvimento e difusão de conhecimento científico, contribuindo, juntamente com outros esforços e iniciativas, para o crescimento do campo dos estudos radiofônicos e da mídia sonora como um todo. Desta forma, a publicação encoraja a abordagem de questões metodológicas e conceituais relativas ao estudo do rádio e da mídia sonora, estimulando também a interdisciplinaridade nas propostas e o diálogo com pesquisadores de outros países. Radiofonias prioriza publicações decorrentes de pesquisas em nível de pós-graduação e inéditas. Destina-se a pesquisadores, professores, profissionais e estudantes de comunicação e especificamente de rádio.

RADIOFONIAS

REVISTA DE ESTUDOS EM MÍDIA SONORA

Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto, do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo e do Núcleo de Rádio e TV da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

realização:

PPG COM
U F O P
Comunicação e Temporalidades

nrtv
Núcleo de Rádio e TV

CONJOR
Convergência e Jornalismo

apoio:



INTERCOM
GP de Rádio e Mídia Sonora

Equipe Editorial / Editorial Board / Equipo Editorial

Debora Cristina Lopez | Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), Brasil

Marcelo Kischinhevsky | Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Brasil

Lena Benzecry | UFRJ, Pós-Doutoranda em Comunicação e Cultura, Brasil

Conselho Editorial / Editorial Board / Consejo Editorial

Belén Monclús

Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), Espanha

Daniel Martín Pena

Universidad de Extremadura (UEx), Espanha

Doris Fagundes Haussen

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) / Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Brasil

Eduardo Meditsch

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Eduardo Vicente

Universidade de São Paulo (USP), Brasil

José Luis Fernández

Universidade de Buenos Aires (UBA), Argentina

Luciano Klöckner

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Brasil

Luiz Artur Ferraretto

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Brasil

Madalena Oliveira

Universidade do Minho (UMinho), Portugal

Mágda Rodrigues da Cunha

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Brasil

Manuel Fernández Sande

Universidad Complutense de Madrid, Espanha

Marcelo Freire

Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), Brasil

María del Pilar Martínez-Costa

Universidad de Navarra, Espanha

Mia Lindgren

Swinburne University of Technology, Austrália

Monica Rebecca Ferrari Nunes

Escola Sup. de Propaganda e Marketing de São Paulo (ESPM-SP)

Nair Prata, Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP)

Nélia Rodrigues Del Bianco

Universidade Federal de Goiás (UFG) e Universidade de Brasília (UnB), Brasil

Othon Fernando Jambeiro

Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Sonia Virginia Moreira

Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Brasil

Tiziano Bonini

Università di Siena, Itália.

RADIOFONIAS
REVISTA DE ESTUDOS EM MÍDIA SONORA

Pareceristas nesta edição

Andrew Ó Baoill
(National University of Ireland Galway)

Eliana Cristina Paula Tenório de Albuquerque
(Universidade Estadual de Santa Cruz)

Elton Bruno Barbosa Pinheiro
(Universidade de Brasília)

Fábola Souza
(Universidade Federal de Ouro Preto)

Giovana Borges Mesquita
(Universidade Federal de Pernambuco)

Gustavo Ferreira
(Universidade Estadual de Maringá)

Luã Chagas
(Universidade Federal de Mato Grosso)

Luis Miguel Pedrero Esteban
(Universidad Nebrija)

Manuel Fernández Sande
(Universidad Complutense de Madrid)

María del Pilar Martínez-Costa
(Universidad de Navarra)

Ricardo Haye
(Universidad Nacional del Comahue)

Mia Lindgren
(Swinburne University of Technology)

Miriam Redin de Quadros
(Universidade Federal de Santa Maria)

Teresa Costa Alves
(Universidade do Minho)

Tiziano Bonini
(Università di Siena)

Projeto Gráfico e diagramação

@Lena_Benz_Comunica

Arte da Capa: Claudia Sobral,
sobre fotos de: canva.com

Editora FACOS/UFMS

Universidade Federal de Santa Maria | Avenida Roraima, 1000
Cidade Universitária - Camobi
CEP: 97105-900
Santa Maria – RS

SUMÁRIO

	PÁG.
APRESENTAÇÃO	
Rádio universitário e o necessário enfrentamento ao negacionismo Marcelo Kischinhevsky, Debora Cristina Lopez e Lena Benzecry,	<u>2</u>
DOSSIÊ “RÁDIOS UNIVERSITÁRIAS EM TEMPOS DE ATAQUES À CIÊNCIA”	
Beyond a spot on the dial Andrew Ó Baoill	<u>9</u>
O rádio universitário ibero-americano: importância e desafios Marina Vázquez Guerrero	<u>35</u>
Rádio como plataforma midiática e social no enfrentamento à pandemia de Covid-19: a experiência da Rádio Universitária Paulo Freire Cecília Almeida Rodrigues Lima, Yvana Fechine, Ana Veloso, Paula Reis Melo e Ivo Henrique Dantas	<u>58</u>
A pandemia do novo coronavírus e a veiculação de informações científicas pelas ondas da FM Universitária 96,7 da UFPI Nilsângela Cardoso Lima e Urziana Damasceno Viana De Moraes	<u>91</u>
Los medios universitarios en tiempos de infodemia: El caso de la Universidad de Extremadura Daniel Martín Pena e Macarena Parejo Cuellar	<u>119</u>
El trabajo de la radio universitaria en la pandemia Lucia Casajús, Noelia Giorgi e Mario Giorgi	<u>135</u>
Laboratory radio and community communication initiatives Fernando Oliveira Paulino, Mariana Ferreira Lopes e Madalena Oliveira	<u>161</u>
ENTREVISTA (português / español)	
Verónica Orihuela: Os desafios da perspectiva de gênero no rádio universitário / <i>Verónica Orihuela: Desafíos desde una perspectiva de género en la radio universitaria</i> Debora Cristina Lopez	<u>180</u> <u>187</u>
ARTIGO LIVRE	
Rádio local e comunidades afetivas em tempos de pandemia: estudo de caso de emissoras em Viçosa, Minas Gerais Kátia de Lourdes Fraga	<u>194</u>

APRESENTAÇÃO

Rádios universitárias e o necessário enfrentamento ao negacionismo

Marcelo Kischinhevsky, Debora Cristina Lopez e Lena Benzecry

Rádios universitárias não existem no marco legal brasileiro, o que diz muito sobre nosso arcabouço regulatório. O que temos no país são rádios educativas, sejam elas geridas por instituições de ensino superior ou fundações privadas sem qualquer atuação na área de educação. Nesse contexto, as pesquisas sobre a radiodifusão universitária no Brasil se limitaram, nas últimas décadas, a estudos de caso de emissoras específicas, salvo honrosas exceções (cf., entre outros, SPENTHOF, 1998, e DEUS, 2003 e 2006).

>> Como citar este texto

KISCHINHEVSKY, M.; LOPEZ, D.C.; BENZECRY, L. Rádios universitárias e o necessário enfrentamento ao negacionismo. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana - MG, v. 12, n. 01, p. 02-07, jan./abr. 2021.

Sobre a Equipe Editorial

Debora Cristina Lopez

debora.lopez@ufop.edu.br

<https://orcid.org/0000-0002-1030-1996>

Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA, é professora dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR) e de Ouro Preto (UFOP), onde também leciona na graduação de Jornalismo. Coordena os Grupos de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora, da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e Convergência e Jornalismo (ConJor), além do Laboratório de Inovação em Jornalismo, ambos na UFOP.

Marcelo Kischinhevsky

marcelok@forum.ufrj.br

<https://orcid.org/0000-0002-4838-2162>

Doutor e mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), é diretor do Núcleo de Rádio e TV da mesma instituição, onde leciona nos cursos de Jornalismo e Rádio e TV. É também professor do PPGCom da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ).

Lena Benzecry

lena.benzecry@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1258-8123>

Pós-doutoranda na ECO/UFRJ, é pesquisadora do Núcleo de Rádio e TV na mesma instituição.

Só na década de 2010, com a sistematização de estudos em nível internacional, principalmente no contexto ibero-americano (VÁZQUEZ GUERRERO, 2015, MARTÍN-PENA, PAREJO CUÉLLAR e VIVAS MORENO, 2016, MARTÍN-PENA, MARTA-LAZO e ORTIZ SOBRINO, 2016) essa lacuna ficou evidenciada e começou a ser preenchida (ver, entre outros, KISCHINHEVSKY, MUSTAFÁ, MATOS e COUTINHO, 2018a, TEMER, ESCH, REBOUÇAS, MALCHER, PRATA, DEL BIANCO, LOPES e ZUCULOTO, 2019, KISCHINHEVSKY, MUSTAFÁ, PIERANTI e HANG, 2018b, KISCHINHEVSKY, MUSTAFÁ e VALE, 2019, PIERANTI, 2019, LOPEZ, FREIRE e VIANA, 2019).

Rádios universitárias vêm se desenvolvendo de formas distintas em diversos países, mas em geral enfrentam dificuldades de financiamento, desafios regulatórios e problemas para estabelecer vínculos com audiências mais amplas, para além dos muros das instituições de ensino superior. Nunca antes, contudo, os ataques ao conhecimento produzido nas universidades foram tão intensos, na esteira de campanhas sistemáticas de desinformação, intensificadas durante a pandemia de Covid-19.

Governos de extrema-direita ao redor do mundo vêm mirando em universidades e na mídia profissional, entendidos como espaços (mais ou menos) democráticos de construção de conhecimento e de construção da agenda pública de debates. Rádios universitárias, consideradas aqui como integrantes do campo mais amplo da radiodifusão pública e educativa, tornam-se alvos por tabela, sofrendo com a falta de recursos materiais e humanos. Como se a comunicação não fosse um direito fundamental, chave para a inclusão social e a redução das desigualdades.

Considera-se também, na radiodifusão universitária, seu caráter essencial de relação com a comunidade, de divulgação científica, de aproximação aos públicos e de formação não só a partir da ciência, mas a partir do contexto e dos problemas cotidianos do público. As rádios universitárias são agentes desses processos comunicacionais e seu potencial de diálogo permite que compreendam os múltiplos cenários sociais em que se inserem as audiências. Fazem, então, comunicação pública pensada também a partir dos

próprios objetivos das universidades, envolvendo processos inovadores, construção e difusão do conhecimento científico, diálogo com a comunidade regional e atenção aos problemas que afetam direta e indiretamente aos seus públicos.

Não se trata de uma comunicação descolada da realidade, mas de um fazer que luta, mesmo em condições adversas geradas tanto pelo baixo financiamento das universidades públicas brasileiras quanto pelos impactos do negacionismo e do obscurantismo, pela manutenção de sua identidade de rádio pública, universitária, formativa (FREIRE, LOPEZ e MARTÍN-PENA, 2020). Nesta luta inclui-se a busca por uma relação próxima e responsável com sua audiência, compreendendo-a democrática e cidadã (VÁZQUEZ, 2012) e assumindo, em seu cotidiano, seu caráter formador, divulgador, social e educador (MARTÍN-PENA e PIÑERO, 2020). Desta forma, o rádio universitário demarca seu lugar como espaço de diálogo responsável na arena comunicacional.

Vivemos uma guerra no campo da comunicação, em que os fatos são atropelados por narrativas enviesadas e geralmente fantasiosas, que denunciam o suposto viés ideológico de pesquisadores para afirmar uma perspectiva político-ideológica reacionária. Diante de uma pandemia que já matou cerca de 500 mil brasileiros e caminha para uma terceira onda de contágio, grupos organizados desprezam a razão, questionando o método científico como forma de conhecimento da realidade, e atacam recomendações básicas das autoridades sanitárias internacionais, como distanciamento social e uso de máscaras.

Nesse contexto, as rádios universitárias têm uma grande responsabilidade. É preciso lidar com suas múltiplas missões – formação profissional em mídia sonora, comunicação organizacional, interlocução com a sociedade – sem perder de vista a importância de comunicar os resultados de pesquisas científicas que têm impacto direto sobre nossas vidas. A capacidade de contrapor a comunicação científica e tecnológica às mentiras que circulam nas mídias sociais é estratégica para pensarmos o futuro do planeta, que

enfrenta crescente desigualdade social e de acesso à educação e a serviços essenciais.

São mais de 100 emissoras vinculadas a 87 instituições de ensino superior, a maioria em operação em canais AM e FM, que têm o dever de informar suas audiências com qualidade e equilíbrio. É hora de reabilitar os fatos, distinguindo-os claramente das opiniões sem embasamento: não se ouve dois lados se um deles condena o conhecimento científico e avanços civilizatórios básicos, como os direitos humanos. É um penoso, mas necessário, processo de alfabetização midiática em que o campo da radiodifusão pública e educativa tem um papel fundamental a desempenhar e sobre o qual precisamos refletir mais profundamente.

Com esse horizonte desafiador em mente, a equipe editorial da **Radiofonias** propôs o dossiê “Rádios universitárias em tempos de ataques à ciência”, que teve grande resposta da comunidade acadêmica e expressiva participação de pesquisadores do Brasil e do exterior. Infelizmente, não foi possível reunir todos os textos aprovados de uma única vez, mas antecipamos que parte dos trabalhos que seguem em avaliação será publicada nas próximas edições.

Neste número, reunimos contribuições relevantes para o debate sobre o tema. Começamos com Andrew Ó Baoill, professor da School of English and Creative Arts, da National University of Ireland (NUI) Galway, que, em “Beyond a spot on the dial”, traz um perturbador panorama do processo de esvaziamento das *college radios* dos EUA a partir dos anos 1990. No artigo, o pesquisador lista uma série de emissoras vendidas por instituições de ensino privadas, com prejuízos para a audiência e para o papel formativo que deveria ser desempenhado por estas universidades.

Na sequência, publicamos pela primeira vez em português um importante artigo da pesquisadora mexicana Marina Vázquez Guerrero, que originalmente circulou em 2015 na revista chilena *Comunicación y Medios*. Em “O rádio universitário na América Ibérica: importância e desafios”, a professora da Escola de Marketing e diretora da emissora da Universidade de Colima, no México, traça

um panorama do rádio universitário hispânico, desde os primórdios, em 1924, até a recente expansão, sobretudo no México, na Colômbia e na Argentina, incluindo obstáculos regulatórios e experiências bem-sucedidas.

No ano do centenário de Paulo Freire (1978, 2011), o debate sobre a autonomia dos sujeitos, sobre a busca pela liberdade e sobre o papel das diversas facetas dos processos pedagógicos – que incluem a comunicação e balizam a radiodifusão universitária – e seus impactos na relação entre os sujeitos oprimidos e opressores torna-se fundamental. Compreender, então, como a rádio universitária assume seu lugar no processo de educação, de ensino-aprendizagem, pautando o cotidiano da audiência, dialogando com as realidades instauradas socialmente e caminhando com os sujeitos na construção coletiva do conhecimento e das mudanças autônomas é também conhecer seu papel em um cenário desafiador e complexo como o da pandemia de SARS-CoV-2.

O coronavírus entra em cena nos artigos “Rádio como plataforma midiática e social no enfrentamento à pandemia de Covid-19: a experiência da Rádio Universitária Paulo Freire”, de Cecília Almeida Rodrigues Lima, Yvana Fachine, Ana Veloso, Paula Reis Melo e Ivo Henrique Dantas, da UFPE – onde, por sinal, Paulo Freire ajudou a criar uma pioneira rádio universitária que hoje leva seu nome – e “A pandemia do novo coronavírus e a veiculação de informações científicas pelas ondas da FM Universitária 96,7 da UFPI”, de Nilsângela Cardoso Lima e Urziana Damasceno Viana de Moraes. Ambos abordam os desafios da comunicação científica para informação da audiência durante a pandemia em duas rádios de referência no país.

Experiências internacionais no enfrentamento à pandemia e à desinformação são trazidas pelos artigos “Los medios universitarios en tiempos de infodemia: El caso de la Universidad de Extremadura”, de Daniel Martín Pena – presidente da Radio Internacional Universitaria (RIU), a rede das redes de emisoras vinculadas a instituições de ensino superior – e Macarena Parejo Cuellar, ambos da Espanha, e “El trabajo de la radio universitaria en la pandemia”, de Lucia Casajús, Noelia Giorgi e Mario Giorgi – este vice-presidente da RIU –,

da Argentina.

O dossiê traz também uma reflexão sobre as interfaces entre a produção laboratorial de rádio da UnB e meios alternativos, em "Laboratory radio and community communication initiatives", de Fernando Oliveira Paulino, Mariana Ferreira Lopes e Madalena Oliveira.

Fechando o dossiê, uma entrevista com a pesquisadora mexicana Verónica Orihuela, ex-presidente da Rede de Rádios Universitárias do México (RRUM), sobre questões de gênero na radiodifusão universitária – lá, como cá, o rádio é um meio arraigadamente machista, em que mulheres e LGBTI sempre foram sub-representadxs.

Na seção de artigos livres, temos ainda "Rádio local e comunidades afetivas em tempos de pandemia: estudo de caso de emissoras em Viçosa, Minas Gerais", de Kátia de Lourdes Fraga.

Desejamos a todas e todos uma ótima leitura e que possamos ter um rádio universitário cada vez mais qualificado e comprometido com o interesse público!

Referências

DEUS, Sandra de. Rádios Universitárias Públicas: compromisso com a sociedade e com a informação. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 9, n. 2, p. 327-338, jul.-dez. 2003.

DEUS, Sandra de. Rádios Universitárias no Brasil. **Instituto Internacional para a Educação na América Latina e no Caribe**. IESALC/UNESCO, julho de 2006.

FREIRE, Marcelo; LOPEZ, Debora Cristina; MARTÍN-PENA, Daniel. Elementos para debater o conceito de audiência para rádios universitárias. **Anais do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 1 a 10 dez. 2020, Salvador. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/eventos/2020/resumos/R15-2396-2.pdf>, acesso em: 07 junho 2021.

FREIRE, Paulo. **Ação cultural para a liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; MUSTAFÁ, Izani; VALE, Scarlat Suelen Guimarães. Rádio Universitárias no Brasil – Diversidade de estruturas e desafios à gestão. In: ALBUQUERQUE, Eliana; MEIRELES, Norma (org.). **Rádios universitárias: experiências e perspectivas**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2019.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; MUSTAFÁ, Izani; MATOS, Cristiana; COUTINHO, Lorena Hang.

Por uma historiografia do rádio universitário no Brasil. **Revista Brasileira de História da Mídia**, v. 7, p. 151-168, 2018a.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; MUSTAFÁ, Izani; PIERANTI, Octavio Penna; HANG, Lorena. Rádios Universitárias no Brasil: Um Campo em Constituição. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 15, p. 132-142, 2018b.

LOPEZ, Debora Cristina, FREIRE, Marcelo, VIANA, Luana. Novos modelos de negócio aplicados ao rádio universitário. In: ALBUQUERQUE, Eliana; MEIRELES, Norma (org.). **Rádios universitárias: experiências e perspectivas**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2019.

MARTÍN-PENA, Daniel; PIÑERO, Teresa. Identidad de la radio universitaria en España. In: GARCÍA, María; MARTÍN-PENA, Daniel (org.). **Identidad y cultura**. Creación de conocimiento. Sevilla: Editorial Egregius. 2020.

MARTÍN-PENA, Daniel, PAREJO CUÉLLAR, Macarena, VIVAS MORENO, Agustín. **La radio universitaria** – Gestión de la información, análisis y modelos de organización. Barcelona: Gedisa, 2016.

MARTÍN-PENA, Daniel, MARTA-LAZO, Carmen e ORTIZ SOBRINO, Miguel Ángel. **Perspectivas y prospectivas de la radio universitaria en la era digital**. Cuadernos Artesanos de Comunicación, n. 113. La Laguna, Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social, 2016.

PIERANTI, Octavio Penna. Expansão do rádio universitário no Brasil: uma comparação entre as políticas públicas dos governos Dilma e Temer. In: ALBUQUERQUE, Eliana; MEIRELES, Norma (org.). **Rádios universitárias: experiências e perspectivas**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2019.

SPENTHOF, Edson Luiz. A Importância das Rádios e TVs Universitárias como Laboratórios. **Comunicação & Informação**, Goiânia, v.1, n.1, p. 153-166, jan./jun. 1998.

TEMER, Ana Carolina, ESCH, Carlos Eduardo, REBOUÇAS, Edgard, MALCHER, Maria Ataíde, PRATA, Nair, DEL BIANCO, Nelia R., LOPES, Suzana Cunha, ZUCULOTO, Valci. Mapeamento das condições de funcionamento de rádios vinculadas a instituições públicas de ensino superior. In: ALBUQUERQUE, Eliana; MEIRELES, Norma (org.). **Rádios universitárias: experiências e perspectivas**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2019.

VÁZQUEZ GUERRERO, M. La radio universitaria en Iberoamérica: trascendencia y retos. **Comunicación y Medios**, (31), pp. 151-170, 2015.

VÁZQUEZ, Marina **La radio universitaria en México y España**. Estudio de la participación y formación de los jóvenes. Tesis doctoral. Universitat Pompeu Fabra, Departament de Comunicació, 2012. Disponível em: <http://www.tdx.cat/handle/10803/84113>, acesso em: 07 jun 2021.

Beyond a spot on the dial

Para além de um ponto no dial

Más allá de un punto en el dial

Andrew Ó Baoill

Abstract

This study examines the decision-making employed by stations in choosing to employ such alternative distribution mechanisms, identifying the constraints under which stations operate, and the extent to which these choices function as a form of regulatory arbitrage. It analyzes the impacts of such decisions, on access, conformity with station mission, cost, and the nature of the resulting outlet. The paper intersects with broader conversations about how community media practitioners negotiate regulatory, technological, and other constraints, and the impact of such responses.

Keywords: College radio; regulatory arbitrage; community media; neoliberalism; public engagement.

Sobre o autor

Andrew Ó Baoill

andrew.obaoill@nuigalway.ie
<https://orcid.org/0000-0001-9594-4538>

Ó Baoill holds a PhD from the University of Illinois at Urbana-Champaign, where he studied at the Institute for Communications Research. Lecturer at the School of English and Creative Arts, National University of Ireland (NUI) Galway. His work focuses on the political economy of the mass media, with a particular interest in the interplay of technological change, regulation and not-for-profit media.

>> **Informações adicionais:** artigo submetido em: 23/02/2021 aceito em: 27/04/2021.

>> **Como citar este texto:**

Ó BAOILL, A. Beyond a spot on the dial. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 12, n. 01, p. 09-34, jan./abr. 2021.

Resumo

Este estudo examina a tomada de decisão empregada pelas estações na escolha de empregar mecanismos alternativos de distribuição, identificando as restrições sob as quais as estações operam e até que ponto essas escolhas funcionam como uma forma de arbitragem regulatória. Analisam-se os impactos de tais decisões no acesso, conformidade com a missão da estação, custo e a natureza da comunicação resultante. O artigo apresenta interseções com discussões mais amplas sobre como as pessoas que atuam em mídia comunitária lidam com restrições regulatórias, tecnológicas e outras, e o impacto de tais respostas.

Palavras-chave: Rádio universitária; Arbitragem regulatória; Mídia comunitária; Neoliberalismo; Engajamento público.

Resumen

Este estudio examina la toma de decisiones empleada por las estaciones al elegir emplear mecanismos de distribución alternativos, identificando las restricciones bajo las cuales operan las y hasta qué punto estas opciones funcionan como una forma de arbitraje regulatorio. Se analizan los impactos de tales decisiones en el acceso, la conformidad con la misión de la estación, el costo y la naturaleza de los medios resultantes. El paper se articula con conversaciones más amplias sobre cómo los actores de los medios comunitarios negocian las limitaciones regulatorias, tecnológicas y de otros tipos, y el impacto de tales respuestas.

Palabras clave: Radio universitaria; Arbitraje regulatorio; Medios comunitarios; Neoliberalismo; Compromiso público.

Introduction

Non-commercial privately-held radio has expanded significantly globally in recent decades, with many countries licensing such stations for the first time, and other countries increasing the number of outlets operating. One of the challenges for the sector is that as new operators are entering a broadcast landscape that already includes established operators, the quantity of channels available for new entrants (particularly in urban settings) can be significantly constrained. This can also pose challenges for existing stations, as in some situations the shortage of channel availability can give broadcast licenses a

market value that tempts sponsoring organizations – such as the universities that often formally hold the licenses under which student radio stations, in particular, operate – to sell, or otherwise transfer, their broadcast channel, leaving the groups operating those stations without broadcast outlets. The paper involves particular attention to the plight of college, or student, radio in the United States, where recent years have seen significant divestitures of licenses by educational institutions.

This paper will focus on the experiences of college radio communities that have had to respond to the loss of their broadcast channel, and explore the strategies they have employed. This project involves study of existing over-the-air stations, as well as a number of individuals and groups which have leveraged alternative channels for distribution, as either supplements or replacements for such an outlet. Such choices are, in one sense, not new. Stations have used cable channels, or leased airtime from licensed outlets, for decades. The use now, however, of web-based distribution and digital sideband channels, is significant due to the distinctive economics and reach of such outlets, in comparison to regular broadcast solutions.

This study examines the decision-making employed by stations in choosing to employ such alternative distribution mechanisms, identifying the constraints under which stations operate, and the extent to which these choices function as a form of regulatory arbitrage. I employ a political economic framework to analyze the impacts of such decisions, on access, conformity with station mission, cost, and the nature of the resulting outlet. The paper intersects with broader conversations about how community media practitioners negotiate regulatory, technological, and other constraints, and the impact of such responses.

Context

We can identify, broadly, three archetypal models of radio stations affiliated with educational institutions in the United States. First, we have

stations that act as part of the institution's 'extension', or public education, service. Such stations are typically operated by professionals, affiliated with National Public Radio, and offer one or both of talk-based programming (news, current affairs, specialist programming) and classical music (or some other elite-coded genre). They typically have the largest budgets of stations in this sector, supported both by listener donations and government funding (through the Corporation for Public Broadcastings). Second, we have radio as laboratory. Such stations are embedded in educational programmes, providing opportunities for training and development for students studying in journalism, broadcasting, and similar fields. Riisman del (2002) approvingly notes Carmode's (1995) claim that this approach, "training facilities that mimic commercial stations" (Riisman del, 2002, 438), has been the primary model for student radio in the United States. Third, we have the stations of interest to us here – those that operate rather autonomously from the institution (whether or not the license is formally held by the institution) by students and/or community volunteers. Though smaller than the other two sub-sectors noted above, it has a particular salience in the public imagination. This sub-sector – what we might think of as the College or Student Radio sector – has certain similarities to community radio, in its reliance on non-professional staff and its groundedness in a particular community (albeit one that is defined both by location and occupation). It is often associated with content formats that are more free-form than one might find on commercial or public stations, with a focus on independent and emerging music artists, and has been described as "the breeding ground for new talent and the lifeblood of the independent record industry" (Ward, quoted in Sauls, 1995, 15). Rubin (2015) traces the emergence of this sub-sector to dominate the public understanding of what was meant by 'college radio' to the early 1980s. This, notably, coincides generally with the transition in student media, from the politically radical 'underground' media of the 1960s and early 1970s, to the 'alternative' media of the 1970s, which focused more on sub-cultural representation within the broader capitalist system, as analysed by Frank (1997) amongst others. Tremblay, in his study of college radio

in the United States, argues that changes within “the two sectors most affecting college radio: higher education and the commercial radio industry” (2003, p. 170) presage significant changes for the college radio sector, to which we might add the technological developments in digital communication networks. Baker, in examining the online ‘Brooklyn College Radio’, based at the City University of New York (CUNY), suggests that the looser regulatory constraints online allow a “more flexible” approach than in broadcast stations, subject to FCC licensing. However, Baker also notes that the governing factor is likely to be the “position [of these stations] within a university’s institutional structure” (2010, p. 123).

The pressures of neoliberalism which have heralded the rise of the precariat, the retrenchment of state social programmes, and the surrender of ever more social structures to the logic of the market, are increasingly transforming the operation of both the mass media and the university sector (Miller, 2012, Dolber & Ó Baoill, 2018). The global economic crises of the past two decades have had a particularly serious impact on educational institutions, both public and private, in some cases accentuating challenges that were present previously. For public institutions, government funding has been under pressure for some years, falling as a portion of overall revenues. Endowments have taken hits as property and stock values have come under pressure. The third-level education sector is increasingly defined by an erosion in revenues from broad public supports, coupled with a shift to competitive and commercial sources; the elevation of league tables and similar metrics as determinants of future institutional support; and a focus on activities – particularly in research, but increasingly also in teaching – that are directly at the service of external commercial players, as the mission of higher education is increasingly narrowly defined as a tool of economic development.

As universities come under pressure to identify efficiencies and engage in cost-benefit analyses of all aspects of their operations, many are retrenching, retreating from formerly expansive understandings of their commitment to public engagement. These pressures are causing educational institutions to critically assess not just outlays on broadcast operations, but the potential for

generating funds through the sale of broadcast licenses. Concurrently, a perception of changed media usage practices among student audiences, and the emerging potential for distribution of audio content through digital networks, is changing the calculus for institutions which have long held broadcast licenses in order to further broader institutional goals. As such institutions review their operations and assets, some are concluding that their goals can be best met through abandoning broadcast operations (Fauteaux, 2015; Smallwood et al., 2018). An example of this is offered by Susan Harmon of Public Radio Capital (a broker for many license sales) who posits the case of Duquesnes University in Pittsburgh, which sold its license “and want to use the proceeds from the sale to support other academic goals” (McCoy, 2011). Numerous American universities have liquidated their broadcast operations, using brokers to sell to external not-for-profit broadcasters that seek additional dedicated channels for increasingly niche (but lucrative) offerings, typically classical music, sometimes public affairs. There are a small number of ‘successful’ examples, of station licences previously owned by an educational institution being transferred to its activist base – WFMU in New Jersey is perhaps the most prominent example, which gained ‘autonomy’ when its licence, previously held by Upsala College, was bought by those operating the WFMU station shortly before that college closed in 1995 (WFMU, n.d.). More common, however, are the examples explored in this paper, where those involved with a station have lost access to the main broadcast channel, and have had to devise alternative strategies for maintaining operations and reaching audiences.

This paper draws on critical work on the political economy of US radio (Anderson, 2013, Dunbar-Hester, 2014, McChesney, 1995, 2000, 2002, Ó Baoill, 2014, Opal, 2004, Pickard, 2011, 2014, Riisman, 2002) and on critical cultural analyses of the contemporary university sector (Miller, 2012, Dolber & Ó Baoill, 2018). Both of these schools of critique are grounded in a tradition that advocates for maximalist approaches to cultural and democratic participation (Dewey, Williams, 1961, Carey, 2008). This project builds on this perspective to, as other scholars have done (Coyer, 2005, Downing, 2000, Dunbar-Hester, 2014,

Moylan, 2019, Rodríguez, 2000) explore the potential of a model of media production grounded in values of participation, access and representation, as an alternative to commodified models of media consumption. The study consists largely of desk-based analysis, drawing on trade and popular press coverage of this issue over roughly a decade, supplemented by a number of interviews drawn from a related project. Robert McChesney, perhaps the most prominent political economist of US radio, has argued that a form of regulatory capture has resulted in decreased quality of radio content since the mid-1990s, and that the primary task for 'scholars concerned with radio' is to generate a debate "over how best to use the public airwaves" (McChesney, 2001, viii). The goal of the analysis in this paper is to focus on the challenges faced by a particular sub-sector – resulting from the interplay of the political economies of the university sector and the non-commercial broadcasting sector – and to identify the tactical and strategic responses that have been available to, and leveraged, by the groups studied.

A short history of broadcast regulation

Broadcast communication is subject to broader government oversight and regulation in large part because of the nature of the broadcast spectrum. Both the AM and FM standards allow only one transmission on any particular block of spectrum (in any geographic space), and this has been used as a basis for much regulation of broadcast transmission. While the radio spectrum has been treated as a public good, with regulation requiring its use in service of "the public interest, convenience and necessity," the interpretation of this directive in the development of policy has been a site of struggle and contestation. As McChesney and others have shown, the early FRC and FCC favored commercial operations over non-commercial stations, as more likely to be forced by market pressures to reflect the 'public interest,' and also, in the licensing of high-powered 'clear channel' stations privileged larger broadcast operations, again as likely to fulfill a certain vision of acting in the greatest 'public interest'

(McChesney, 2000).

This 1930s-era regulation did not completely shut off the possibility for non-commercial broadcasting, but it did significantly hamper it. Unlike many other countries, there was no centralized revenue stream for non-commercial broadcasting. Those non-commercial stations that did continue on air were largely associated with universities, with many hobbyists and smaller operations unable to continue in operation in the newly regulated environment. While the nation's first listener-supported station, KPFA, went on air in 1947, it was to be several decades later in 1967 before the Public Broadcasting Act established the national public broadcasting networks, and created federal funding streams for non-commercial radio and television. This coincided with a period of significant growth in the number of FM licenses – a platform that is more geographically constrained, by technical factors, than is the AM platform.

Through the 1970s and early 1980s, many new stations went on the air. However, by the late 1980s, the opportunities for new stations began to disappear. The FM band was more crowded, and the preference of the FCC and CPB (Corporation for Public Broadcasting) for larger-power stations meant that smaller stations, which might have fitted into gaps in the dial, were not licensed. An increasing number of individuals and groups took to the airwaves without licenses, in what became known as the micro-radio movement. Just as many point to the importance of individuals like Lorenzo Milam in fostering an earlier generation of community radio stations, so too does micro-radio have its list of individuals whose example and work is seen as central to the building of a sense of movement, such as Stephen Dunifer “who’s sort of the Johnny Appleseed of Pirate Radio in the United States, because he made available transmitters by mail order” (Riisman, Paul. Interview with the author). Micro, or pirate, radio became a tangible expression of the dissatisfaction of many with the media available to them, particularly in the wake of the 1996 Telecommunications Act, which resulted in increased consolidation of the U.S. commercial radio sector (Anderson, 2016; Coopman, 2000; Dunbar-Hester, 2014; Howley, 2000; Opel, 2004; Ruggiero, 2011).

Constantly under threat of raids by the FCC, many operators of unlicensed stations, and others who wanted the opportunity to broadcast legally, pushed for the licensing of lower-power stations by the FCC (Ruggiero, 1999). In 2000 the FCC announced a new licensing scheme for so-called LPFM (low-power FM) stations, which would be limited to non-commercial entities, and would operate at between 10 and 100 watts. Following pressure from the National Association of Broadcasters, Congress passed legislation that placed severe limitations on the FCC plan, leading to what Andy Opel (2004) termed the “evisceration” of the original plan. It was only in 2011 that legislation was implemented to reverse these limitations (Prometheus Radio Project, n.d.).

The relationship between public broadcasting and other non-commercial radio sectors has not always been harmonious, with public radio operators sometimes wary of the potential for competition, or jealous of the frequencies occupied by other operators. This led NPR to join with the commercial radio lobby group, the National Association of Broadcasters (NAB) in opposing proposals for a non-commercial LPFM service in the early 2000s. Previously, in the 1970s, industry pressure had led to the retiring of Class D stations, a low-power non-commercial predecessor of LPFM (Riisman del, 2002, 430).

There has been much coverage and analysis of the consolidation of the commercial radio industry in the United States in the wake of the 1996 Telecommunications Act. There has been less attention paid to developments in the public radio sector that are seen by some as improving the service provided to audiences and strengthening the position of the sector, and by others as reducing opportunities for participation and for local programming. The Healthy Station project of the Corporation for Public Broadcasting, which often results in stations being recommended to drop diverse volunteer-led programming for more standardized fare – particularly content produced by professional staff members and nationally-originated content – which is calculated to attract larger stable audiences, and hence more stable financial situations, can be a lightning rod for criticism, with advocates for more access-focused models arguing that the approach can result in smaller under-served communities being

abandoned, and that gains in audience numbers are off-set by declines in the number and range of individuals and groups directly represented in production. Fairchild's analysis of the implementation of the Healthy Station Project at WERU and other stations leads him to conclude that the push for professional and national content ignores the potential of locally-originated content to "critically [inform] listeners about the world in which they live without obscuring the contours of the place in which they live" (Fairchild, 2001). It is, ultimately, a desire to maintain such locally-originated programming that animates the projects we explore below.

Case Studies

KUSF

In mid-January, 2011, the University of San Francisco, a private Catholic university, announced that it had sold the broadcast license of KUSF, its student radio station, to a corporation controlled by the University of Southern California. Although the sale, facilitated by Public Radio Capital, was from one educational institution to a subsidiary of another, the format of the licensed station was to change drastically, from an eclectic volunteer-operated radio station, to a classical music station. KUSF, operating since 1963, had a strong reputation for its music programming, and had some long-standing volunteer DJs from the community, in addition to student involvement (Fauteaux, 2015). USF claimed that this development would allow the University "to focus on the station's primary purpose as a teaching laboratory for students", and to raise funds from the sale for use on university activities – arguing, also, that an online operation would be more cost-effective for a smaller radio station.

The loss of the KUSF student station was met, as might be expected, with an immediate negative response, from volunteers and audience members. The station was well-regarded nationally for its music programming, and for its place within the alternative music ecosystem. On February 18, 2011, a dozen free-form and college radio stations participated in a simulcast, organized by Billy Jam, a

DJ from New Jersey's freeform radio station WFMU, of a live broadcast from a San Francisco record store, to draw attention to KUSF's plight. Jam frames the KUSF situation as part of the broader trend, and a larger issue, "an ugly trend of US college radio stations getting sold off, and hence is a direct attack on independent media (an endangered species already) everywhere" (Waits, 2011).

The KUSF situation is noteworthy for a number of reasons. First, the high-profile nature of the station (particular in certain counter-cultural sectors) draw attention to, and media coverage of, a trend in college radio – particularly when quickly followed by other high-profile shutdowns, WRVU at Vanderbilt University in Nashville, and KTRU in Rice University in Houston (Fauteaux, 2015; Smallwood et al., 2018). Second, the activism sparked by the closure led to a re-energised college radio 'movement', including driving engagement with a nationwide 'college radio minute of silence' that April (Fauteaux, 2015), and later with annual College Radio Day celebrations – first national, in 2011, and international from 2012 (College Radio Foundation, n.d.).

In the aftermath of selling the KUSF license, the university planned to switch to an online streaming service, focused on providing a laboratory experience for students. This would not only eliminate the broadcast outlet for students, but also terminate most of the content previously provided on the station. KUSF staff initially launched their own 'KUSF in Exile' streaming operation, with hosting support from WFMU and operating from temporary studios, while also (unsuccessfully) challenging the license transfer (Janssen, 2012; Waits, 2012). Seven years after losing the KUSF broadcast channel, the project returned to the airwaves as San Francisco Community Radio on KXSF-LP 102.5FM, a low-power station (Fong-Torres, 2018).

WYSU

These newly disenfranchised student and campus groups join large numbers of aspiring community radio groups – a recent window for license applications saw some groups that have been waiting for an opportunity simply to apply for over a decade, so rare is available broadcast spectrum in the US. As

an alternative, we see groups accessing 'digital sideband' channels on existing community stations; building networks of unlicensed 'low power AM' transmitters; turning to the internet; and combinations of the above. These tactics leverage technological developments, reaching audiences in ways that would not have been possible just a few years ago. However, they come with various limitations, in terms of scalability and cost, or accessibility to audiences. Projects that aim to serve working class immigrant populations will not see the same benefit from a SoundCloud streaming audio solution as will a project aimed at college students or audiophiles.

The shortage of channel openings means that many groups that might otherwise be interested in operating broadcast student radio are limited to online operations. The situation at Youngstown State University, in Northern Ohio, is a relatively common one. The University has an NPR affiliate, WYSU, which provides some opportunities for students to gain work experience, but there was, until recently, no student-run or student-focused broadcast outlet. The university has now launched an online-only operation, Rookery Radio, with the station (faculty) advisor, Adam Earnhardt, noting (Waits, 2011) the future "potential to jump on an HD channel at a local station", though that appears not to have materialised. The station is supported by the University, and its School of Communication, which provides a faculty adviser, but describes itself as a "student-run" station, with access to airtime available to all university-affiliated students, and under the slogan "real college radio" (Rookery Radio).

KTRU

In April 2011 the FCC approved the sale of KTRU, the student station at Rice University, a secular private university in Houston, TX, to the University of Houston, in the process denying a petition by listeners aimed at halting the sale. As with KUSF, an alternative music format would be replaced by classical music. The reasons for discontent among KTRU station supporters are several – loss of individual access to the airwaves for staff, loss of a service to a particular audience. Joey Yang, the student station manager, notes that while defenders of

such deals often point to gains for other genres (such as classical music or news), in the case of KTRU “we’re looking at a net format gain of zero, and a loss of independent radio” (Freedman et al., 2011). In KTRU’s case, programming continued online, but also on one of the HD digital sidebands of local community radio station KPFT FM, part of the Pacifica network. When the station secured an LPFM license in 2015, it ceased its retransmissions on the KPFT sideband channel (Hardy, 2015; Passwaters, 2015).

CHIRP

Not all of the crises faced by radio stations have come from educational institutions abandoning the broadcast medium. CHIRP is a Chicago-based radio project that emerged from the crisis of losing a broadcast channel to the (license-holding) institution (Sless-Kitain, 2008). The organization was founded in August 2007, after WLWU, a radio station which had previously been available to the community, under the stewardship of local public radio operator WBEZ, was taken back by the licensee, Loyola University. By early 2009 Shawn Campbell, the group’s founder, was reporting a volunteer base of 120 individuals (Prometheus Radio Project, 2009).

Many of the United States’ community radio stations are to be found in smaller cities and towns. This is largely a function of spectrum scarcity – a city the size of Chicago has the same number of city-wide slots available as does one the size of the much smaller Urbana, Illinois. So, from the days when KPFA was established in Berkeley rather than San Francisco, the nation’s larger cities have had few community stations. The regulations introduced by Congress restricting LPFM licensing meant that few large cities had LPFM stations. The CHIRP group was reliant on passage of the Local Community Radio Act to have a chance of getting an LPFM station, which eventually happened in 2011 (Prometheus Radio Project, n.d.).

Campbell has expressed concern that internet services such as webcast do not necessarily provide the localism associated with over-the-air

broadcasting. Radio's strengths, she noted, "were always localism and immediacy, that it was live and right in your community" (Raymer, 2010). Matthew Lasar has expanded on this issue in pointing to the particular economics of broadcast radio, where there are no additional unit costs for additional listeners. (Lasar, 2009) notes that Live 365 streaming service, "a package that permits just 100 simultaneous listeners starts at \$200/month" and quotes media activist and radio producer Paul Riismandel as noting that an LPFM station in a large city could potentially "reach a population as much as a thousand times that size."

Notwithstanding the limitations identified, lacking, at the time, an opportunity to start a broadcast station, CHIRP decided, in the interim, to found a web-only service, though this was clearly a less favoured solution, with the group announcing that "the online station will limit its listenership because of expensive Internet royalty rates" (Gantz, 2009). Such a service was intended to build an audience and support base for the project. Campbell notes that stations such as KEXP, a music-oriented station linked to Seattle's Experience Music Project and available online, attract a large audience in Chicago, and suggests that this indicates a large audience for a "cool music and arts-oriented community radio station" (Sless-Kitain, 2008).

A webcast would allow CHIRP to tap into that interest, and to provide a service even without a broadcast license. Perhaps most importantly, a webcast can provide a proof of concept, something more than a dry-run, for their more ambitious broadcast project. For a project that relies on the public to attract funding, and on the involvement of a large team of volunteers, a webcast can help to sustain such support and engagement. As Campbell has noted, "you can only keep volunteers and supporters around so long with the promise of a future project" (Prometheus Radio Project, 2009). A webcast, then, acts both as an outreach vehicle, reaching potential funders who can see in the online service a proof of concept, and provides volunteers with a degree of instant gratification.

One of the shortcomings of a webcast operation is, as Campbell notes, that not all members of the public have access to such a station – and of those

who have some access, not all will have equal access (Sless-Kitain, 2008). “If you’re waiting in line at the library for an hour to get your 10 minutes on the internet, you’re not able to listen to audio” (Prometheus Radio Project, 2009). The profile of webcast listening – most of it occurs during office hours – suggests that much of it happens in workplaces, and that many of those listening to webcasting are among those with persistent internet access in their workplace. Relying on a web-based service can “shut out people who do not have access to those technologies.” The issue here extends beyond one of exclusion of individuals from the audience. We can recall the case of public broadcasting in the United States – where analysts have noted that reliance on audience support, coupled with a political requirement not to infringe on commercially-viable markets, has resulted in a service that serves primarily those in the relatively privileged socio-economic sectors of society. So too, there will be incentives for a service that is only available online to provide content that speaks to those who might listen online, and to ignore the interests and concerns of those who will not, in any event, be able to access the content. Founded in 2007, it took a little over two years for CHIRP to launch its webcast service, in early 2010 (CHIRP, n.d.), and another three years before the FCC opened a ‘window’ for low power license applications. The station finally came on air in 2017, a decade after WLUW reverted to Loyola University.

WRVU

At WRVU in Nashville, TN, the independent corporation, supported by student fees from Vanderbilt University, that operates a variety of student media outlets including the station, decided in 2011 to sell its FM, moving its audio programming to online streaming, and using the revenue from the license sale to create an endowment for future development of student media at the university. While the corporation board had a student majority, radio station volunteers noted that none had involvement with the radio station, with most involved with print operations.

This development can be seen to hinge on differing assessments of the value of broadcast operations in the mix of media outlets available to students (as producers and as audience members). Members of the board argued that “as student demands and interests change, we need to be in a place to support them.” One member of the board, engaging in online discussion with station supporters, claimed that “the option of divesting the license is being considered because of the attractiveness of developing an endowment” and that a move to an online-only format should not change the station’s value as an “outlet for innovative music” or damage its ability to attract an audience or volunteers. This seems to reflect a view that an FM operation is of declining importance to student listeners, and that the fiduciary responsibilities of the board support liquidating of this depreciating asset while it still has significant value, and investing the funds received in support of other media outlets.

Those who supported retaining the broadcast channel, in contrast, pointed to the differing economics of the broadcast and streaming models, with streaming accommodating a limited number of listeners at any time, and to questions of accessibility by the members of the broader Nashville community (the “digital divide”). They also noted the role of the broadcast channel in anchoring the station to a geographic location, and the greater possibility for attracting casual or chance listening to a broadcast channel than to a web stream that must be specifically sought out by listeners. Unlike in San Francisco, where KUSF volunteers had no advance notice of the station being silenced, in Nashville, a group of station supporters coalesced as the plan to sell the station came into focus. A campaign to ‘Save WRVU’ – including a challenge, lodged with the FCC, of the transfer of the license to Nashville Public Radio – was ultimately unsuccessful (Waits, 2014). As with the University of San Francisco, an online-only student-only station continued, but the broader station community (and over-the-air audience) was disenfranchised when the station was silenced in 2011. Station supporters, who had come together as part of the Save WRVU campaign, applied for an LPFM license in 2013, and eventually went on air with an LPFM station, WXNA-LP, in 2016 (Trageser, 2016).

Discussion

Alternative paths to audiences

The inherent limitations of the broadcast model – each station can accommodate only 24 hours of content in any day, and programs are aired in serial fashion, with only a single program scheduled at any time – has caused some existing broadcast operators to investigate the possibilities provided by such additional channels. The digital radio platform adopted in the United States is an 'In-Band, On-Channel' model, where existing licensees retain their analogue signals, and layer a digital signal on the same channel. These digital channels can accommodate additional 'side-band' audio channels, opening up opportunities such as those referred to by Earnhardt at WYSU. However, as McChesney (2001, viii) and Anderson (2013) have noted, the adoption of the IBOC model represented a regulatory win for existing broadcasters, as it limited the expansion of capacity compared to other digital standards – and ensured that the benefits accrued to existing licensees, who retained control of the side-bands, rather than to the public or new entrants.

The shortage of over-the-air spectrum, and the widespread availability of relatively low-cost – and often free at point of use – tools for the production and dissemination of user-created content offer interconnected opportunities and challenges for community-based media. The shortage of available broadcast channels means that when the FCC accepts applications for new stations, they are frequently significantly oversubscribed, with many groups seeking mutually exclusive slots. As the portion of the band dedicated to non-commercial stations has become more crowded, the opportunities for new stations have become rarer, increasing the market value of existing broadcast licenses. From another perspective, while web streaming does provide an opportunity for distribution and audience reach that would not have been available some years ago – as in the case of the generation of students to lose their Class D licenses – the availability of web streaming is also being used as a rationale for divestment of licenses by universities, as in the cases of both KUSF and WYSU, in both of which

cases the university included a move to streaming as part of their plans – for their ‘laboratory radio’ activities in the case of the University of San Francisco, and for the quasi-autonomous ‘Rookery Radio’ in the case of Youngstown State University. We can thus see these developments emerging from an interplay of technological change, economic incentives, and ideological framing of the mission of the university.

Non-commercial and community-based outlets are often among the first to experiment with the potential of new tools for media production, as with the global Indymedia movement, which provided a space for the distribution of activist-generated content at a time when many professional news outlets were still rather gingerly rolling out their online efforts (Coyer, 2005). Both new projects and those operating within established community media organizations can leverage new opportunities for the creation of tactical media, relying on a form of arbitrage that exploits dynamic systems for the quirks and loopholes that emerge. However, there is an uncertainty in relying on peripheral or unintended features of systems (be they technological or regulatory) – such arbitrage always takes place with the possibility that a change in system architecture or implementation will cripple one’s efforts, though as Rodríguez (2001) and others (Ó Baoill & Scifo, 2019) have noted, the ephemerality of individual projects forms part of a “colorful quilt” (Rodríguez, 2001, p. 22) of cultural and political interventions.

More broadly, the journey from experiment to sustainable engagement can be a tricky one for community media. Where initial experimentation was driven by individual interest – the tinkerer’s instinct – or volunteer involvement, ongoing resources may not be present to sustain institutional development. The example of KUSF in Exile provides a useful example of an influx of volunteers and resources at a time of crisis, with support from WFMU, and its volunteers, enabling the initial webstream and response, but with the station group needing to ensure its own long-term viability. As corporate and professional media embrace a tool, the cost of continued (effective) use of that tool may rise – status quo engagement by media outlets may not be a viable response. In

addition, as noted by the founders of CHIRP, while a webcast might be useful in offering 'proof of concept' and sustaining volunteer engagement, it is neither sustainable (given the largely linear relationship between audience and costs online) nor sufficient by itself as a long-term, accessible, solution for an economically and culturally diverse city such as Chicago.

Fraught relationship with technologies

The current moment offers an additional challenge for community media, in the form of decisions over how to engage with corporate-operated online social media. While community media have long been dependent in various ways on the very systems so much of their criticisms have been directed towards, the relationship between community media and social media network is an all-subsuming one, with these networks controlling the means of distribution (retaining ongoing control over the path from content creator to audience, while also bundling information about those relationships to be sold to third parties) and gaining a form of regulatory control over content providers through binding service agreements.

In addition, many of the incentives that would drive individuals to engage with community-based media, such as access to production resources or distribution channels, are declining in value as a result of the tendencies noted above. How can community media organizations add value to their communities beyond that provided by loose networks of activists and citizens distributing content through online social networks?

Leverage of opportunities facilitated by current market conditions – such as regulatory gaps or emerging technologies – can provide important short-term benefits to community media, but such arbitrage opportunities will inevitably disappear as commercial entities become aware of them. The answer must lie in the deep entwining of community media organizations in their local communities, including, formally and informally, in other local organizations. Such institutionalization brings its own risks, but promises more stability and, crucially, enables a broad-based understanding of how 'community' is conceptualized in the context of community media.

Does medium matter?

In the context of these developments, it is incumbent on any observer to interrogate seriously the arguments for and against retaining broadcast operations for college radio stations. In previous generations, college 'radio' operations leveraged technologies such as carrier current and closed-circuit transmission, as well as transmission via public cable-access networks (Sauls, 1995, p. 2). If concern over the loss of broadcast spectrum is simply a question of sentimentality, a lament for the loss of tradition and the familiar, then while we might have sympathy for the emotional impact of the change for those directly involved, it is not something of broader concern.

So, does medium matter? The answer to this will depend in some part on the mission we identify for college and community radio. If the goal is to act as a laboratory space for broadcasting students, it may be reasonable to view the distribution mechanism as secondary to the production process, an approach that appears present in several of the cases discussed above, such as the laboratory radio offering from the University of San Francisco – though notably, this relied upon a jettisoning of the KUSF community-oriented service. Insofar as uncoupling operations from a geographic broadcast signal dissuades non-students from seeking involvement, and facilitates a 'rebooting' of operations, removing a broadcast signal may indeed be seen as a positive development by those who view the involvement of a sizeable number of non-students in station operations as indicating a divergence between station activities and the 'core' mission of their institution. Such a view can be interpreted as stemming from both a fiscal conservatism, common to a time of financial stress for education institutions, and also to a philosophical retrenchment in terms of an understanding of the desired relationship between 'town and gown', something that goes beyond the scope of this paper, but which is significant to future struggles over the existence, and role, of college stations (Dolber & Ó Baoill, 2018, Miller, 2012, Schuetze, 2012).

If the goal is to serve audiences, or to provide an opportunity for

community members (broadly defined) to reach local audiences, then the lack of a broadcast signal is clearly going to have an impact on the ability of an outlet to operate effectively, as noted by Campbell in the case of CHIRP. Issues of access, the continued impact of the digital divide, are important here (Fairlie, 2017).

More subtle – and grounded in social rather than material conditions – is what is expected of broadcast outlets in the emerging on-demand world. Those listeners who have access to digital outlets are not simply swapping analogue for digital. Rather they are supplementing, switching between platforms depending on availability and convenience. Patterns for webcast and radio usage suggest that many audience members are listening to station webcasts while inside the geographic coverage area of the broadcast station, and are doing so at times, and places, where they are unable to listen to over-the-air signals, such as while at work, etc., and are switching to broadcast signals while commuting, etc. Removing the broadcast signal damages at least part of this 'on demand' chain. It should be noted, of course, that this geographic basis for online audiences is based at least in part on brand recognition – something that is important in a situation where listeners must actively seek out a particular station. Continued station promotion will ensure continuity of at least some part of this brand recognition. It is notable, too, that stations are primarily operating streams in the online environment (though KUSF in Exile also provided stream-on-demand versions of their shows), replicating the broadcast schedule structure in the online platform, rather than experimenting with other platform-appropriate forms. This may be due to inertia, though the constraints of copyright regulation undoubtedly also play a factor (Ó Baoill, 2014). With the return to the airwaves in recent years, the incentives to move online production away from the linear schedule model are, perhaps, further dissipated.

In the cases examined here, online-only operations have generally been a less desirable option for stations, adopted largely due to external pressures, as evinced by the significant effort – and time – expended by activist groups to secure a return to the airwaves, even when the new channel was a low-power,

rather than full-power assignment. In addition, stations have reported a significant fall-off in volunteer levels after a move to online-only transmission. The passage of the Local Community Radio Act – first proposed in 2005, and eventually signed into effect in 2011 – was crucial to ensuring that additional low power channels were viable, facilitating the FCC’s 2013 LPFM application window. While not meeting all the demands of activists advocating for access to the airwaves, the passage of this legislation does illustrate the role that legislative and regulatory initiatives – and the activist movements that sustained pressure for their implementation – can have on the opportunities that are available to groups such as those examined in this article.

Bibliography

ANDERSON, J. N. **Radio's Digital Dilemma: Broadcasting in the Twenty-first Century.** Routledge, 2013.

ANDERSON, J. N. Illicit transmissions: Engaging with the study and preservation of pirate radio. **Journal of Radio & Audio Media**, 23(2), 233-249, 2016.

BAKER, A. Reviewing Net-only College Radio: A Case Study of Brooklyn College Radio, **Journal of Radio & Audio Media**, 17:1, 109-125, 2010, [DOI: 10.1080/19376521003719409](https://doi.org/10.1080/19376521003719409)

CARELESS, J. Can You Do a Lot With 0.1 Watt? **Radio World**. Feb. 2011. Retrieved Feb. 15, 2021, from <https://web.archive.org/web/20111024145156/http://www.rwonline.com/article/can-you-do-a-lot-with-01-watt/22781>

CAREY, J. W. **Communication as culture, revised edition: Essays on media and society.** Routledge, 2008.

CARPENTER, E. KUSF-FM Moves to Online Format: Classical KDFC to Move to 90.3 (News Release). University of San Francisco, 2011. Retrieved February 23, 2021, from https://web.archive.org/web/20121002054555/http://www.usfca.edu/Newsroom/San_Francisco_and_Campus/KUSF-FM_Moves_to_Online_Format/

CHIRP (n.d.). About CHIRP Radio. CHIRP Radio. Retrieved February 22, 2021, from <https://chirpradio.org/about>

COLLEGE RADIO FOUNDATION (n.d.). College Radio Day. CollegeRadio.org. Retrieved February 23, 2021, from <https://www.collegeradio.org/college-radio-day/>

COOPMAN, T. M. High speed access: Micro radio, action, and activism on the Internet. **American Communication Journal**, 3(3), 2000.

COYER, K. Where the 'hyper local' and 'hyper global' meet: Case study of indymedia radio. **Westminster Papers in Communication and Culture**, 2(1), 30-50, 2005.

DOLBER, B., & Ó BAOILL, A. Pressing Pause: Critical Reflections from the History of Media Studies. **tripleC: Communication, Capitalism & Critique**. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, 16(1), 264-279, 2018.

DOWNING, J. D. **Radical media: Rebellious communication and social movements**. Sage, 2000.

DUNBAR-HESTER, C. **Low power to the people: Pirates, protest, and politics in FM radio activism**. MIT Press, 2014.

FAIRCHILD, C. **Community radio and public culture: being an examination of media access and equity in the nations of North America**. Hampton Press, 2001.

FAIRLIE, R. W. Have we finally bridged the digital divide? Smart phone and Internet use patterns by race and ethnicity. **First Monday**, 22(9), 2017. <https://doi.org/10.5210/fm.v22i9.7919>

FAUTEAUX, B. **Music in range: The culture of Canadian campus radio**. Wilfrid Laurier Univ. Press, 2015. <https://books.google.com/books?id=Ob0eDQAAQBAJ>

FONG-TORRES, B. Radio Waves: New KXSF tries to resurrect pioneer KUSF. **San Francisco Chronicle**, 2018, July 19. <https://www.sfchronicle.com/entertainment/radiowaves/article/Radio-Waves-New-KXSF-tries-to-resurrect-pioneer-13088679.php>

FRANK, T. Why Johnny can't dissent. In: **Commodify your dissent: Salvos from the Baffler**, 31-45, 1997.

FREEDMAN, K., LEWIS, K., HARMON, S., YANG, J., & KIDD, D. How to Save College Radio. **SXSW**, 2011, March 19.

GANTZ, J. Mo' Power for Low Power. **In These Times**, 2009, January 20.

HARDY, M. KTRU Returning to Houston Airwaves. **Houstonia**, 2015, February 9. <https://www.houstoniamag.com/arts-and-culture/2015/02/ktru-is-returning-to-houston-airwaves-february-2015>

HARMANCI, R. This Week in KUSF. **The Bay Citizen**, 2011, February 7. <https://web.archive.org/web/20110214130155/http://www.baycitizen.org/blogs/frequencies/week-kusf/>

HOWLEY, K. Radiocracy rulz! Microradio as electronic activism. **International Journal of Cultural Studies**, 3(2), 256-267, 2000.

JAM, B. Six KUSF DJs Featured on Feb 18th Amoeba San Francisco Instore to be Broadcast Live on A Dozen US Radio Stations. **Amoeblog**, 2011, February 13. Retrieved February 23, 2021, from <https://web.archive.org/web/20110220093832/http://www.amoeba.com/blog/2011/02/jamoblog/six-kusf-djs-featured-on-feb-18th-amoeba-san-francisco-instore-to-be-broadcast-live-on-a-dozen-us-radio-stations.html>

JANSSEN, M. Fine of \$50,000 settle transfer of San Francisco's KUSF. **Current**, 2012, June 11. <https://current.org/2012/06/quick-takes-june-11-2012/>

KISSACK, C., TARDIFF, J., BLAINE, K., DOLBLOW, L., CARROLL, P., & SHATTUCK, T. To the Editor: Our understanding of the potential WRVU sale. **InsideVandy**, 2011, February 28. <https://web.archive.org/web/20110830153920/http://www.insidevandy.com/drupal/node/16644>

LASAR, M. A comeback for Low Power FM radio? **Ars Technica**, 2009, March 3. <https://arstechnica.com/tech-policy/2009/03/a-comeback-for-low-power-fm-radio/>

MAERZ, J. Radio Dazed. **The Bold Italic**, 2011, February 18. <https://web.archive.org/web/20110323235742/http://thebolditalic.com/JenniferMaerz/stories/734-radio-dazed->

MCCHESENEY, R. W. **Telecommunications, mass media, and democracy**: The battle for the control of US broadcasting, 1928-1935. Oxford University Press, 1995.

MCCHESENEY, R. W. **Rich media, poor democracy**. The New Press, 2000.

MCCHESENEY, R. W. Foreword: Radio and the Responsibility of Radio Scholars, *Journal of Radio Studies*, 8:2, v-viii, 2001, https://doi.org/10.1207/s15506843jrs0802_2

MCCHESENEY, R. W. & NICHOLS, J. **Our media, not theirs**: The democratic struggle against corporate media. Seven Stories Press, 2002.

McCOY, A. Duquesne selling WDUQ to WYEP group. **Pittsburgh Post-Gazette**, 2011, January 14. Retrieved 4 April, 2021, from <https://www.post-gazette.com/ae/tv-radio/2011/01/14/Duquesne-selling-WDUQ-to-WYEP-group/stories/201101140242>.

MILLER, T. **Blow up the humanities**. Temple University Press, 2012.

MOYLAN, K. **The cultural work of community radio**. Rowman & Littlefield International, 2019.

Ó BAOILL, A. Copyright, Community Radio, and Change: How the US Community Radio Sector is Negotiating Changing Copyright Rules and the Rollout of Digital Distribution. **Journal of Radio & Audio Media**, 21(1), 163-176, 2014.

Ó BAOILL, A. & SCIFO, S. Sustainable community media: The challenge of upholding the public trust. **Journal of Alternative and Community Media**, 4(4), 1-3, 2019.

OPEL, A. **Micro radio and the FCC**: Media activism and the struggle over broadcast policy. Greenwood Publishing Group, 2004.

OXENFORD, D. FCC Makes Clear It Doesn't Regulate Formats - Rejects Petition Against Sale of Noncommercial Station. **Broadcast Law Blog**, 2011, April 19. <https://www.broadcastlawblog.com/2011/04/articles/fcc-makes-clear-it-doesnt-regulate-formats-rejects-petition-against-sale-of-noncommercial-station/>

PASSWATERS, A. KTRU to return to FM radio on 96.1 with celebration concert. Rice University News & Media Relations, 2015, September 28. Retrieved February 23, 2021, from <http://news.rice.edu/2015/09/28/ktru-to-return-to-fm-radio-on-96-1-with-celebration-concert/>

PICKARD, V. The battle over the FCC Blue Book: determining the role of broadcast media in a democratic society, 1945-8. **Media, Culture & Society**, 33(2), 171-191, 2011.

PICKARD, V. **America's Battle for Media Democracy: The Triumph of Corporate Libertarianism and the Future of Media Reform**. Cambridge University Press, 2014.

PROMETHEUS RADIO PROJECT (n.d.). Local Community Radio Act. Prometheus Radio Project. Retrieved February 22, 2021, from <https://www.prometheusradio.org/LCRA>

PROMETHEUS RADIO PROJECT. Conference Call, 2009, February 26.

RAYMER, M. Not Just a Record Fair: This Sunday the Chicago Independent Radio Project goes live on the Web. **Chicago Reader**, 2010, January 14. Retrieved April 4, 2021, from <https://www.chicagoreader.com/chicago/chicago-independent-radio-project-chirp-web-radio/Content?oid=1317945>

RIISMANDEL, P. Radio By and For the Public: the death and resurrection of low-power radio. In M. HILMES & J. LOVIGLIO (ed.), **Radio Reader: Essays in the Cultural History of Radio** (pp. 423-450). Routledge, 2002.

RODRIGUEZ, C. **Fissures in the mediascape: An international study of citizens' media**. Hampton Press (NJ), 2000.

ROOKERY RADIO (n.d.). **Rookery Radio**. Retrieved February 23, 2021, from <https://www.rookeryradio.com>

RUBIN, N. 'college radio': The development of a trope in US student broadcasting. **Interactions: Studies in Communication & Culture**, 6(1), 47-64, 2015.

RUGGIERO, G. **Microradio & Democracy**. Seven Stories Press, 1999.

RUGGIERO, G. **Microradio & Democracy: (Low) power to the people**. Open Media Pamphlet Series ed., Vol. 10. Seven Stories Press, 2011.

SAKOLSKY, R., & DUNIFER, S. (ed.). **Seizing the Airwaves: a free radio handbook**. AK Press, 1998.

SAULS, S. J. College Radio. **Annual Joint Meeting of Popular Culture Association/American Culture Association**, 1995, April 14. <https://eric.ed.gov/?id=ED385885>

SCHUETZE, H. G. Universities and their communities – Engagement and service as primary mission. In: MCILRATH, L., LYONS, A., & MUNCK, R. (ed.). **Higher Education and Civic Engagement**, pp. 61-77. New York: Palgrave Macmillan, 2012.

SLESS-KITAIN, A. CHIRP looks beyond the radio dial. **Time Out Chicago**, 2008, October 30. <http://www.chicagomedia.org/messages/2906.html>

SMALLWOOD, A. M. K., YATES, B. L., & TRIPP, W. B. College Radio Takeovers and Shutdowns: An Analysis of News Coverage from 2006–2016. **Journal of Radio & Audio Media**, 25(1), 5-22, 2018.

TARDIFF, J. Response to Scott Cardone and Pete Wilson. **Inside Vandy**, 2011, March 2. Retrieved February 23, 2021, from <https://web.archive.org/web/20110830153920/http://www.insidevandy.com/drupal/node/16644#comment-10884>

TARDIFF, J. Response to Phil Lepanto. **Inside Vandy**, 2011, March 3. Retrieved February 15, 2021, from <https://web.archive.org/web/20110830153920/http://www.insidevandy.com/drupal/node/16644#comment-10890>

TRAGESER, S. Five years after WRVU left the airwaves, community radio is back and better than ever on WXNA. **Nashville Scene**, 2016, June 2.

TREMBLAY, R. W. A Delphi Study on the Future of College Radio, **Journal of Radio Studies**, 10:2, 170-185, 2003, DOI: [10.1207/s15506843jrs1002_3](https://doi.org/10.1207/s15506843jrs1002_3)

WAITS, J. Owner of Vanderbilt University Radio Station WRVU Explores Sale of FM License. **Radio Survivor**, 2010, September 23. <http://www.radiosurvivor.com/2010/09/23/owner-of-vanderbilt-university-radio-station-wrvu-explores-sale-of-fm-license/>

WAITS, J. WFMU and Amoeba Music to Host Multi-Station Live Remote Broadcast in Support of KUSF. **Radio Survivor**, 2011, February 17. <http://www.radiosurvivor.com/2011/02/17/wfmu-and-amoeba-music-to-host-multi-station-live-remote-broadcast-in-support-of-kusf/>

WAITS, J. College Radio is Revived at Youngstown State with Rookery Radio. **Radio Survivor**, 2011, March 15. <http://www.radiosurvivor.com/2011/03/15/college-radio-is-revived-at-youngstown-state-with-rookery-radio/>

WAITS, J. College Radio Station WXLV in Danger of Being Sold. **Radio Survivor**, 2011, May 25. <http://www.radiosurvivor.com/2011/05/25/college-radio-station-wxlv-in-danger-of-being-sold/>

WAITS, J. FCC Fines USF and CPRN \$50K and Grants KUSF License to Classical Public Radio Network. **Radio Survivor**, 2012, June 7. <http://www.radiosurvivor.com/2012/06/07/fcc-fines-usf-and-cprn-50k-and-grants-kusf-license-to-classical-public-radio-network/>

WAITS, J. FCC Approves Assignment of Former WRVU License to Nashville Public Radio. **Radio Survivor**, 2014, March 18. <http://www.radiosurvivor.com/2014/03/18/fcc-approves-assignment-of-former-wrvu-license-to-nashville-public-radio/>

WFMU. (n.d.). About WFMU. WFMU. Retrieved February 23, 2021, from <https://wfmu.org/about/>

WILLIAMS, R. **The long revolution**. Columbia University Press, 1961.

WILSON, P. "Treasure". **Inside Vandy**, 2011, March 3. Retrieved February 23, 2021, from <https://web.archive.org/web/20110830153920/http://www.insidevandy.com/drupal/node/16644#comment-10888>

ZAHNER, M. Offensive Content. **Inside Vandy**, 2011, March 3. Retrieved February 23, 2021, from <https://web.archive.org/web/20110830153920/http://www.insidevandy.com/drupal/node/16644#comment-10886>

O rádio universitário ibero-americano: importância e desafios¹

College radio in Latin America: importance and challenges

La radio universitaria en Iberoamérica: trascendencia y retos

Marina Vázquez Guerrero

Resumo

As primeiras experiências de rádio universitário da América Ibérica surgiram na Argentina. Com o passar do tempo, alguns países da região optaram por abrir esse tipo de emissora que apresenta um conglomerado sonoro e ideológico com matizes variadas em prol da comunidade, apropriando-se das vantagens que trazem a era digital e a Internet. Rádios com perfis institucionais, comunitários e estudantis abrem espaço para a difusão da cultura, da pesquisa acadêmica e da experimentação estudantil. Esta é uma pesquisa documental, que trata da perspectiva histórica e da importância atual dos casos de México, Chile, Colômbia, Argentina e Equador, com ênfase nos desafios que enfrentam, ao aderir tardiamente à nova dinâmica interativa digital e à incorporação de mais produções de conteúdo social, necessário em um momento em que os discursos comerciais abundam e que a sociedade civil demanda fóruns midiáticos confiáveis.

Palavras-chave: rádio universitário, América Latina, estudantes, extensão universitária.

>> Referência original:

VÁZQUEZ GUERRERO, M. La radio universitaria en Iberoamérica: trascendencia y retos. **Comunicación y Medios**, (31), pp. 151-170, 2015. doi:10.5354/0719-1529.2015.36162

>> Como citar este texto:

VÁZQUEZ GUERRERO, M. O rádio universitário na América Ibérica: importância e desafios. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 12, n. 01, p. 35-57, jan./abr. 2021.

¹ Tradução: Debora Cristina Lopez.

Sobre a autora

Marina Vázquez Guerrero

marina@ucol.mx

<https://orcid.org/0000-0001-9875-4211>

Doutora em Comunicação Pública pela Universidade Pompeu Fabra, na Espanha. Diretora geral da Rádio Universitária e professora-pesquisadora em tempo integral da Escola de Marketing da Universidade de Colima, no México.

Abstract: The first experiences of college radio in Ibero America are established in Argentina. Over time some countries in the region have opened to this kind of stations showing a diversity of sounds and ideological ideologies for the benefit of the community. It is a non-profit media, which now grows throughout the region embraced by the advantages that come with the digital and Internet age. Institutional, community and university radios are opening spaces for supporting cultural and academic content to the student experimentation. The present study is a documental research showing the historical part and the actual significance of the cases of Mexico, Chile, Colombia, Argentina and Ecuador, with an emphasis on the challenges facing this conglomerate that has been slow to enter the new digital interactive dynamics and productions incorporate more social content necessary in these times, where commercial speech abound and civil society requires reliable media fóruns.

Keywords: College radio, Ibero America, Students, University extension.

Resumen: Las primeras experiencias de radio universitaria que surgen en Iberoamérica se establecen en Argentina. A lo largo del tiempo algunos países de la región han optado por abrir este tipo de emisoras que muestran un conglomerado sonoro e ideológico con diversos matices, en beneficio de su comunidad. Es un medio no lucrativo, que actualmente crece en toda la región, arropado por las ventajas que trae consigo la era digital e Internet. Radios con perfiles institucionales, comunitarios, estudiantiles se abren espacio para difundir desde la cultura y labor académica hasta la experimentación estudiantil. El presente trabajo es una investigación documental, que da cuenta de su parte histórica, así como de la trascendencia actual de los casos de México, Chile, Colombia, Argentina y Ecuador, haciendo un énfasis sobre los retos a los que se enfrenta este conglomerado que ha tardado en entrar a la nueva dinámica interactiva digital y en incorporar más producciones de contenido social, necesaria en estos tiempos donde los discursos comerciales abundan y la sociedad civil requiere de foros mediáticos confiables.

Palabras clave: Radio universitaria, Iberoamérica, Estudiantes, Extensión universitaria.

Introdução

No século XXI, imersos que estamos em novas tecnologias simplificadas em aparelhos mais complexos, o rádio continua presente, mudando e respondendo às necessidades primárias de comunicação, entretenimento, informação local e educação, entre tantas outras.

Particularmente na América Latina, observa-se que a magia daquele dispositivo que foi uma das primeiras ferramentas de comunicação de massa não se perde, amparada pela tradição e cultura da escuta e também pela defasagem econômica e pela exclusão digital. Ouvir rádio é, para grande parte dos habitantes do continente, a única fonte de acesso ao mundo exterior, ou pelo menos a mais acessível e confiável.

Neste panorama, insere-se a rádio universitária, meio institucional que oferece produtos sonoros de interesse geral com conteúdos especializados e diversificados. Em linhas gerais, a principal tarefa de cada rádio universitária é divulgar o conhecimento à sociedade e, além disso, refletir em seus produtos os objetivos que assume como sistema de ensino, de acordo com os estatutos e regulamentos de cada país.

Por não ser um meio comercial – na maioria dos casos –, seu financiamento vem da própria universidade, na maioria das americanas e europeias, e de seus ouvintes nos Estados Unidos; portanto, sua organização interna, seu pessoal e forma de trabalho não são homogêneos e podem não seguir as diretrizes de uma rádio convencional. Não existem estações idênticas, nem padrões únicos. Fala-se de pelo menos 14 modelos que partem de três modalidades de produção radiofônica que vão do institucional ao comunitário e, em alguns casos, ao comercial, e que podem se organizar como etapas no mesmo meio, de acordo com as políticas e a história de cada universidade.

Não há estudos aprofundados na região que definam quantitativamente seu público e apenas alguns países realizaram pesquisas sobre seu conteúdo e perfis. É um campo aberto, que alguns colegas exploram e com o qual contribuem.

A partir de experiências empíricas, podemos afirmar que esses tipos de emissoras, que não dependem de interesses empresariais, costumam oferecer outros discursos: estão próximas de coletivos, movimentos culturais e sociais e de novos formatos que não necessariamente são produzidos por profissionais de comunicação ou jornalismo. Outra característica comum, como é o caso do México e da Espanha, é que o rádio universitário não faz parte nem da mídia pública nem da comunitária: “isso os impediu de seguir políticas e padrões semelhantes aos da mídia estatal, desenvolvendo uma personalidade alternativa e interessante, mas os levou a sofrer com a falta de benefícios econômicos e jurídicos, necessários para seu crescimento e visibilidade social” (VÁZQUEZ GUERRERO, 2012, p. 94).

O presente artigo procura dar uma visão geral das experiências iberoamericanas², em particular nos casos de Argentina, México, Chile, Colômbia, Espanha e Equador, que são os mais documentados, bem como as perspectivas e desafios existentes e relacionados às mudanças tecnológicas, mas também à necessidade de uma mudança de mentalidade em emissoras pouco flexíveis e presas numa bolha que não lhes permite crescer, integrar novos elementos ou contribuir para questões sociais.

A América Latina, como será apresentado, possui um importante registro de rádios universitárias, com experiências diversas e crescentes, a ponto de, nos últimos anos, países como a Espanha dialogarem e compartilharem práticas e estratégias, gerando um movimento de intercâmbio e colaboração entre os dois continentes.

2. As primeiras emissoras

Há alguns anos, afirma-se e confirma-se que a primeira rádio universitária do mundo surgiu quase ao mesmo tempo que as primeiras experiências sonoras, na Argentina, em abril de 1924, dos microfones da Universidad de La Plata (ROTMAN, 2014).

² Considerando a abrangência dos países de língua espanhola da América Latina e da Europa.

No entanto, documentos históricos norte-americanos afirmam que o rádio universitário nasceu naquele país e que contribuiu "para o desenvolvimento do meio e a formação do sistema de radiodifusão comercial americano" (VÁZQUEZ GUERRERO, 2012) porque foram físicos e engenheiros os que usaram as estações de rádio experimentais (SLOTTEEN, 2006) e também os que transmitiram os primeiros programas. A Universidade de Wisconsin, em particular, a partir da WHA, transmitia regularmente informações meteorológicas e econômicas (FAUS, 1973). Nesta universidade, professores e alunos começaram as experimentações com transmissores de faísca em 1900 e em 1915 obtiveram a primeira licença experimental, denominada 9XM, fazendo sua primeira transmissão de voz entre 1919 e 1920 (Miller, 2007). O site oficial da WPR afirma que esta é a primeira rádio da América. "Desde 1917 companheira estimulante, informativa e divertida" (WPR, 2014)³.

Slotteen (2006) afirma que em 1925 – um ano após o nascimento da rádio universitária argentina – já existiam 124 rádios universitárias nos Estados Unidos. Hoje muitas delas não se denominam "universitárias" porque na década de 1970 houve um movimento de emissoras que derivou na união de todas as formas não lucrativas de radiodifusão em torno da National Public Radio (MARTÍ, 1995). Atualmente nos Estados Unidos, todas essas rádios pioneiras fazem parte do rádio público e recebem doações da audiência, mas também de prefeituras, universidades públicas e privadas, estados e fundações de importantes empresas do país como Ford, IBM, Xerox etc. (CHAPARRO, 1998).

As rádios que mantêm essa denominação de universitárias, feitas por universitários, são as *college radios*, produzidas por estudantes universitários e operadas dentro do campus para transmitir música alternativa (ARAYA, 2009). As emissoras são de baixa potência e vinculadas a um departamento universitário como parte de um dos programas de estudos – rádio, TV, cinema, jornalismo, meios de comunicação de massa, comunicação de massa, comunicação oral, etc. "Desta forma, as estações funcionam sob a direção de

3. Página oficial da WPR [<http://www.wpr.org/about-wpr/> acesso em: 13/12/2014].

uma entidade acadêmica" (MAGAÑA LÓPEZ, 2003) e, portanto, a supervisão das estações é executada principalmente por professores e funcionários, embora haja alunos que trabalham na estação como gestores para cumprir créditos necessários para se formar⁴.

Consensos históricos à parte, o que buscamos registrar nesta seção do artigo é que nos referimos às características das emissoras pioneiras iberoamericanas e que seu contexto histórico difere do norte-americano. Aqui, o rádio começou com a missão de levar a cultura ao povo por meio de conferências e outros conteúdos acadêmicos.

Na América Latina, as universidades tiveram acesso a tecnologias sonoras, devido ao lugar relevante desses centros educacionais no desenvolvimento do país, fazendo parte de grupos de poder, como a igreja. As universidades que dispunham de recursos nos primeiros anos de desenvolvimento do rádio, viram no rádio uma grande oportunidade de transmitir cultura, difundir sua filosofia, entre outros. É o que mostram os documentos históricos da pioneira emissora de rádio da Universidad Nacional de La Plata, fundada em 1924 (ARUNA, 2014) e a segunda que nasceu em 1931, na Universidad Nacional del Litoral, estreando com poucas horas de transmissão e uma programação estritamente cultural, com "música clássica, notícias universitárias, informação agrícola e pecuária, comentários sobre arte e literatura, ensino de línguas, divulgação científica, palestras e conferências" (LT10, 2015).

Também neste período surgiu a rádio cultural da Universidade de Antioquia na Colômbia, que transmitiu seu sinal em ondas curtas a partir de 1933, e somente em 1938 teve autorização oficial. Em 1937, duas aparecem: em abril, a rádio da Universidad Técnica Federico Santa María em Valparaíso, Chile, e em junho, a Rádio UNAM, no México.

Já a Espanha teve um começo muito diferente. A experiência mais antiga, embora não com o modelo de rádio que hoje predomina, foi a Rádio UNED,

⁴ Ibid, p. 5.

produtora da Universidad Nacional de Educación a Distancia que mantém convênio com a Radio Nacional de España para veicular conteúdos na Rádio 3 a partir de 1979. Seu objetivo é produzir uma programação que contribua para “levar o ensino superior para os centros populacionais distantes das grandes metrópoles, que não têm universidade” (UNED, 2015), tarefa que continuam a realizar com o apoio da Internet, mas sem uma emissora com sinal constante. Embora seu perfil seja de uma emissora universitária, é de uma rádio educativa ou formativa.

Por outro lado, antes da Internet, as únicas estações universitárias surgiram em cidades onde era possível adquirir uma frequência legalmente ou por meio de convênio. E para isso era necessário ter o apoio da instituição, mas também equipes entusiasmadas com o projeto, com “o empenho de um pequeno grupo de pessoas que pretendiam ter um alto falante direcionado à sociedade” (FIDALGO, 2009, p. 4).

Portanto, podemos dizer que a estação pioneira foi criada em 1987 por iniciativa de alunos da Universidad de La Laguna, em Tenerife. Esta rádio, que se instalou como oficina em dois banheiros adaptados do colégio San Fernando da universidade, começou chamando-se rádio San Fernando e transmitindo “com equipamentos muito rudimentares” (CAPOTE, 2010) que serviam para fazer transmissões experimentais e irregulares. Posteriormente, por volta de 1992, na comemoração do bicentenário da universidade, “o vice-reitor de extensão universitária decidiu apostar decididamente na rádio e algumas instalações foram recondicionadas” (CAPOTE, 2010), mudando o nome para Rádio Campus. Iniciou-se também uma etapa mais sistematizada de ensino do meio, para que os alunos aprendessem a realização, operação técnica, produção e roteiro que depois foi assumido pelas novas gerações.

Em 1995 nasceu em Salamanca o segundo projeto. Dentro da Faculdade de Comunicação, realizava emissões irregulares por se tratar de uma oficina de alunos. A rádio consolidou-se, até que passou a ser administrada pela Secretaria de Comunicação e Protocolo e com o uso da internet em 2001.

3. Rádios Universitárias na América Latina

É neste continente que a radiodifusão universitária tem uma presença importante atualmente. Embora não haja um registro preciso, estima-se que existam cerca de 200 emissoras de língua espanhola (CASAJÚS, 2011; VÁZQUEZ, 2011). Através das diferentes redes e rádios associativas, podem ser identificados alguns números que apresentamos na tabela 1, mas que não refletem o número real, visto que os grupos têm critérios limitantes para todas as experiências sonoras. Por exemplo, no México há registros da presença de mais de 85 frequências administradas por 51 instituições de ensino superior, "sem contar pelo menos 24 produtoras e rádios online que expandem o grupo para mais de 75 universidades que fazem rádio" (VÁZQUEZ GUERRERO, 2014) quando a rede oficial menciona 38 instituições com 70 frequências (SINPRIES, 2015). Merayo (2007) registrou 30 no Chile e mais 10 na Venezuela, números que não coincidem com os relatados pela Rede de Rádios Universitárias da América Latina e Caribe.

Tabela 1. Rádios universitárias afiliadas a redes por países

PAÍS	Nº UNIVERSIDADES	Nº FREQUÊNCIAS
Argentina (ARUNA)⁵	37	35
Chile (REUCH)	17	17
Colômbia (RUC)⁶	40	58
Equador (RRUE)⁷	11	11
México (SINPRIES)	38	70
TOTAL	143	191

Elaboração própria. Fonte: Red de Radios Universitarias de Latinoamerica y Caribe (RRULAC, 2015)

⁵ Asociación de Radios Universitarias Nacionales Argentinas (ARUNA) <http://www.aruna.org.ar/home/consulta:12/01/2015>)

⁶ Red de Radios Universitarias de Colombia [http://www.radiouniversitaria.org/consulta:_/02/01/2015].

⁷ Red de radios Universitarias de Ecuador. http://www.rrue.org/?page_id=185 consulta: 02/01/2015)

O montante confirmado pela RRULAC é de 143 universidades que administram 191 frequências. Desenhando um panorama do continente, começamos mostrando as características da rádio pioneira.

4. Argentina: As primeiras experiências

Na Argentina, existem mais de 35 estações agrupadas principalmente na Asociación de Radiodifusoras Universitarias Nacionales de Argentina (ARUNA). Embora as primeiras tenham nascido quase em paralelo à rádio comercial, desenvolveram-se numericamente a partir de 1983 “com o fim da ditadura e a normalização das casas de estudos superiores” (NOVELLI e HERNANDO, 2011, p. 15). Aqui existem vários modelos com diferentes objetivos, como os que procuram promover estágios estudantis ou ser um fórum de expressão da comunidade universitária, incluindo aqueles “que procuram fazer dos seus meios um centro de investigação e experimentação, e também aqueles que dependendo do reitor, desenvolvem uma comunicação institucional ou atos de governo” (NOVELLI e HERNANDO, 2011, p. 19). Como em outras experiências, algumas têm pouco reconhecimento social pela forma como são operadas pela instituição, o que pode deixá-las por longos períodos sem orçamento, sem formação de professores e com muitas políticas de extensão intervencionistas.

Por isso, afirma-se que a maioria são meios de comunicação mais institucionalizados, considerando que “a Reitoria, o Conselho Superior e a Área de Extensão intervêm com responsabilidades básicas no seu funcionamento e recebem assistência e recursos humanos das carreiras relacionadas com a comunicação que a universidade tem em seus planos de estudos” (DIDO, 2008, p. 3).

Apesar disso, as rádios deste país também se caracterizam por serem mais abertas à participação social e à expressão política, o que não é possível em outros países latino-americanos.

Muitos dos atuais projetos de rádios universitárias são reconhecidos a partir do eixo dialógico com a sociedade, onde a existência e programação

dessas emissoras constitui uma aposta para trabalhar os problemas sociais e construir uma ideia de saber e o conhecimento social a serviço da comunidade e na busca da justiça social (MORALES, 2008, p. 103).

Em relação à tecnologia, até 2011 apenas 74% das emissoras tinham presença na internet, seja por meio da combinação de site e transmissão online, ou com um de ambas as opções (MILITO e CASAJÚS, 2011).

5. México: Casos numerosos

Neste país, embora desde o início da radiodifusão tenha predominado o serviço privado ou comercial, a rádio universitária tem tido o seu espaço, e o seu desenvolvimento tem ocorrido de forma gradual. Um ano depois que a Rádio UNAM começou a transmitir, a Rádio Universidad de San Luis Potosí foi fundada, em 1938, e mais tarde foi seguida por Veracruz (1944), Autónoma de Chihuahua (1957) e Guanajuato (1961). Em 1979 já havia 16 universidades com rádios e, embora tenha ocorrido um período de crise política em que as licenças não foram emitidas, a partir de 1991 começou outro aumento no número de frequências concedidas. Nessa década, 13 universidades receberam autorização e a Universidade de Tamaulipas lançou seis frequências que ligam por satélite as principais regiões de seu grande território (VÁZQUEZ, 2014). Em 2000, com a virada do século e do partido do governo (PAN), mais 11 instituições receberam licenças e um número significativo ganhou novas frequências. "Com esse aumento, que representava quase 52% das existentes, o México se tornou o país de língua espanhola com mais universidades com rádios" (VÁZQUEZ, 2012).

Essas primeiras rádios tiveram um forte respaldo financeiro das instituições que as criaram, portanto é possível encontrar nelas um número significativo de funcionários. A Rádio UNAM é a maior delas, com transmissão de conteúdo em três frequências (AM, FM e ondas curtas) e mais de 200 funcionários. No entanto, atualmente a maioria das estações de rádio e produtores operam com pequenas equipes próprias e participação da comunidade, que varia de 30 a 60 pessoas por ano. A maioria tem entre mil e três mil watts de potência, o que lhes permite cobrir apenas parte de suas

regiões. “Eles têm voz, mas não são totalmente ouvidos em seu território” (VÁZQUEZ, 2014).

De acordo com o tipo de universidade, existe uma primeira classificação geral do rádio mexicano: por meio das universidades públicas autônomas, que são a maioria e promovem um conteúdo mais institucional e cultural; as rádios dos institutos tecnológicos que utilizam suas mídias para prática estudantil nas áreas técnicas e as instituições privadas que possuem rádios, em sua maioria online com formato semelhante ao da rádio faculdade norte-americana onde há alta participação e promoção discente de artistas alternativos.

Por ter um número significativo de rádios, este é um dos países que certamente apresenta quase todos os modelos de rádios e até fusões, já que coabitam do organizado em um sistema regional como a Rádio Vermelha UdeG, de Jalisco, até o experimental comunitário, que depende da participação dos alunos e tem transmissão apenas online, como Freqüência CEM, do Estado do México. Quanto ao conteúdo de sua programação, a maioria veicula conteúdos culturais ou acadêmicos, deixando poucos espaços de divulgação científica, ou de expressão de grupos sociais.

Apesar das mudanças na lei ocorridas tanto em 2006, com a chamada Lei da Televisa, quanto em 2014, com a Reforma Constitucional das Telecomunicações, as rádios universitárias continuam seu trabalho, enfrentando novos desafios e lidando com as restrições à sua atuação, principalmente a obtenção de recursos próprios ou a melhoria de condições técnicas de transmissão.

6. Colômbia: entre comercial e social

No caso da Colômbia, embora a primeira rádio tenha nascido em 1933 na Universidade de Antioquia, seu desenvolvimento foi tardio. Durante muitos anos foram apenas duas emissoras: a pioneira e a rádio da Universidad Pontificia Bolivariana. “Na década de oitenta, as rádios universitárias começaram a se difundir em todo o país” (NOVELLI e HERNANDO, 2011, p. 15).

Em território colombiano, a maioria das rádios nasceu como resultado de

projetos individuais, posteriormente acolhidos por universidades (GAVIRIA, 2008). A figura desse tipo de mídia, que legalmente pertence à categoria denominada mídia de interesse público, que abrange também mídias municipais, militares e policiais, não possui licença de publicidade se for de universidade pública.

No caso das rádios privadas, que somam 18%, há uma concessão que lhes permite receber recursos, mas nem todas recorrem a esta possibilidade. A maioria dessas rádios transmite música clássica e fala para um público de 100.000 ouvintes apenas na capital Bogotá (GAVIRIA, 2008).

Sua rede principal (RRUC) afirma que existem 40 universidades com rádios, transmitindo em 58 frequências. Deste grupo, 94% trabalham sob a supervisão dos departamentos de jornalismo ou comunicação de cada universidade e têm quadros profissionais e profissionais remunerados na área da comunicação social. No entanto, a maioria dessas estações de rádio são estudantes, voluntários e funcionários horistas (ZAMBRANO, 2012).

No que diz respeito ao tipo de conteúdo que estas rádios veiculam e que são maioritariamente concebidos e apresentados por jovens, destacam-se a programação de música, arte e os programas educativos. No total, 43% "transmitem conteúdos voltados para a sociedade atual e 42% possuem temas específicos" (ZAMBRANO, 2012).

7. Chile: vozes críticas

O Chile – apesar da visão de que os meios de comunicação estão nas mãos de poucos, ligados a interesses políticos e econômicos (JIMÉNEZ e MUÑOZ, 2008) – é um dos poucos países onde o rádio universitário tem um perfil diversificado, por ter a possibilidade de receber patrocínios sem perder seus objetivos sociais.

Depois de ter vivido uma fase "marcada por restrições ao que podia e não podia ser transmitido, e até com a destruição de arquivos sonoros de alto valor" (MARTÍN PENA, 2013, p. 57) existe um saldo positivo, uma vez que atualmente

existem concessões de rádios (MERAYO, 2007) em 26 instituições de ensino e pesquisa (DAHMA, 2014). Pouco mais da metade delas faz parte da Rede de Rádios Universitárias de Chile (REUCH), que existe há mais de 30 anos e é patrocinada pelo Conselho de Reitores de Universidades Chilenas.

No país onde nasceu a terceira rádio universitária, a maioria tem vocação cultural. A Radio Universidad de Chile, por exemplo, funciona como uma empresa de mídia completa e tem uma audiência de mais de 120.000 ouvintes. Além de receber patrocínio de fundos competitivos como Fondart, Fondo de Medios, del Libro y de la Música, o financiamento vem de receitas próprias através de convênios com instituições e publicidade de empresas reconhecidas como Movistar, Banco del Estado ou Vinhedos Emiliana (CÁRDENAS, 2011).

Aqueles que fazem parte da rede nacional pretendem ser a voz da universidade e veiculam programas “de caráter humanístico e sem fins lucrativos que harmonizam entretenimento, educação, informação e cultura, contribuindo assim para a formação de públicos críticos e mais exigentes” (REUCH, 2015).

Por outro lado, há casos independentes, não reconhecidos pela rede oficial, mas que realizam trabalhos importantes da universidade. Casos como o da Rádio Comunitária Juan Gómez Millas, que desde 2004 veicula produções de estudantes e professores de Jornalismo do Instituto de Comunicação e Imagem da Universidade do Chile. Os conteúdos são voltados para a comunidade do entorno, mas também oferecem um olhar crítico sobre os problemas sociais do país e participam ativamente de produções coletivas com rádios comunitárias. Observam-se também nesse panorama, cercado pela internet, rádios estudantis de instituições como a da Universidad Diego Portales, que buscam a prática do rádio, mas também a presença da universidade no mercado de rádios online.

8. Equador: uma rede nascente

A origem do rádio universitário equatoriano está registrada nos anos 1950, nos centros de produção das escolas de comunicação social e jornalismo,

onde os alunos desenvolviam a prática laboratorial. “Então, quando perceberam o potencial humano e tecnológico que as universidades tinham ao seu dispor, surgiu a ideia de gerir melhor o laboratório e foi quando se aventuraram a emitir um sinal em baixa potência para o campus universitário” (YAGUANA e AGUILÓ, 2014, p. 73).

Depois disso, as frequências começaram a ser solicitadas, porém houve uma desaceleração no ritmo dos projetos. E em algumas universidades, que se destacaram por oferecer um rádio equilibrado, com cobertura em refeitórios e arredores da universidade, os objetivos foram sendo perdidos.

Um dos maiores projetos nasceu em 2006, como parte de uma proposta abrangente de mídia da Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Com o nome de UCSG Radio-Televisión, é considerada o primeiro meio de comunicação universitário, integrado a nível nacional, no qual se inspiraram outros centros educativos (BONOSO, GARCÍA e PÉREZ, 2011). Esta rádio é realizada por alunos dos últimos dos cursos de Artes e Humanidades e de Comunicação Social; Professores e acadêmicos têm uma cobertura regional, “com uma audiência de aproximadamente 35.000 pessoas, o que a coloca na posição 11 das rádios de Guayaquil” (REYES, 2014), algo incomum em rádios desse tipo.

Com a chegada de novas tecnologias e novos espíritos aos centros universitários, a partir de 2013, as rádios universitárias do Equador (nove na internet e duas na AM) decidem se reunir e oficializar uma rede nacional, formada por emissoras públicas e privadas.

Com o apoio de especialistas e intelectuais do meio como José Ignacio López Vigil, informa-se que o “objetivo central da Rede de Rádio será contribuir para a aproximação, desenvolvimento e fortalecimento das relações acadêmicas e de comunicação entre todos os membros da rede” (RRUE, 2015).

O rádio equatoriano tem uma face jovial e estudantil relevante, como a Radio Universidad de Bolívar, “onde os alunos com bons talentos foram rigorosamente escolhidos e treinados para permanecer na rádio” (BONOSO, GARCÍA e PÉREZ, 2011); Radio Cocoa e Radio Activa, consideradas dinâmicas e mais “enriquecedoras que as rádios comerciais” (REYES, 2014).

Destaca-se também a rádio da Faculdade Latino-Americana de Ciências Sociais (FLACSO), que tem frequência online conduzida por uma equipe de pós-graduandos internacionais que oferecem uma programação crítica “para socializar processos, comentar publicações, seleções musicais e arquivos sonoros em diálogo com os temas discutidos [...] e contribuir para a formulação de agendas públicas participativas” (RADIO FLACSO, 2015).

9. Outras rádios em países da América Latina

A experiência de fazer rádio nas universidades existe em praticamente todos os países da América Latina, porém eles não se destacaram de forma numerosa, como outros.

Destas breves experiências, destaca-se a Costa Rica, onde existem algumas emissoras, como a Radio Universidad, nascida em 1949, e que se distingue por ser uma rádio institucional ligada à Vice-Reitoria de Ação Social, interessada na difusão artística e educacional “que garanta o respeito à liberdade de expressão de ideias e opiniões e uma programação criativa e de qualidade” (RADIO UCR, 2015). Aqui também há um forte impulso de rádios estudantis e produtoras que têm a opção de “espaços para expressar e compartilhar suas ideias e opiniões, programas musicais, informativos, culturais e de análise” (ARAYA, 2009).

Venezuela, onde as primeiras rádios universitárias surgiram nos anos 1990 (PAZ, ROMERO e DÍAZ, 2005), tinha em 2007 dez com frequência em FM e um perfil maioritariamente “institucional”. No país, é possível localizar também o modelo comercial, concedido a universidades privadas. “Embora as rádios universitárias não sejam formalmente classificadas como institucionais porque também existem rádios universitárias privadas, sempre serão institucionais devido aos seus objetivos; embora não necessariamente institucionalista” (CASTRO e PINEDA, 2007).

Em Cuba, por exemplo, também existem numerosas estações de rádio – na internet ou como oficinas universitárias, principalmente – que, apoiadas por

rádios públicas cubanas, se reúnem semestralmente para celebrar o Festival Nacional de Rádio Universitária, que tem nove edições. Nele, as produções são premiadas e uma convivência estreita se abre entre os alunos que realizam este trabalho sonoro em toda a ilha. O rádio universitário cubano se caracteriza por estar em poder de estudantes e por oferecer conteúdos relacionados à vida universitária. Em sua chamada de 2014, 80 delegados participaram com mais de 140 trabalhos (RADIO CUBANA, 2014).

Por sua vez, na Bolívia, que se destaca por ser um dos países com mais emissoras de rádio depois do Brasil e do México, também há emissoras universitárias recém-criadas como UCBradio da Universidade Católica Boliviana e a rádio UB da Bolivariana Union University, privadas e online.

Em Porto Rico, onde existem apenas três rádios públicas, duas delas são propriedade de universidades: a WRTU, da Universidad de Puerto Rico, e a WEUC, da Católica de Puerto Rico. A primeira se define como uma rede de estações educacionais onde atuam alunos da Escola de Comunicação Pública do Campus Río Piedras, com a missão de "servir a comunidade por meio de uma programação que educa, informa e diverte" (WRTU, 2015) e a segunda, como elo entre os alunos e a sociedade através de uma programação adulta contemporânea e religiosa.

Por fim, destacam-se o trabalho da rádio de San Carlos de Guatemala, que abriu as portas para a academia e grupos educacionais e culturais (DE LEÓN, 2007) e a Rádio Cáritas, da Universidade Católica do Paraguai, que tem uma longa história de formação, evangelização e ao mesmo tempo com um departamento de publicidade que permite gerar receitas.

10. Espanha: a aposta tecnológica

Por fim, chegamos ao caso da Espanha onde o rádio universitário, como apontamos no início, se desenvolveu com maior força somente a partir de 1995, com a facilidade que o rádio na internet trouxe. As oficinas das faculdades de comunicação de suas universidades eram o principal nicho, mas não o único de

expressão da comunidade universitária. As iniciativas vieram de associações de estudantes e posteriormente como resultado de suas oficinas de rádio, portanto, a principal função da universidade tem sido a formação profissional.

Muitos projetos desapareceram nos últimos 20 anos, por se tratarem de iniciativas que foram promovidas desde o ambiente escolar e posteriormente devido à crise econômica no país. Em 2015, eram 34 (MARTIN-PENA e CONTRERAS-PULIDO, 2014) embora pertençam à ARU, a rede de rádios universitárias do país, apenas 23 rádios de universidades públicas e privadas, a maioria online.

Entre as particularidades que encontramos há combinações de funções essenciais: a formação, através das oficinas escolares, com a divulgação cultural e científica, e o serviço público. Apesar da falta de pessoal, de recursos econômicos e de uma lei que proteja sua existência, existe um grande espírito de trabalho com os jovens (VÁZQUEZ, 2012). O uso da tecnologia lhes deu um diferencial que lhes permite romper barreiras e ampliar a experimentação em formatos como podcasts, rádio sob demanda, aplicativos para smartphones, serviços interativos e redes sociais (MARTA-LAZO e MARTIN-PENA, 2014).

Em relação aos conteúdos que veiculam, a maioria apresenta uma grade com mais de 20 espaços diferentes, em mosaico, ou seja, com programas temáticos onde se destacam as revistas atuais, com conteúdo basicamente cultural e social; música em diferentes gêneros, sem perder as novidades da universidade e a divulgação da ciência e da tecnologia (MARTA e SEGURA, 2012; ESPINO NARVÁEZ, 2014).

11. As redes

Sem dúvida, a formação de redes por países e recentemente por regiões permitiu que as rádios universitárias ganhassem uma imagem de força e relevância em seu campo. Juntas, com as condições alcançadas em cada experiência – SINPRIES no México; ARUNA na Argentina; REUCH no Chile; RRUC na Colômbia; ARU na Espanha e RRUE no Equador –, alcançaram importantes avanços e benefícios que não

teriam sido possíveis isoladamente.

A necessidade de internacionalização levou à formação da RRULAC em 2010, com o objetivo de fortalecer a rádio das instituições universitárias no contexto latino-americano e sua função social com os objetivos de fomentar alianças internacionais; promover e facilitar o intercâmbio de produções e experiências e desenvolver projetos cooperativos que potenciem o seu impacto, entre outros (RRULAC, 2014).

Nos últimos anos, essas redes têm se fortalecido com projetos mundiais como a celebração da rádio universitária em suas duas versões: a que inclui as rádios universitárias nos Estados Unidos, denominada World College Radio Day, que se comemorou a partir de outubro de 2013, e o dia da rádio universitária latino-americana, 5 de abril, instituído em comemoração ao aniversário da rádio mais antiga do continente. Outros esforços estão em andamento, dada a ativação que também existe em outras redes como ARU da Espanha, RadUni da Itália e a francesa Radio Campus França, que buscam dialogar e contribuir para mostrar ao mundo a importância do rádio feito a partir de instituições de ensino e pesquisa.

12. Os desafios

Embora a tecnologia tenha trazido maior visibilidade e presença às rádios universitárias, sua audiência continua imprecisa e mais diversificada, dada a oferta a que todo cidadão tem acesso. Sua obra às vezes se confunde em um mero instrumento político ou um laboratório experimental, sem levar em conta os interesses do público. Organiza-se sem olhar para o ouvinte, quando a rádio deve promover o desenvolvimento humano “para promover através da comunicação um novo sujeito sociocultural, uma comunicação para a mudança social e para a construção de uma cidadania comunicativa plena”. (NOVELLI e HERNANDO, 2011, p. 24).

Há motivos de sobra para justificar a existência da rádio universitária, pois, entre seus objetivos primordiais, estão contribuir para a formação, para a democratização das comunicações; trazer conteúdo não comercial para províncias

e regiões onde não há estações públicas ou comunitárias; dar voz aos que não têm voz; levar educação a quem precisa. No entanto, é vulnerável em alguns pontos, como a limitação de recursos institucionais e o impedimento de comercialização de espaços em alguns países.

Por outro lado, o rádio universitário, em muitos casos, deve ainda considerar que é preciso mudar o pano de fundo para sobreviver e se destacar neste momento histórico. Para isso, acreditamos que é necessário evitar o seguinte:

- a) A burocratização de seus trabalhadores e, portanto, de suas produções;
- b) A veiculação de conteúdos elitistas, que não deem voz à sua comunidade e aos seus interesses e problemas;
- c) A desconexão com a tecnologia e a dinâmica do público contemporâneo.

Também é necessário adotar novos esquemas de trabalho e modos de produção que permitem a interação com seus usuários – anteriormente chamada de audiência, devido ao seu status passivo –, e trabalhando com formatos híbridos que permitem sua difusão por outros meios.

Em relação ao conteúdo, como afirma Aguaded (2014), "há o desafio e a urgência de trazer luz e desenvolvimento à sociedade, à ciência e ao conhecimento, como motores do progresso e da transformação social", com um toque fresco e próximo às pessoas e com nenhuma pretensão maior do que ser aquela janela que reflete o que toda universidade é: conhecimento, diversidade e liberdade de expressão.

13. Para concluir

O rádio universitário ibero-americano está numericamente bem representado, vivo e contribuindo significativamente para a democratização das comunicações, estando presente em cada um dos países da região. Na Argentina, destacam-se emissoras institucionalizadas com participação social e expressão política; no México, estações de rádio com múltiplos perfis que transmitem conteúdo cultural e acadêmico; na Colômbia, a coexistência de rádios universitárias de interesse público e rádios comerciais privadas com grande presença estudantil; no Chile, vozes críticas são identificadas em universidades nacionais e rádios comunitárias,

e no Equador, o rádio na internet abre espaço para que a comunidade estudantil pegue o microfone.

Isto, somado à força que têm adquirido ao se organizarem em redes que buscam o diálogo com outros grupos, e aos demais exemplos citados, nos mostra a importância que esta rádio tem assumido, considerada vital e necessária em muitas regiões onde não existem alternativas: o esmagador sistema de mídia comercial. No entanto, ainda apresenta grandes desafios que poucas rádios conseguiram superar nos últimos anos.

Como mencionado, são desafios econômicos, tecnológicos e de mudança de atitude para as formas de produção, mas acima de tudo para os conteúdos. O rádio, em grande parte, é o porta-voz da instituição e da cultura em todas as suas expressões; e cada vez mais da juventude, mas observa-se que está menos comprometida com o seu meio social do que outras rádios não comerciais e isso pode afetar o seu futuro porque, como afirma Montells (2010): "Se uma rádio deve se perguntar algo, é o que é tarefa de seu tempo. Além da mídia, as rádios são atores sociais que constroem sentidos e movimentos. Espaços para recuperar a curiosidade, o espanto e a justiça".

Referências:

AGUADED, J. I. Prólogo. In: MARTÍN PENA, D. e ORTIZ SOBRINO, M. A. (org.). **Las radios Universitarias en América y Europa**. Madrid: Fragua, 2014.

ANUIES e UNESCO. Radiodifusoras y Productoras de las Instituciones de Educación Superior en México. Los Medios de Comunicación Universitarios en México 2005[CD]. ANUIES Y UNESCO, 2007.

ARAYA. Radio estudiantil: programas, audiencias y desafíos. **Reflexiones**, 88 (2), pp 37-44, 2009.

ARUNA. La primera radio universitaria de Iberoamérica cumple 90 años, 2014. Disponível em: <http://www.aruna.org.ar/noticias/interior.php?id=142>

BERLÍN, I. El derecho a decir: radios universitarias y educativas en México. **Revista Latina de Comunicación Social**, 27, 2000. Disponível em: <http://ull.es/publicaciones/latina/aa2000tma/125/irving.html>

BONOSO, V.; GARCÍA, R. e PÉREZ, H. Diseño y producción del programa de radio para la facultad de filosofía, letras y ciencias de la educación 2011. (Trabajo final de Licenciatura

en Comunicación Social. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil), 2011. Disponible em: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/406/1/T-UCSG-PRE-FIL-CCS-7.pdf>.

CAPOTE, L. Entrevista personal al director de Radio Campus de la Universidad de la Laguna. Cárdenas J.P. (2011) Las cifras de la radio que piensa, 2010. Disponible em: <http://izkias.blogspot.com/2011/01/las-cifras-de-la-radio-que-piensa.html>

CASAJÚS, L. Radio Universitaria en América Latina: Escenario y perspectivas. In: AGUADED, J. I. e CONTRERAS-PULIDO (org.). **La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática**. La Coruña: Netbiblo, 2011.

CASTRO, E. e PINEDA, A. La política comunicacional de las universidades venezolanas y su impacto sobre la competitividad de sus emisoras de radio. **Revista de Ciencias Sociales**, v. 13, n. 3, Maracaibo, 2007.

CHAPARRO, M. **Radio publica local**. Sevilla: Fragua, 1998.

DAHMA, D. El trabajo en red en Latinoamérica: LaRRULAC. In: MARTÍN PENA, D. e ORTIZ SOBRINO, M. A. (org.). **Las radios Universitarias en América y Europa**. Madrid: Fragua, 2014.

DIDO, J. C. Radios universitarias: realidad y perspectivas. **Actas del 10º Congreso REDCOM**. Conectados, Hipersegmentados y Desinformados en la Era de la Globalización. Salta, Argentina, 2008.

DE LEÓN, V. H. La radio en Guatemala. In: MERAYO, A. (ed.). **Radio en Iberoamérica, evolución, diagnóstico y prospectiva**. España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2007.

ESPINO NARVÁEZ, C. Contenido, estructura y función en la programación de las radios universitarias españolas. **EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC**, 3(1), 26-43, 2014.

FAUS, Á. **La radio**: Introducción al estudio de un medio desconocido. Madrid: Gadiana de Publicaciones, 1973.

FIDALGO, D. Las radios universitarias de España. Transformación al mundo digital. **Telos**, 80, 2009. Disponible em: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulodocumento.asp@idarticulo=2yrev=80.htm>

FLACSO Radio. Emisora universitaria de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales en Ecuador, 2015. Disponible em: <http://www.flacsoradio.ec/>

GAVIRIA, G. La radio universitaria en Colombia. **Revista Javeriana**, 2008.

JIMÉNEZ, C. e MUÑOZ, J. Estructura de los medios de comunicación en Chile. **Razón y Palabra**, vol. 13, n. 60, enero-febrero, 2008.

LT10. Página web oficial de la radio de la Universidad Nacional del Litoral, Argentina, 2015. Disponible em: <http://www.lr11.com.ar/>

MAGAÑA LÓPEZ, S. El modelo de radio universitaria en Estados Unidos de Norteamérica: el caso de KTCU. (Tesis de Licenciatura. Ciencias de la Comunicación. Universidad de las Américas, Puebla, México), 2003. Disponible em:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/magana_l_sm/portada.html

MARTA E LAZO, C. e MARTÍN-PENA, D. Antecedentes, estado de la cuestión y prospectiva de las Radios Universitarias. **Edmetic**, 3(1), 2014.

MARTA, C. e SEGURA, A. Emisoras universitarias españolas en la Web 3.0: programación y contenidos. In: ESPINO, C. e MARTÍN, D. (org.). **Las radios universitarias, más allá de la radio**. Las TIC como recursos de interacción radiofónica. Barcelona: UOC, 2012.

Martí, J. M. Nuevos formatos de radio en USA. **Jornada profesional**: Texto, ponencias. Barcelona: Fira de Barcelona, 1995.

MERAYO, A. (ed.). **Radio en Iberoamérica, evolución, diagnóstico y prospectiva**. España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2007.

MILITO, C., e CASAJÚS, L. Las radios universitarias argentinas en internet: relevamiento, desarrollos, modelos y enfoques. **Question**, 1(30), 2011. Disponible em: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1150/1057>

MILLER, J. A Chronology of AM Radio Broadcasting 1900-1960. Blog, 2014. Disponible em: <http://jeff560.tripod.com/chrono1.html>

MONTELLS, G. Toda esa radio del mundo. **Trampas de la Comunicación**, 83. Universidad Nacional de La Plata, 2014.

MORALES, P. Audiencias de radios universitarias y alternativas en hegemonías comunicacionales. In: B. AMMANN, e E. Da FORTA (org.), **Rutas alternativas de la comunicación**. Procesos de significación social e ideológica y poder. Buenos Aires: Ferreyra Editor, 2008.

NOVELLI, C. e HERNANDO, A. Las radios universitarias. Trayectoria histórica y panorama mundial. In: AGUADED, J. I. e CONTRERAS-PULIDO (org.). **La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática**. La Coruña: Netbiblo, 2011.

PAZ, A., ROMERO, S. e DÍAZ, B. Discreción de los factores de rentabilidad de los medios universitarios. **Formación Gerencial**, año 4, n.1, 2005.

PRIETO CASTILLO, D. Las emisoras Universitarias frente a las transformaciones de fin de siglo. I **Festival Centroamericano de la Radio**. Costa Rica, 1995. Disponible em: <http://www.monografias.com/trabajos912/las-emisoras-universitarias/las-emisoras-universitarias.shtml>

RADIO CUBANA. "A proposito del IX Festival de la Radio Universitaria", 2014. Disponible em: http://www.radiocubana.icrt.cu/index.php?option=com_content&view=article&id=4381%3Aa-proposito-del-ix-festival-de-laradio-universitaria&catid=9&Itemid=127 (27/05/2014).

RADIO UCR. Página web oficial de la Radio Universidad de Costa Rica, 2015. Disponible em: <http://radios.ucr.ac.cr/radio-universidad/la-radio.html> (03/02/2015)

REUCH. Página web oficial de la Red de Radioemisoras Universitarias de Chile, 2015. Disponible em: <http://www.reuch.cl/> (02/04/2014)

REYES, J. Las radios universitarias en Ecuador. Wikispaces, 2014. Disponible em:

<https://historia-radio-tv.wikispaces.com/Las+radios+universitarias+de+Ecuador>

ROTMAN, A. Las radios universitarias, Argentina frente a un nuevo paradigma de la comunicación. In: MARTÍN PENA, D. e ORTIZ SOBRINO, M. A. (org.). **Las radios Universitarias en América y Europa**. Madrid: Fragua, 2014.

RRUE. Página web oficial de la red de Radios Universitarias del Ecuador, 2015. Disponible em: http://www.rrue.org/?page_id=78 (06/02/2015).

RRULAC. Página web oficial de la administración 2012-2014, 2014. Disponible em: <https://sites.google.com/a/rrulac.org/rrulac/principios-organizativos> (04/02/2015).

SINPRIES. Página web oficial del Sistema Nacional de Productoras y Emisoras de las Instituciones de Educación Superior de México, 2015. Disponible em: <http://sinpries.red.anuies.mx/> (03/01/2015).

SLOTTEN, R. H. Universities, public service radio and the american system of commercial broadcasting, 1921-40. **Media History**, 12, pp. 253-272, 2006.

UNED. Página web oficial de la Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2015 Disponible em: http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,499271&_dad=portal&_schema=PORTAL

VÁZQUEZ GUERRERO, M. La radio universitaria en México y España. Estudio de la participación y formación de los jóvenes. (Tesis doctoral. Universidad Pompeu Fabra), 2012. Disponible em: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/84113/tmvg.pdf;jsessionid=E678DAB59897B0CF71BB2F4492356D2A.tdx1?sequence=1>

VÁZQUEZ GUERRERO, M. e CHAMIZO, F. La Radio Universitaria en México: diversidad y contraste. In: MARTÍN PENA, D. e ORTIZ SOBRINO, M. A. (org.). **Las radios Universitarias en América y Europa**. Madrid: Fragua, 2014.

YAGUANA, H. e AGUILÓ, J. M. La radio universitaria ecuatoriana, un reto para un nuevo tiempo. In: MARTÍN PENA, D. e ORTIZ SOBRINO, M. A. (org.). **Las radios Universitarias en América y Europa**. Madrid: Fragua, 2014.

ZAMBRANO, W. Radiografía de las emisoras universitarias colombianas. **Folios**, 28. Facultad de Comunicaciones. Universidad de Antioquia, pp.115-138, 2012.

WPR. Página web oficial de WPR, 2014. Disponible em: <http://www.wpr.org/about-wpr/> (13/12/2014).

WRTU. Página web oficial de Cadena Radio Universidad de Puerto Rico, 2015. Disponible em: <http://www.wrtu.pr>

O rádio expandido no enfrentamento à pandemia de Covid-19: a experiência da Rádio Universitária Paulo Freire

Expanded radio confronting the Covid-19 pandemic: the experience of Rádio Universitária Paulo Freire

La radio expandida en el enfrentamiento de la pandemia de Covid-19: la experiencia de Rádio Universitária Paulo Freire

Cecília Almeida Rodrigues Lima, Yvana Fechine, Ana Veloso, Paula Reis Melo e Ivo Henrique Dantas

Resumo

A exigência de produção de conteúdo de modo remoto para cumprir as recomendações de distanciamento social impostas pelo novo coronavírus levou as emissoras de rádio, grandes ou pequenas a reinventar rotinas profissionais, formatos e modos de circulação. Além de impor às emissoras novos modos de produção, a pandemia, no Brasil, foi marcada pelo anticientificismo e pelo negacionismo, desafiando as rádios universitárias. Nesse cenário, a Rádio Universitária Paulo Freire, rádio escola da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), desenvolveu um conjunto de iniciativas de produção colaborativa e remota, divididas em dois eixos de trabalho, um mais propositivo voltado para a oferta de conteúdos de *informação*, análise e divulgação científica, e outro mais focado no combate à *desinformação* e fake news em torno da pandemia, fazendo ambos a interface entre extensão, pesquisa e formação.

Palavras-chave: Rádio universitária; rádio expandido; divulgação científica; desinformação; fake news.

>> **Informações adicionais:** artigo submetido em: 28/7/2020; aceito em: 26/10/2020.

>> Como citar este texto:

LIMA, C. A. R.; FECHINE, Y.; VELOSO, A.; MELO, P. R.; DANTAS, I. H. O rádio expandido no enfrentamento à pandemia de Covid-19: a experiência da Rádio Universitária Paulo Freire. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 12, n. 01, p. 58-90, jan./abr. 2021.

Sobre os autores

Cecília Almeida Rodrigues Lima

cecilia.almeidarl@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-9771-0396>

Jornalista, professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco. É doutora e mestre em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFPE. Integrante do Obmídia (UFPE) e do projeto de pesquisa/extensão "Rádio Paulo Freire Especial Coronavírus".

Yvana Fechine

yvana.fechine@ufpe.br

<https://orcid.org/0000-0003-3085-2661>

Jornalista, professora do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE. É bolsista de produtividade em Pesquisa do CNPq. Possui mestrado e doutorado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUCSP). É pesquisadora *associada ao Centro de Pesquisas Sociosemióticas e ao Observatório Ibero-americano de Ficção Televisiva (Obitel). Integra a equipe de gestão e do projeto "Rádio Paulo Freire Especial Coronavírus".

Abstract

The requirement to produce content remotely to comply with the social distancing recommendations imposed by the new coronavirus has led radio stations, large or small, to reinvent professional routines, formats and modes of circulation. In addition to imposing new modes of production on broadcasters, the pandemic in Brazil was marked by anti-scientificism and denialism, challenging university radios. In this scenario, Rádio Universitária Paulo Freire, a radio school at the Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), developed a set of collaborative and remote production initiatives, divided into two axes of work, a more purposeful one aimed at offering information content, analysis and scientific dissemination, and another more focused on combating misinformation and fake news around the pandemic, making both the interface between extension, research and training.

Keywords: University radio; expanded radio; scientific communication; disinformation; fake news.

Resumen

El requisito de producir contenido de forma remota para cumplir con las recomendaciones de distancia social impuestas por el nuevo Coronavirus ha llevado a las estaciones de radio, grandes o pequeñas, a reinventar rutinas profesionales, formatos y formas de circulación. Además de imponer nuevos modos de producción a los organismos de radiodifusión, la pandemia en Brasil estuvo marcada por el anti-cientificismo y la negación, desafiando las radios universitarias. En este escenario, Radio Universitária Paulo Freire, una escuela de radio de la Universidad Federal de Pernambuco (UFPE), desarrolló un conjunto de iniciativas de producción colaborativas y remotas, divididas en dos ejes de trabajo, uno más útil para ofrecer contenido informativo, análisis y difusión científica, y otro más centrado en combatir la información errónea y las noticias falsas en torno a la pandemia, haciendo que sea la interfaz entre extensión, investigación y capacitación.

Palabras clave: University media, University Radio, Infodemic, Pandemic, Scientific Dissemination.

Ana Veloso

ana.cveloso@ufpe.br

<https://orcid.org/0000-0001-6706-3856>

Jornalista, professora do Departamento de Comunicação da UFPE, coordenadora do Observatório de Mídia da UFPE e integrante do Coletivo Intervozes. Coordenadora de Programação da Rádio Universitária Paulo Freire.

Paula Reis Melo

preismelo@yahoo.com.br

Jornalista e professora do Departamento de Comunicação Social da UFPE, coordenadora geral da Rádio Paulo Freire e integrante da equipe do programa Fora da Curva. Doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos, com bolsa-sanduíche do CNPq na Universidade Nova de Lisboa, e mestrado em Administração Rural e Comunicação Rural pela UFRPE. Pesquisa os processos comunicacionais dos movimentos sociais na sociedade midiaticizada.

Ivo Henrique Dantas

ivohenrique.dantas@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-7899-8390>

Jornalista, Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), com Especialização em Marketing pela Fundação Getulio Vargas (FGV). Integrante do projeto de pesquisa Observatório de Mídias de Conteúdos Informativos sobre Covid-19 (UFPE).

Introdução

No cenário de convergência de mídias, o rádio foi um dos veículos mais pressionados a se reinventar e, como constata Kischinhevsky (2016, p. 13), “surpreendentemente, mostrou maior capacidade de reação do que outros meios de comunicação”. Há muito, o rádio já “transbordou” para múltiplas plataformas, exibindo sua capacidade e agilidade de adaptação para ampliar a distribuição de conteúdos produzidos pelas emissoras também via internet, por meio da expansão de rádios online, da escuta/acesso via aplicativos móveis e das possibilidades de fidelização de públicos com o podcasting⁸. Essa versatilidade do rádio mostrou-se ainda maior quando o Brasil enfrentou a pandemia de Covid-19 e, mais do que nunca, foi urgente levar informações para os lugares mais distantes nos quais a maioria da população não tinha acesso à internet. A explosão de uma das mais pulsantes reinvenções do “novo rádio”, o *podcast*, também teve sensível aumento durante a pandemia. Segundo dados do Spotify (2020)⁹, no segundo trimestre de 2020 o número de usuários ativos que ouvem podcasts cresceu entre 19% e 21%, enquanto a quantidade de conteúdo consumido por este público mais do que dobrou. Além disso, uma pesquisa publicada pela VoxNest¹⁰ identifica o Brasil como o país com maior crescimento no número de podcasts produzidos nos primeiros meses de 2020. Quando observados conteúdos em português, houve um crescimento de 103% durante esse período ao mesmo tempo em que o Brasil também ocupa a quinta posição no ranking de crescimento do número de ouvintes de podcasts.

8. Compreendido como a distribuição, recepção e escuta sob demanda de produtos sonoros (BONINI, 2020), o que possibilita ao usuário o consumo deslocado no tempo e no espaço desse conteúdo, seja por acesso síncrono ou assíncrono.

9. Disponível em: https://s22.q4cdn.com/540910603/files/doc_financials/2020/q2/Shareholder-Letter-Q2-2020-FINAL.pdf Acesso em 15 set. 2020.

10. Disponível em: https://mcusercontent.com/38445fb7288a06856872a31cf/files/od292c4f-bb44-457f-bd3c-e2c822b928ef/Voxnest_2020_Mid_Year_Preview_Report.pdf?mc_cid=92b4722590&mc_eid=fac3432ac4. Acesso em: 09 set. 2020.

A exigência de produção de conteúdos de modo remoto para cumprir as recomendações de distanciamento social impostas pelo novo coronavírus levou a Rádio Universitária Paulo Freire, rádio escola da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), a reinventar rotinas profissionais, formatos e modos de circulação. Obrigada a rever seus produtos e procedimentos, quando consolidava seu funcionamento e sua grade de programação, ainda em fase experimental, a Rádio Paulo Freire, uma emissora de Amplitude Modulada (AM), ainda sem perspectivas de digitalização, foi desafiada a se reposicionar. A interrupção de sua grade regular, pela impossibilidade de operação remota, levou a emissora a apostar no que podem ser considerados pilares na atuação de uma rádio escola universitária: pesquisa e extensão integradas a uma experiência de formação discente.

Além da recomendação por distanciamento social, a pandemia da Covid-19 também ocorreu em meio a um cenário de ataques à ciência e às universidades públicas brasileiras. A eleição de um governo de extrema direita, em 2018, institucionalizou um clima de desmerecimento às instituições públicas e de contingenciamento de verbas para a educação e pesquisas científicas. Esse contexto tornou ainda mais importante a atuação das emissoras universitárias como forma de contribuir com a divulgação científica, combater a desinformação e esclarecer a população em linguagem acessível. A pandemia recolocou a ciência e as instituições e universidades públicas no centro do debate público. Agora, é para as instituições científicas que se voltam as expectativas da população, em busca de orientações e soluções. Foi quando a UFPE organizou ações de pesquisa e extensão para o combate ao novo coronavírus no denominado "Observatório Covid -19"¹¹.

Em meio às ações do Observatório, surgiu o projeto "Rádio Paulo Freire Especial Coronavírus", um conjunto de iniciativas de produção, orientado pela concepção de um "rádio expandido" e dividido em dois eixos de trabalho, um mais propositivo, voltado para a oferta de conteúdos de *informação*, análise e

¹¹ Disponível em: <https://www.ufpe.br/covid-19/observatorio>. Acesso em 07 jul. 2020.

divulgação científica, e outro mais focado no combate à *desinformação* em torno da pandemia, com ambos fazendo a interface entre extensão, pesquisa e formação. O projeto permitiu o engajamento de 30 pessoas, entre professores, pesquisadores, técnicos e estudantes da UFPE, em um processo desafiador de produção colaborativa e remota, trabalhando com os recursos disponíveis em casa. Esse esforço coletivo de produção propiciou uma partilha de saberes e recursos, em relações de caráter mais horizontal, dentro da equipe e desta com seus parceiros fora e dentro da universidade. É esta experiência de parcerias e experimentação de formatos e modos de produção que pretendemos aqui relatar, com o intuito de sinalizar o potencial das rádios universitárias como plataformas de mobilização social.

Como método de investigação, realizamos um inventário das ações realizadas pela Paulo Freire no período em que persistiram as orientações de isolamento social, bem como a descrição do modelo de trabalho adotado pela equipe, com o objetivo de evidenciar como os conceitos de "rádio expandido" e de transmídiação foram incorporados pela emissora em um momento de crise. É preciso, no entanto, entender essa experiência como parte do processo mais amplo de transformação do próprio rádio.

Emissoras universitárias no contexto do rádio expandido

As experiências contemporâneas têm sido caracterizadas por uma série de fenômenos sociais atravessados por práticas comunicativas cada vez mais complexas. Para os veículos de comunicação social, isso significa um período de transição (ou sobreposição) entre diferentes modelos de produção, no qual se assume cada vez mais uma perspectiva de convergência midiática (JENKINS, 2009), potencializada pelo crescente acesso às redes de comunicação em todo o mundo e pela consolidação de múltiplas plataformas de distribuição de conteúdo midiático nos mais diversos formatos. Por convergência midiática compreendemos um ambiente em que meios tradicionais e digitais se relacionam de modo cada vez mais intrincado, com fronteiras menos rígidas ou quase inexistentes (JENKINS, 2009).

A crescente onipresença das plataformas digitais de comunicação soma-se à cadeia produtiva do rádio. Kischinhevsky (2014, p. 148) salienta que o rádio já pode ser considerado como um

“meio expandido, que não se limita às ondas hertzianas, integrando um complexo industrial de radiodifusão dentro do qual se pode pensar em diferentes modalidades de plataformas de difusão: 1) quanto à distribuição: aberto, por assinatura ou de acesso misto; 2) quanto à recepção: síncrona ou assíncrona; 3) quanto à circulação: aberta, em plataformas/ aplicativos de livre acesso, ou restrita, em serviços de *microblogging*¹², *podcasts* ou *web radios* em que é preciso se cadastrar para participar, ainda que o acesso seja gratuito”.

É assim que o rádio “transborda” para múltiplas plataformas, consolidando suas características e versatilidade de adaptação para ampliar a distribuição de conteúdos produzidos pelas emissoras (KISCHINHEVSKY, 2016).

A concepção de um modelo multiplataforma e convergente tanto na produção quanto na difusão é fundamental para a sobrevivência nesse ambiente midiático, especialmente para as pequenas emissoras – e, em especial, as rádios universitárias – que costumam enfrentar problemas para conquistar audiência. Um caminho para driblar a escassez de investimentos em soluções tecnológicas e as limitações de recursos humanos é a aposta nas redes sociais digitais e na disponibilização de conteúdos *online*, exclusivos ou não, potencializando sua circulação. Orientada pelos novos modos e meios de difusão, uma emissora de rádio pode agora ser pensada ela mesma como uma plataforma de conteúdos e ações que, mesmo embora tenha sua existência ancorada nas ondas de radiofrequência, não se limita mais ao *dial*. No caso das rádios universitárias, soma-se a isso o potencial mobilizador que se pode acionar a partir de sua inserção em um espaço dinâmico de formação, pesquisa e extensão. O desafio de atuar também como uma instância de articulação entre a comunidade acadêmica e desta com outros atores, entidades e movimentos

¹². *Microblogging* pode ser definido como uma forma de comunicação possibilitada pelas novas tecnologias em que os usuários realizam curtas publicações a partir de uma plataforma de compartilhamento de conteúdos. Além de se diferenciar dos blogs por sua restrição de tamanho, a prática do *microblogging* se destaca pela atualização contínua a partir de dispositivos móveis.

sociais está posto para todas as emissoras universitárias, e ainda mais quando se trata de uma rádio escola, como a Rádio Universitária Paulo Freire da UFPE, que assume tal compromisso tanto no próprio nome quanto na sua história.

A Rádio Universitária Paulo Freire: princípios e contextualização

Quando aliadas às inovações oriundas das universidades, institutos de pesquisa, grupos comunitários, ONGs, associações populares, sindicatos e outros sujeitos coletivos, as rádios públicas – e destacamos aqui as rádios universitárias dessa natureza – ganham em criatividade e experimentação. Pelo seu caráter público e desvinculação com a lógica do lucro, elas podem dar visibilidade às informações ignoradas pelas demais empresas, abrindo espaços para atores e movimentos sociais que não têm seus anseios, projetos e reivindicações espelhados nos “produtos” empacotados e distribuídos pelas corporações de mídia. Esse posicionamento deve ser convertido em compromisso quando uma emissora possui a natureza de uma rádio escola, como é o caso da Rádio Universitária Paulo Freire, que faz parte do Núcleo de Televisão e Rádios Universitárias (NTVRU) da UFPE e é gerida pelo Departamento de Comunicação Social (DCOM).

A concepção de uma rádio escola não significa a mera utilização dos recursos de áudio em uma instituição de ensino para o desenvolvimento de atividades educativas. Inserida no contexto do ensino superior e em um núcleo mais amplo que posiciona a universidade como agente de comunicação pública, a rádio escola é, de um lado, um instrumento de produção e difusão de conteúdos de interesse coletivo, que colaboram para fortalecimento da democracia, cidadania e diversidade e, de outro, um meio para a formação profissional de estudantes de Comunicação e áreas afins. A orientação pelo pensamento do pedagogo Paulo Freire, que está no nome e na origem da rádio escola da UFPE, impulsionam seu projeto editorial e pedagógico para uma “comunicação libertadora”.

Inspirado na pedagogia paulofreireana, esse caráter emancipatório da

comunicação aposta no reconhecimento e investe na autonomia dos sujeitos que a realizam (FREIRE, 1980). Liberdade e autonomia se associam à reflexão crítica sobre a prática. Em todo o processo do ensino-aprendizagem, as três dimensões da universidade se integram, de modo que o ensino, a extensão e a pesquisa possibilitam a construção do conhecimento permanente para além da sala de aula. Como preconiza Paulo Freire, "a reflexão crítica sobre a prática se torna uma exigência da relação Teoria/Prática sem a qual a teoria pode ir virando blábláblá e a prática, ativismo" (1996, p. 24). É ancorada neste princípio que a rádio escola da UFPE tem priorizado a articulação com os movimentos sociais e comunitários e o protagonismo dos estudantes em sua produção. As próprias identidades visual e sonora da Rádio Universitária Paulo Freire foram elaboradas por estudantes dos cursos de Publicidade, Jornalismo e Rádio, TV e Internet do Departamento de Comunicação Social, com orientação dos professores e apoio técnico da equipe do seu Laboratório de Imagem e Som. O modo como a Rádio Paulo Freire foi organizada e estruturada é um reflexo desses princípios e desse protagonismo estudantil, que ficam mais evidentes quando conhecemos sua história e funcionamento.

A Universitária AM 820 foi criada em 1962, quando Paulo Freire esteve à frente do SEC-UR, o Serviço de Extensão Cultural da Universidade de Recife (denominação da UFPE à época). O SEC-UR foi uma experiência extensionista pioneira no Brasil que, na época, reuniu muitos intelectuais progressistas do Estado (MENDONÇA; VERAS, 2004, p. 15). A rádio já fazia parte do projeto educacional liderado por Paulo Freire e prova disso foi a veiculação do programa radiofônico "Cultura Popular e Alfabetização", levado ao ar pelo Movimento de Cultura Popular, uma ação criada em 13 de maio de 1960 com a missão de emancipar as classes populares por meio da alfabetização e educação. Com novo nome e sob a gestão do Departamento de Comunicação Social, a emissora passou funcionar como rádio escola, a partir de sua mudança de estatuto e regimento¹³, aprovada em 22 de novembro de 2018, depois de um longo período

¹³. Disponível em:

espelhando somente a programação da Universitária FM por falta de um quadro próprio de pessoal.

A mudança do nome da emissora, que marca a sua nova fase, justifica-se não apenas pela homenagem ao seu fundador, mas também pela influência do pensamento paulofreireano na concepção da rádio escola: de um lado, a identificação e valorização da cultura e saberes das classes populares, e, de outro, a aposta em um conhecimento que se constrói junto, a partir de mecanismos de participação e reconhecimento do *outro*. Esta orientação é evidenciada pelo slogan 'Rádio Paulo Freire, a rádio que fazemos juntos', com o qual se indica um diálogo imediato com o pensamento de Paulo Freire. Segundo ele, "quem ensina aprende ao ensinar e quem aprende ensina ao aprender. Quem ensina alguma coisa a alguém. Por isso é que, do ponto de vista gramatical, o verbo ensinar é um verbo transitivo-relativo" (FREIRE, 2015, p. 25).

Como rádio escola, a Paulo Freire passou a operar com programação própria a partir de fevereiro de 2019. Desde que entrou no ar em sua nova fase, a rádio AM da UFPE veicula uma grade própria de seis horas diárias composta por programas e conteúdos produzidos 1) pela própria equipe da rádio, constituída por alunos bolsistas e voluntários junto com a equipe gestora; 2) pela comunidade acadêmica; 3) por outras emissoras universitárias; e 4) pela sociedade civil por meio de chamadas públicas. No restante do dia, a Paulo Freire espelha a programação da Universitária FM 99.9 MHz, pois ainda não possui um quadro de pessoal que permita sua inteira autonomia de programação.

Antes da pandemia, a rotina da rádio se dava da seguinte maneira: os programas eram produzidos e apresentados por estudantes voluntários e oito bolsistas do Departamento de Comunicação Social, oriundos dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Rádio, TV e Internet. Cada equipe é orientada e supervisionada por um professor responsável, enquanto o acompanhamento técnico cabe à coordenação operacional.

<<https://www.ufpe.br/documents/38982/2380264/Res+2018+02+CONSAD+%28Radio+Paulo+Freire+820+AM%29+Homologada+em+23.11.2018.pdf/85af81e3-c057-488e-b299-9b4c8a39b599>>. Acesso em: 4 jul. 2020.

Todos os programas são veiculados por *streaming* no perfil da rádio no Facebook e YouTube, com divulgação também por Twitter e Instagram¹⁴. Após a veiculação, os programas ficam disponíveis no YouTube. Dessa forma, as mídias sociais são usadas de forma a complementar, cada uma, a experiência de recepção e circulação dos conteúdos, explorando a transmidiação, definida por Fechine et al. (2013) como

[...] um modelo de produção orientado pela distribuição em distintas mídias e plataformas tecnológicas de conteúdos associados entre si e cuja articulação está ancorada em estratégias e práticas interacionais propiciadas pela cultura participativa estimulada pelo ambiente de convergência (FECHINE et al, 2013, p. 26).

O quadro abaixo sistematiza as funções desses perfis nas mídias sociais.

Quadro 1 – Perfis da Rádio Paulo Freire nas plataformas de redes sociais digitais¹⁵

Plataforma	Função principal	Seguidores / fãs	Link
Facebook	Fornecer a transmissão ao vivo, via streaming, dos programas transmitidos pela rádio.	1.794	facebook.com/radiouniversitariapaulofreire
Instagram	Divulgar dia e horário de veiculação dos programas, além de conteúdos extras produzidos pela equipe. Fornecer material de bastidores e depoimentos de convidados.	2.515	instagram.com/radiopaulofreire
Twitter	Descrever melhores momentos dos programas veiculados pela rádio, em tempo real. Interagir com ouvintes e perfis parceiros. Reiterar a divulgação de conteúdos nas demais plataformas e no site.	833	twitter.com/paulofreireufpe
YouTube	Armazenar os programas de rádio produzidos pela equipe de bolsistas, além de conteúdos	281	youtube.com/RádioUniversitáriaPauloFreire

¹⁴. Além da frequência 820 AM KHz, durante a pandemia, a programação da Paulo Freire também passou a ser veiculada ao vivo pelo endereço <https://orelha.radiolivre.org/radiopaulofreire>.

¹⁵. Números consolidados em 19 set. 2020.

	complementares feitos em vídeo. Durante a pandemia, também foi utilizado para transmissões ao vivo.		
--	---	--	--

As plataformas de redes sociais digitais têm demonstrado função fundamental para que uma rádio de Amplitude Modulada possa ampliar seu público, não somente junto à comunidade acadêmica, mas também para além dos muros da universidade, alcançando outros atores potencialmente interessados nos conteúdos veiculados pela rádio. As mídias digitais caracterizam-se por uma linguagem híbrida e com possibilidade de personalização, para atingir públicos específicos com interesses similares. Além disso, possibilitam que os conteúdos da rádio tenham um alcance local, nacional ou até global, a depender do engajamento do público ouvinte (MARTINO, 2014). Também as plataformas favorecem uma comunicação quase instantânea com receptores, que podem enviar perguntas, críticas ou sugestões, contribuindo para a melhoria dos processos e para o crescimento da rede formada em torno da rádio, ampliando a propagabilidade dos conteúdos veiculados (JENKINS; FORD; GREEN, 2015).

Com esse lastro nas plataformas de redes sociais digitais, no seu primeiro ano de transmissão, a programação foi composta pelos seguintes programas selecionados via chamada pública: Entre, Chega Junto, Arqueologia em Evidência, Musicac, Papo reto no rádio, Cantando e brincando nas ondas do rádio, Papos & Beats. Já os programas produzidos pela própria equipe da rádio, constituída por alunos bolsistas sob a supervisão dos professores, foram: Eco Ideia, Descomplica Dados, Na hora da Sesta, Várzea Cultural, Caderno de Cinema, Cuscuz com Quê, Sessão Kids, Amplitude 88, Codinome Resistência, Nossa Pauta, 820 no Ar e Saúde é o Tema¹⁶.

O "Saúde é o Tema" abre espaço para professores, pesquisadores e profissionais dos cursos na área de saúde e do Hospital das Clínicas na UFPE. Pela temática,

¹⁶ . Para uma descrição dos programas, acesse: <https://sites.ufpe.br/rpf/programas-do-departamento-de-comunicacao-da-ufpe/>

mas também por sua transversalidade, o “Saúde é o Tema” foi tomado como produto de referência para as ações em torno da pandemia de Covid-19 englobadas pelo projeto “Rádio Paulo Freire Especial Coronavírus”, que mobilizou toda a equipe e reposicionou a programação e produção da emissora, como veremos a seguir.

Uma plataforma midiática, uma plataforma social¹⁷

Em Pernambuco, todas as atividades acadêmicas presenciais foram suspensas em 16 de março de 2020, em função da necessidade de medidas de distanciamento social na tentativa de conter a propagação do SARS-CoV-2. De suas casas, professoras e pesquisadores envolvidos na construção do projeto da rádio escola começaram a discutir possibilidades de pesquisas e ações para enfrentamento do novo coronavírus, dentro da área de conhecimento do grupo, a Comunicação Social.

Uma dificuldade impôs-se de saída. Por dispor de infraestrutura e condições tecnológicas limitadas, não foi possível operar a rádio de modo remoto. Por isso, a programação própria foi suspensa durante o período de isolamento social determinado pelas autoridades sanitárias em Pernambuco. A rádio passou a retransmitir integralmente a programação da Universitária FM. Porém, a equipe gestora da Paulo Freire conseguiu acomodar na grade da FM os conteúdos produzidos como parte do projeto especial “Rádio Paulo Freire Especial Coronavírus”, apoiado pela Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da UFPE, com vigência de seis meses. O projeto incorporou à equipe da rádio mais seis bolsistas pelo período de duração do projeto (de maio a outubro de 2020), todos trabalhando em casa com os recursos disponíveis.

¹⁷. Ainda merece menção, embora não seja um programa nativo da Rádio Paulo Freire, o “Programa Fora da Curva: Especial Coronavírus”, projeto de extensão realizado por professores do Departamento de Comunicação Social (SANTANA, 2019), veiculado pela Rádio Universitária FM, que também adotou modelo de produção remota no período, oferecendo análises políticas, sociais e econômicas a partir do contexto da pandemia, utilizando transmissões ao vivo e podcasts como forma de disseminação do conteúdo. Por não se tratar de uma produção específica da Rádio Paulo Freire, este produto em particular merece ser tratado em investigação à parte.

No momento em que as aulas estavam suspensas na UFPE, a rádio Paulo Freire funcionou também como um espaço de formação, envolvendo professores e estudantes em um processo de aprendizado mútuo em torno de novas possibilidades de comunicação.

A limitação de espaço de veiculação dos conteúdos da Paulo Freire na grade da Universitária FM, associada ao trabalho remoto realizado com restrições, levou a equipe a experimentar formatos que ainda não haviam sido explorados em suas produções. Foram propostos, de um lado, formatos multiplataforma, concebidos numa lógica “dois em um” ou “três em um” (uma transmissão ao vivo no Facebook que se transforma em programa de rádio, distribuído posteriormente também como *podcast*) e, de outro, conteúdos pensados originalmente para outras redes de circulação incorporadas à órbita do “rádio expandido”, como listas de transmissão e grupos de WhatsApp. Todos os produtos foram pensados como parte de duas grandes ações: “Saúde é o Tema”, com foco dirigido à informação qualificada acerca da Covid-19 e “Coronavírus em xeque”, preocupado em combater a desinformação em torno da pandemia em seus múltiplos desdobramentos. A seguir, apresentaremos cada uma dessas ações.

Saúde é o Tema – Especial Coronavírus

“Saúde é o Tema” envolveu a produção semanal de um programa de entrevistas transmitido ao vivo pelo perfil da rádio no Facebook e no YouTube, com a consultoria de professores de saúde coletiva da UFPE. A partir do arquivo de áudio gerado pela transmissão, o conteúdo também foi distribuído via *podcast* e pelas duas emissoras universitárias. Os programas abordaram orientações de saúde, críticas às políticas públicas adotadas pelos governos para o setor e divulgação de pesquisas para tratamento da Covid-19. Os entrevistados foram selecionados pela atuação científica e/ou de ação social para mitigar os efeitos da doença junto a populações de vulnerabilidade social. Esta perspectiva coloca a ciência em diálogo quase direto com a demanda da

sociedade, de modo a destacá-la como área do saber fundamental para a própria existência humana.

Por razões e características distintas, essas duas áreas – a ciência e a ação social – não têm muita visibilidade nos meios de comunicação hegemônicos ou, quando têm, são representadas pela lógica das regras privadas. No programa “Saúde é o Tema”, a comunicação pública é praticada de modo a permitir que os protagonistas (da ciência ou de entidades/movimentos sociais) façam referência ao real nos seus próprios termos, sendo provocados através da realização da entrevista como um “diálogo possível” (MEDINA, 1986). Além da natureza do veículo rádio, que possibilita uma maior aproximação com o ouvinte pela linguagem falada com a espontaneidade dos entrevistados, as redes sociais ampliam a inserção dos programas para outros públicos que não acessam o veículo cotidianamente. Nessa concepção de rádio expandido, o programa que antes seria somente em formato de áudio, com o vídeo passou a ter imagem também, além de todas as interações por meio dos comentários.

A edição “Pesquisa com plasma sanguíneo para o combate à Covid-19”, cuja transmissão ao vivo foi realizada no dia 1 de julho de 2020, por exemplo, deu visibilidade a dois cientistas, um infectologista e uma hematologista, que promoveram a divulgação científica do desenvolvimento do estudo de forma clara e bastante acessível ao público leigo. No final do referido programa, a convidada, hematologista Paula Loureiro, destacou a necessidade de os pesquisadores terem maior interação com a sociedade. O rádio tem esse poder de aproximar os convidados do público, o que pode favorecer com que a ciência seja vista como algo possível de ser entendido e, portanto, defendido.

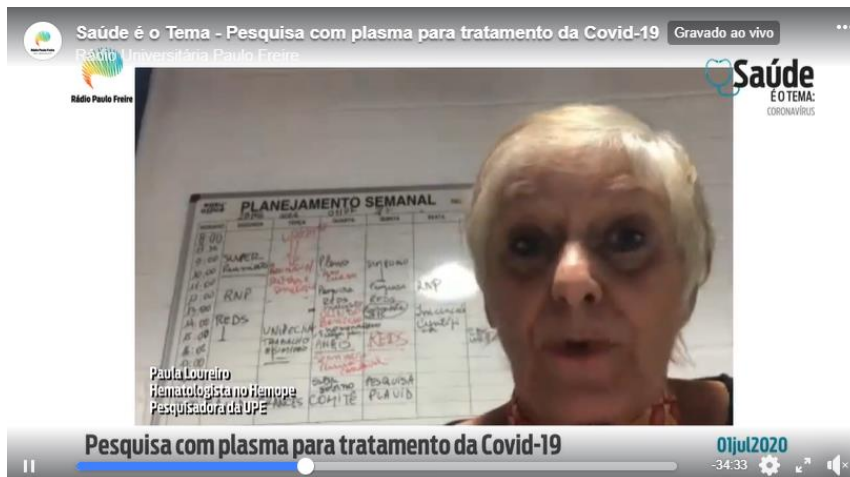


Figura 01 – Exemplo de transmissão ao vivo do Saúde é o Tema: Especial Coronavírus

Fonte: Facebook | Disponível em: <https://www.facebook.com/watch/live/?v=1126493207734315>. Acesso em 07 jul. 2020.

O programa buscou aprofundar, nas entrevistas, as questões que afetam a realidade das populações de comunidades mais vulneráveis, de modo que o público pudesse conhecer sua realidade e como seus moradores buscam superar os problemas. Daniel Paixão, integrante da Rede COPPA e do Observatório Popular de Maranguape I, em Pernambuco, foi entrevistado no dia 25 de junho de 2020, sobre a solidariedade durante a pandemia. Ele destacou a importância da abertura do espaço, nas emissoras públicas, para fazer uma reflexão sobre a exclusão das populações em territórios periféricos, o abandono do Estado e a ação coletiva como forma de sobrevivência.

Semanalmente, também foram produzidos em média três interprogramas de até 3 minutos, com especialistas da área de saúde, bem como reportagens especiais para o programa jornalístico “Especial Coronavírus”, veiculado pela Rádio Universitária FM. As produções traziam informações sobre os diversos aspectos relacionados à prevenção, ao tratamento, às consequências e à evolução da pandemia de Covid-19, bem como as medidas sanitárias, as políticas públicas de saúde e os problemas sociais. Além de veiculados nas emissoras universitárias da UFPE, os conteúdos foram disponibilizados no site¹⁸

¹⁸. Disponível em: <https://sites.ufpe.br/rpf/saude-e-o-tema/>. Acesso em 05 jul. 2020.

e redes sociais digitais da Rádio Paulo Freire e encaminhados para rádios comunitárias, rádios web e parceiros. Treze emissoras de rádios (comunitárias e/ou públicas) colaboraram com a veiculação dos interprogramas em sua programação até o momento de finalização deste artigo.

Entre as iniciativas englobadas pelo “Saúde é o Tema” merece destaque o “Manda no Zap”, uma ação que explorou o potencial do WhatsApp¹⁹ para a produção e o compartilhamento de conteúdos, em sintonia com a concepção desse “rádio expandido”. Assim, foi criada a linha de transmissão para divulgar áudios com orientações e dicas sobre como se prevenir do contágio pelo novo coronavírus e de como lidar com a Covid-19 em suas mais variadas dimensões e, em seguida, também vídeos educativos produzidos por outro grupo de pesquisa da Geografia e da Ciência da Informação. Os *spots*, de aproximadamente um minuto, eram direcionados especialmente para comunidades e espaços periféricos e foram concebidos para veiculação, sobretudo, em grupos de WhatsApp, mas também em bicicletas com caixas de som que difundem anúncios em bairros e comunidades da Região Metropolitana do Recife. Até 17 de setembro de 2020, já haviam sido produzidos 79 *spots* para esta iniciativa, dos quais seis foram solicitados diretamente por representantes de comunidades específicas para divulgação em seus territórios.

Foi observado que as mensagens de saúde para prevenção e combate à Covid-19, na mídia em geral, abordam situações que contemplam as condições plenas de higiene, como água encanada em casa ou habitações de alvenaria com mais de um cômodo, o que deixava de fora as populações que moram em territórios periféricos, que não possuem as condições básicas de moradia. Os *spots* foram pensados para essas situações de vulnerabilidade social. Os temas

¹⁹. O WhatsApp é um aplicativo de mensagens com mais de 2 bilhões de usuários em todo o mundo (FOLHA DE S.PAULO, 2020). No Brasil, o último número divulgado dava conta de uma base de cerca de 130 milhões de pessoas (AGÊNCIA BRASIL, 2019). Vale ressaltar que, no Brasil, a maioria das operadoras de telefonia adotam o *Zero Rating*, prática que permite o acesso a aplicativos de redes sociais e mensageiros de forma “gratuita”, ou sem cobrar o tráfego de dados móveis. “Com grande parte da população conectada por aparelhos móveis no Brasil [...], uma vez esgotados pacotes de dados cada vez mais caros e menores, o uso fica restrito aos serviços ou plataformas que ‘não gastam a sua internet’” (IRIS, 2020, informação eletrônica).

contemplavam necessidades de informação identificadas em mapeamentos realizados nesses territórios por professores e estudantes também de outros departamentos, como Geografia e Ciências da Informação, envolvidos em projetos abrigados pelo Observatório Covid-19 da UFPE. Não somente o conteúdo foi elaborado considerando os fatores socioeconômicos como também a forma, a linguagem, buscou se aproximar do universo cultural, com a locução mais coloquial, a música e o repertório.

Sob a orientação dos professores associados ao projeto, a produção dos spots foi feita predominantemente por estudantes voluntários ou bolsistas, mas também foram enviados e gravados por líderes comunitários que, com o suporte técnico-expressivo da equipe da Rádio Paulo Freire, falavam diretamente aos seus territórios. Além de distribuídos em listas de transmissão pelo WhatsApp da emissora e de parceiros da iniciativa, os spots foram disponibilizados para uso livre na seção "Manda no zap", no site da Rádio Universitária Paulo Freire. Circularam ainda em grupos ligados ao Centro Brasileiro de Estudos da Saúde, Rede Nacional de Médicos e Médicas Populares, Movimento SUS na Rua, Pastoral do Povo na Rua, Cáritas, entre outros.

Os spots foram utilizados, também, pelos Agentes Populares de Saúde e pelas Bikes da Saúde, como parte do Projeto Mãos Solidárias Pernambuco, que envolveu várias entidades e movimentos sociais em ações de orientação e solidariedade na região metropolitana de Recife no período da pandemia. Toda a produção do "Manda no Zap" foi disponibilizada para outras rádios comunitárias ou públicas, como a da Rádio Comunitária Alternativa FM, Coordenada pela Associação das Mulheres de Nazaré da Mata (PE)²⁰ – AMUNAM e públicas, como a Rádio Frei Caneca FM²¹ (uma emissora ligada à Fundação de Cultura Cidade do Recife). Os spots também foram aproveitados, com fins didáticos, no Curso de Atualização para Agentes Comunitários de Saúde, desenvolvido pela Escola de Governo em Saúde Pública de Pernambuco.

²⁰. Disponível em: <http://alternativafmamunam.blogspot.com/> Acesso em 06 jul.2020.

²¹. Disponível em: <http://www.freicanecafm.org/>. Acesso em 06 jul.2020.

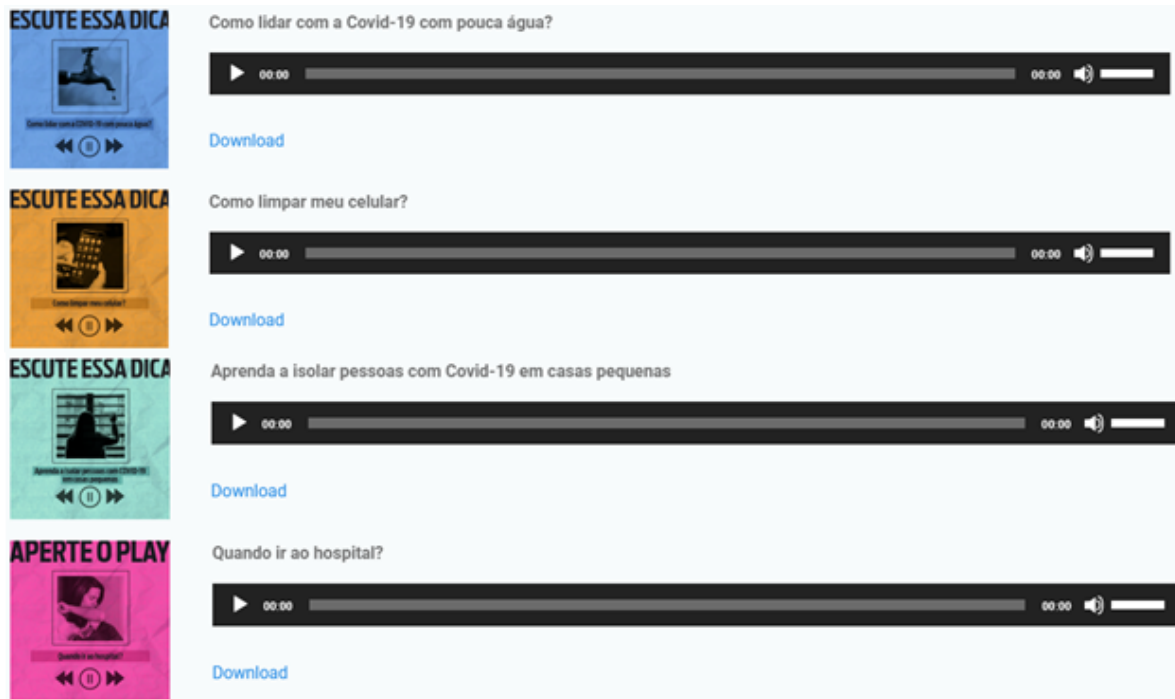


Figura 02: Exemplos de conteúdos disponíveis na seção "Manda no Zap"

Fonte: <https://sites.ufpe.br/rpf/saude-e-o-tema/manda-no-zap/>

A iniciativa pode ser considerada como uma experiência embrionária, no âmbito da Paulo Freire, de uma "rádio zap", baseada na oferta de conteúdos sonoros, em formatos curtos, por meio de listas de transmissão no aplicativo. No caso do Manda no Zap, os conteúdos são distribuídos diariamente, obedecendo a um cronograma de envio organizado, semana a semana, nos moldes de uma programação. O êxito da experiência indica o potencial desse tipo de produção e de distribuição de conteúdos serializados por meio de listas de transmissão do WhatsApp não apenas em momentos excepcionais, como o da pandemia, mas de modo contínuo, dirigido para grupos segmentados de interesse. É possível, a partir de experiências como esta, pensar em outros formatos de programetes feitos de modo exclusivo para veiculação por WhatsApp, bem como outros extraídos ou adaptados da grade de programação²².

²². Cf. por exemplo, <http://www.somosvos.com.br/programa-intervalo-e-radio-zap-a-radio-que-e-transmitida-pelo-whatsapp/> Acesso em 17 set. 2020.

No Brasil, o WhatsApp já se consolidou também como um importante canal para contato e agendamento de pautas e entrevistas na produção cotidiana do jornalismo, como mostram pesquisas realizadas, por exemplo, por Firmino da Silva e Melo (2016). O aplicativo de mensagens já é amplamente usado pelas emissoras de rádio como ferramenta de marketing e, sobretudo, para contatos com os ouvintes (promoções, pedidos, sugestão de pautas, enquetes etc.)²³. Resta explorar mais suas especificidades na criação e veiculação de novos formatos jornalísticos.

Pela característica do aplicativo mensageiro, este eixo do projeto recebeu *feedbacks* diretos do público ouvinte cadastrado na lista de transmissão. Líderes comunitários e representantes de entidades sociais legitimaram a importância dos conteúdos e deram sugestões de pauta que orientaram produções posteriores, como se pode ver pela troca de mensagens abaixo, entre a representante de uma iniciativa social no município de Paulista (PE) e o bolsista responsável pela articulação com outras rádios e parceiros.

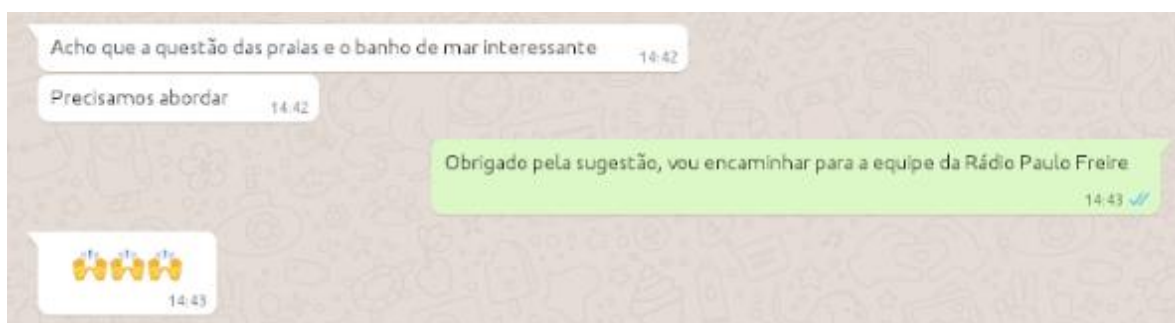


Figura 03: Interação no WhatsApp a partir da lista de transmissão para divulgação de conteúdos.

Também foram produzidos vídeos com dicas de saúde, exibidos pela TV Universitária e armazenados no canal de YouTube da rádio. Juntamente com os interprogramas em áudio, os vídeos compunham uma subseção do site denominada "Momento Saúde". Até o dia 17 de setembro de 2020, já haviam

²³. Disponível em: <<https://maxcast.com.br/blog/como-as-radios-podem-usar-o-whatsapp/>> Acesso em 17 set. 2020.

tido produzidos 30 vídeos nestes moldes.

Coronavírus em Xequê

Além da necessidade de ofertar à população informações qualificadas – e as universidades públicas desempenharam um papel fundamental na produção de conhecimento e soluções para enfrentamento da pandemia –, tornou-se consenso que o mundo vivia também um surto de desinformação e anticientificismo em torno do novo coronavírus. Em abril de 2020, a Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) nomeou essa onda de desinformação sobre a pandemia como “infodemia”. Teorias da conspiração de que o vírus foi criado na China, em laboratório; receitas caseiras e supostamente milagrosas; orientações sem embasamento científico; ataques a governadores de vários estados brasileiros, entre outros conteúdos, começaram a circular fortemente em plataformas de redes sociais como WhatsApp, Twitter e YouTube²⁴. A partir dessa constatação, nasceu o “Coronavírus em xequê: o risco da desinformação”, que associou inicialmente atividades de pesquisa e, depois, de extensão orientadas, sobretudo, pelo desmentido das *fake news* e pelo combate à pseudociência e ao negacionismo da Covid-19, como pode ser verificado no site do projeto²⁵.

A iniciativa teve origem em um projeto coletivo proposto pelo Observatório de Mídia (Obmídia)²⁶ e pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE na primeira semana de abril de 2020, logo depois das medidas de isolamento social em Pernambuco. Denominado “Observatório de Mídias de Conteúdos Informativos sobre Covid-19”, o projeto previu em uma das suas linhas de investigação o monitoramento e análise de *fake news* em redes sociais digitais que passou a ser identificado como “Coronavírus em xequê”, nome do hot site de divulgação dos resultados desse eixo. Entre as principais

²⁴ C.f. Ondas de desinformação sobre Covid-19 no Brasil vão de curas a caixões vazios. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/07/02/coronaverificado-ondas-desinformacao/>. Acesso em 16 set. 2020.

²⁵ Disponível em: <https://sites.ufpe.br/rpf/coronavirus-em-xequê/>. Acesso em 05 jul. 2020.

²⁶ Disponível em: <http://obmidia.org>. Acesso em 05 jul. 2020.

linhas desse eixo de pesquisa, estava a análise de conteúdos desmentidos por iniciativas de *fact-checking* brasileiras, como Lupa e Projeto Comprova; monitoramento de redes sociais digitais por palavras-chave; e análise de perfis de membros do governo nas redes sociais, para verificar como a desinformação pode ser impulsionada por atores políticos. Esse trabalho de pesquisa subsidiou a produção de conteúdos que foi posteriormente incorporada ao “Rádio Paulo Freire Especial Coronavírus”.

Além de artigos e relatórios, o “Coronavírus em Xequê” contemplou a produção de interprogramas (drops em áudio de aproximadamente três minutos) contendo análises e orientações em torno das informações que circulavam sobre a pandemia nas redes sociais, além da disponibilização de um podcast semanal, que também era veiculado nas duas rádios universitárias da UFPE. Os conteúdos foram igualmente reunidos e disponibilizados para uso livre em uma seção especial abrigada no site da Rádio Universitária Paulo Freire, além de difundidos pelas redes sociais, rádios web e comunitárias.

As temáticas abordadas em cada depoimento partiam das pesquisas ou especialidade do próprio comentarista, estando sempre de algum modo relacionados ao objetivo de desmentir fake news sobre o novo coronavírus, analisar estratégias mais amplas de desinformação ou discutir iniciativas de combate a este fenômeno. Nesse sentido, muitos dos *drops* tematizaram boatos recorrentes em torno da pandemia, como o uso de remédios como cloroquina e ivermectina, ou imprecisões em torno do discurso científico. A partir das *fakes*, os pesquisadores apresentavam as evidências científicas mais atualizadas até o momento, tentando explicar como funciona o processo científico. Nesse âmbito, o projeto situa o ouvinte no contexto de ataques à ciência que favorece o surgimento desses boatos e teorias conspiratórias. Além do desmentido desses conteúdos *fakes*, os comentários também analisaram estratégias mais gerais da indústria da desinformação, como o uso de robôs, imitação de conteúdos jornalísticos ou uso de dados fora de contexto.



Figura 04: Exemplos de *podcasts* do projeto Coronavírus em Xequê

Fonte: Spotify. Disponível em: <https://open.spotify.com/show/79w4SYLEGbRtIMZ9EUuJu7>. Acesso em: 07 jul. 2020.

O “Coronavírus em xequê” produziu, no total, 20 *podcasts* e 159 *drops*, com uma média de oito interprogramas por semana, contando com a colaboração de professores e pesquisadores de vários departamentos da UFPE, bem como de outras instituições, tais como UFPB, UFMA, UFAL, UFRN, UFBA, Unicap, UPE, UEPB, UFF, Uerj, Fiocruz, Unip, Unicamp, UFMG, UFRGS, USP, Instituto Questão de Ciência e Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital, entre outras. Também colaboraram profissionais de entidades como a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), Coletivo Intervozes, Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese), Marco Zero Conteúdo, Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, Coalizão Direitos na Rede; agências ou aplicativos de checagem, como Aos Fatos, Eté Checagem, Confere Aí, Projeto Comprova, entre outros. Também envolveu, a partir de julho de 2020, uma parceria com o Coletivo Bereia, especializado em checagem de informações em sites e fontes ligados à religião, meios pelos quais também circularam muitas *fakes news*. Como parte da ação, também foram produzidos vídeos educativos

e uma coluna semanal para a TV Universitária (TVU), emissora aberta da UFPE e uma das mais tradicionais do país vinculada a uma universidade. A coluna foi inserida no Opinião Pernambuco, o mais conhecido programa jornalístico da TVU, e posteriormente disponibilizada no perfil da Rádio Paulo Freire no Instagram.

Finalmente, além de todos esses conteúdos, a seção especial do “Coronavírus em Xequê” no site da Paulo Freire também disponibilizou relatórios de pesquisa, artigos de opinião, manuais/cartilhas para identificação de *fake news* e link para agências de checagem de fatos e sites parceiros.



Figura 05: Telas da coluna semanal do Coronavírus em Xequê adaptada para o formato do Instagram TV

Fonte: Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CBZlBZECclv/>. Acesso em 07 jul. 2020

Modelo de produção

Assim como no “Saúde é o Tema”, as produções do “Coronavírus em xeque” articularam rádio, televisão e internet, a partir da elaboração de conteúdos educativos e analíticos produzidos especificamente para cada uma das mídias, oferecendo experiências de consumo complementares. Desta forma, identifica-se um uso complementar de cada plataforma de mídia utilizada para a distribuição desses conteúdos, articulando rádio, TV e mídias sociais. As duas produções apostaram, então, na construção de um modelo de produção e distribuição *transmídia* (JENKINS, 2009; FECHINE et al., 2013), partindo do rádio como mídia principal, mas aliada à integração de diversas plataformas de mídia com o objetivo de reverberar os conteúdos em outros ambientes midiáticos.

A articulação de plataformas em pelo menos duas mídias distintas é a condição *sine qua non* para a produção dos chamados conteúdos transmídias. Denominamos dessa forma um tipo específico de conteúdo cuja produção de sentido está ancorada na articulação sinérgica entre diferentes mídias/plataformas e no engajamento proposto ao consumidor como parte de um projeto de comunicação assumido por um determinado produtor (ou instância produtora) (FECHINE et al, 2013, p. 28).

Em todos os casos, houve o cuidado por parte da equipe de adequar a linguagem, formato e duração dos conteúdos para atender às especificidades de cada uma das plataformas de mídia utilizadas. Essa reconfiguração dos conteúdos também permitiu que eles circulassem nessa perspectiva da complementaridade. Nesse sentido, os conteúdos voltados para o rádio tinham duração mais longa (de 25 minutos, como no caso do Coronavírus em Xeque, e de 55 minutos, no caso do Saúde é o Tema), enquanto os conteúdos formatados especificamente para os meios digitais tinham duração menor (de no máximo 3 minutos), facilitando sua circulação em ambientes de mídias sociais. Já os conteúdos planejados para a televisão atenderam aos formatos de veiculação tradicionais (vídeos de 30 e de 45 segundos ou de 1 minuto).

O Quadro 02 resume os desdobramentos propostos por cada uma das ações, no que diz respeito ao uso de múltiplas plataformas de mídias:

Quadro 2 – Distribuição em múltiplas plataformas

Ação	Estratégia	Produtos	Distribuição
Saúde é o Tema	Programa semanal de entrevista com especialistas da área de Saúde e Epidemiologia	Transmissão ao vivo (“live”) (cerca de 1h)	Facebook /YouTube
		Programa editado a partir da <i>live</i> (cerca de 56 minutos)	Rádio (AM e FM)
			Site
	Momento Saúde - orientações de especialistas e conteúdos educativos	Interprogramas em áudio (até 3 minutos)	Rádio (AM e FM), nos intervalos da programação
			Site
		Vídeos educativos (até 1 minuto)	TV Universitária YouTube
“Manda no Zap”	Áudios educativos, de até 1 minuto, com dicas de saúde em linguagem popular	Aplicativos mensageiros (WhatsApp)	
		Rádios comunitárias, públicas ou universitárias	
Reportagens especiais	Materiais em áudio, de até 3 minutos, veiculados no programa jornalístico “Especial Coronavírus”	Rádio (AM e FM)	
		Rádios comunitárias, públicas ou universitárias	
		Aplicativos mensageiros (WhatsApp)	
Coronavírus em Xequê	“Drops”	Depoimentos e análises de especialistas de até 3 minutos, orientando cidadãos para auxiliar	Rádio (AM e FM), nos intervalos da programação

	no combate à desinformação	Site Aplicativos mensageiros (WhatsApp) Rádios comunitárias, públicas ou universitárias
Programa semanal	Compilação dos “drops” enviados ao longo da semana, com informações complementares, gerando um programa de 20 a 25 minutos.	Rádio (AM e FM) Site, plataformas e clientes de <i>podcast</i>
Relatórios analíticos	Resumo das pesquisas realizadas no contexto do projeto, em formato de texto.	Site
Vídeos educativos	Coluna semanal no Opinião Pernambuco, de até 3 minutos, desmentindo <i>fake news</i> ou analisando estratégias desinformativas	TV Universitária Instagram (IGTV)
	Vídeos didáticos, de até 1 minuto, orientando o usuário para lidar com <i>fake News</i>	TV Universitária (nos intervalos da programação) YouTube

Além disso, houve um esforço contínuo de mapear maneiras de alcançar novos públicos e estabelecer novas parcerias, com base na articulação com organizações, movimentos sociais e líderes comunitários. A lista de transmissão do WhatsApp da Rádio Paulo Freire, criada em 9 de junho de 2020, conta com 59 inscritos – que, por sua vez, repercutem os conteúdos recebidos para outros grupos de que fazem parte no aplicativo, tirando proveito do seu potencial multiplicador. Além da lista de transmissão, o telefone da Rádio Paulo Freire também faz parte de dois outros grupos, como o Movimento SUS nas Ruas (com 257 membros) e o curso de Rádio, TV e Internet da UFPE (com 89 membros). Embora não haja meios de aferir precisamente a quantidade de pessoas efetivamente atingidas pelos conteúdos distribuídos via WhatsApp,

cabe mencionar que os *feedbacks* enviados via lista de transmissão foram positivos. Abaixo, alguns comentários de usuários que reconheceram a importância do trabalho e alegaram estar compartilhando os áudios em suas próprias redes.

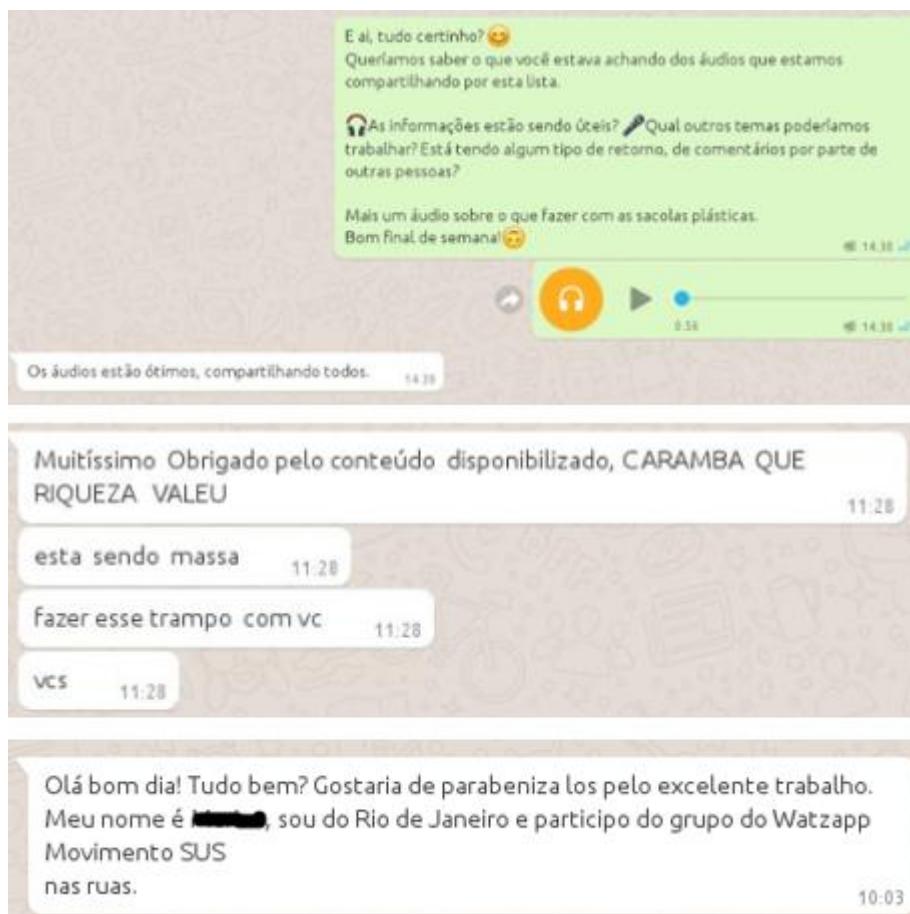


Figura 06: Colagem de depoimentos recebidos via lista de transmissão no aplicativo WhatsApp

Dessa forma, embora não seja uma plataforma específica para arquivos de áudio, o aplicativo de mensagens mostrou-se como importante plataforma de atuação para que os conteúdos da rádio pudessem ser acessados por públicos distintos, atingindo as pretensões de um projeto de extensão universitária.

Em todas as ações da Rádio Paulo Freire, a organização de trabalho foi colaborativa e descentralizada, de modo que cada tarefa foi distribuída entre

vários atores fisicamente distantes uns dos outros, divididos em equipes coordenadas por um dos professores associados que, a despeito de seu papel de orientação, participam da roteirização, gravação e edição de conteúdos em cada um dos seus dois grandes eixos de produção. Na interface desses dois eixos, trabalhava uma equipe de redes sociais, também composta por docente e discentes, responsáveis pelas peças de divulgação, planejamento e publicação dos conteúdos nas plataformas digitais.

A interlocução e intercâmbio de conteúdos envolveu outras emissoras, como a Rádio Comunitária Aconchego e a Rádio Frei Caneca FM 101.5, coletivos como o Fórum de Mulheres de Pernambuco e articulações de bairro, como o Força Tururu e a Rede Orgânica de Olinda; entidades que trabalham comunicação alternativa, como o Centro de Mulheres do Cabo (com o programa Rádio Mulher, que vai ao ar de segunda à sexta, das 8 às 9h, pela rádio comunitária Calheta FM 98.5) e o Brasil de Fato (que veicula sua programação radiofônica todos os dias pela Rádio Clube AM 720, das 7 às 8h); outros projetos voltados para ações de saúde, educação e solidariedade em torno da pandemia, como o Mãos Solidárias e o Periferia Viva.



Figura 07: Página da Rádio Frei Caneca FM divulga intercâmbio com a Rádio Paulo Freire

Fonte: Frei Caneca. Disponível em: <http://www.freicanecafm.org/salada-pop-veicula-spots-produzidos-por-estudantes-sobre-prevencao-covid-19>. Acesso em 07 jul. 2020.

As ações desenvolvidas pela Rádio em período de crise sanitária, que não apenas propiciou um cenário de desinformação e ataques à ciência, como também impôs o trabalho remoto, exploraram variadas formas de veiculação de seus conteúdos. Isso se deu não somente pelas articulações com outras rádios, mas pela produção de conteúdos específicos para plataformas digitais. Embora o rádio seja a mídia de referência, a noção de “rádio expandido” foi crucial para a construção desse modelo de produção.

A partir do Quadro 02, é possível perceber que as ações investiram em diversas possibilidades de distribuição, recepção e circulação. Ao permitir o livre fluxo dos conteúdos em diversas plataformas de mídias digitais, de recepção assíncrona, além da articulação com diferentes emissoras de rádio, de recepção síncrona, os projetos exploram potencialidades de um amplo ecossistema midiático, considerando a mudança no consumo de mídias da população, bem como o ambiente de cultura participativa propiciado pelas plataformas de mídias sociais como Facebook, YouTube, Instagram e do aplicativo mensageiro no WhatsApp. A estratégia de distribuição e circulação desses conteúdos dependeu de um esforço de articulação com múltiplos atores interessados em propagar informação cientificamente embasada e combater a desinformação em suas comunidades, concretizando o potencial de rádios universitárias como plataformas de articulação social.

Considerações finais

Em função de todas essas iniciativas, a Rádio Paulo Freire funcionou, durante o momento de distanciamento social, como uma plataforma de produção e distribuição não apenas para o NTVRU, mas para distintos parceiros dentro e fora da universidade. Como descrito, o site operou como um grande repositório de conteúdos disponibilizados livremente para outras rádios web e rádios comunitárias, bem como para coletivos de bairro e comunitários engajados no enfrentamento da Covid-19. Além do site, os perfis da rádio em diversas plataformas de redes sociais funcionaram como vetores de

distribuição desses conteúdos, permitindo a sua ampla circulação por meio dos compartilhamentos de ouvintes e parceiros dos projetos.

Embora a equipe não possua os recursos para mensurar o alcance quantitativo desses conteúdos nas diversas plataformas digitais, a articulação com as redes parceiras permite inferir que os áudios ao menos atingiram os públicos pretendidos – populações em situação mais vulnerável e sem acesso à informação de qualidade. Um episódio parece ser ilustrativo da repercussão das ações da Rádio Paulo Freire nas comunidades. Ao ser procurada por uma equipe do Jornal Nacional (JN) para tratar de iniciativas de enfrentamento do novo coronavírus nas periferias do grande Recife, a coordenadora do Centro Comunitário Mário Andrade, no bairro do Ibura, Joelma Andrade, apontou os áudios do Manda no Zap como uma das ações. O reconhecimento da líder comunitária dos *spots* como uma fonte de orientação para os moradores levou a equipe do JN a incluir o Manda no Zap em reportagem veiculada no dia 25 de julho de 2020²⁷.

Os conteúdos produzidos em torno da pandemia da Covid-19 também permitiram a aproximação da Paulo Freire com outras importantes iniciativas de comunicação alternativa, como o Brasil de Fato, que inseriu os conteúdos do “Manda no Zap” em seu programa diário veiculado na tradicional Rádio Clube de Pernambuco. Além de inserido na Rede Nacional de Combate à Desinformação²⁸, que reúne mais de 30 projetos parceiros de várias estados e instituições do Brasil, o “Rádio Paulo Freire Especial Coronavírus” permitiu a interlocução direta com representantes locais de movimentos nacionais, como MST e MTST, interessados no planejamento de ações conjuntas de comunicação popular, a partir, por exemplo, de iniciativas de “Rádio zap” ou “Rádio bike”, ensaiadas nesta experiência de produção de conteúdos *com* e *para* as periferias.

Todos os projetos realizados pela Rádio Paulo Freire, como parte do enfrentamento à pandemia da Covid-19, assim como sua própria existência,

²⁷27. Cf. https://globoplay.globo.com/v/8727499/?utm_source=whatsapp&utm_medium=share-bar

²⁸28. Cf. <http://rncd.com.br/>, <http://www.rncd.org/>

reconhecem a comunicação como ato político que, nessas experiências relatadas, manifesta-se, sobretudo, pelas articulações que proporcionaram entre distintos atores sociais. Em tempos em que o ataque à ciência e à produção acadêmica das universidades públicas tem sido intenso, o trabalho da equipe da emissora colaborou com a difusão do conhecimento produzido nas universidades, bem como em instituições e grupos de pesquisa de diversos parceiros do setor, propondo a elaboração e difusão de conteúdos qualificados acerca do enfrentamento à crise sanitária e combate à desinformação.

Houve, de um lado, articulações entre professores e estudantes universitários com comunicadores populares, lideranças de bairros, coletivos e movimentos sociais, bem como colaborações entre professores e estudantes de diferentes setores da UFPE e de outras instituições. Um vetor fundamental para tais articulações continua sendo o pensamento paulofreireano (FREIRE, 2015; 2006; 1983; 1980), que tem orientado a construção da rádio escola da UFPE, e cuja principal lição é “fazer juntos”.

Referências

AGÊNCIA BRASIL. **Usuários de smartphone devem atualizar WhatsApp, orienta empresa.** 2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-05/usuarios-de-smartphone-devem-atualizar-WhatsApp-orienta-empresa>. Acesso em: 05 jul. 2020.

BONINI, Tiziano. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. Tradução: Marcelo Kischinhevsky. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 13-32, jan./abr. 2020.

DEUS, Sandra de. Rádios Universitárias Públicas: compromisso com a sociedade e com a informação. **Em Questão**, Porto Alegre, 2003, v. 9, n. 2, p. 327-338.

FECHINE, Yvana; GOUVEIA, Diego; ALMEIDA, Cecilia; COSTA, Marcela; ESTEVÃO, Flávia. Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Estratégias de Transmídiação na Ficção Televisiva Brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

FOLHA DE S.PAULO. **WhatsApp atinge 2 bilhões de usuários.** 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/02/WhatsApp-atinge-2-bilhoes-de-usuarios.shtml>. Acesso em 05 jul. 2020.

FIRMINO DA SILVA, Fernando; MELO, Rafael de Araújo. A modificação no fluxo de abastecimento de informação nas redações jornalísticas. In: NUNES, Pedro (org.). **Jornalismo em ambientes multiplataforma** [recurso eletrônico]. João Pessoa: Editora do CCTA, 2016.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação?** 7ª ed. (1ª ed.: 1969). Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da Autonomia: Saberes Necessários à Prática Educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 2015.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da esperança: um reencontro com a Pedagogia do oprimido**. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 8. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

JORNAL NACIONAL. Professores do interior do Ceará vencem isolamento e diferenças tecnológicas com uso do rádio. **G1**. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/07/03/professores-do-interior-do-ceara-vencem-isolamento-e-diferencas-tecnologicas-com-uso-do-radio.ghtml>. Acesso em 07 jul. 2020.

IRIS - Instituto de Referência em Internet e Sociedade. **Zero-rating: uma medida de exceção**. Disponível em: <https://irisbh.com.br/zero-rating-uma-medida-de-excecao/>. Acesso em 05 jul. 2020.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão**. Criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Compartilhar, etiquetar: Interações no rádio social. **Comunicação, mídia e consumo**, v. 11, n. 30. São Paulo, janeiro de 2014.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Mídias Sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais**. Linguagens, ambientes, redes. Petrópolis: Vozes, 2015.

MEDINA, Cremilda. **Entrevista: o diálogo possível**. São Paulo: Ática, 1986.

MENDONÇA, Djanyse Barros de Arruda; VERAS, Dimas Brasileiro. Educação popular e reforma universitária: Paulo Freire e a criação do Serviço de Extensão Cultural da Universidade do Recife (1962-1964). **Estudos Universitários, revista de cultura da Universidade Federal de Pernambuco**, v. 24/25, n. 5/6, pp. 1-78. Recife, dez. 2004.

SANTANA, Adriana. Programa Fora da Curva. Quando o jornalismo se transforma em resistência frente ao avanço do conservadorismo político. **Conferencia de Comunicación y**

Cultura Popular en América Latina y el Caribe. Santiago: Universidad de Chile, 2019. (Anais de evento).

TRINDADE, Rodrigo. Graças a streaming, consumo de podcast cresce a galope no Brasil neste ano. **UOL**. 2019. Disponível em:
<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2019/10/21/impulsionado-por-streaming-consumo-de-podcast-cresce-67-no-brasil-em-2019.htm>. Acesso em 05 jul. 2020.

A pandemia do novo coronavírus e a veiculação de informações científicas pelas ondas da FM Universitária 96,7 da UFPI

The new coronavirus pandemic and the divulgation of scientific data by FM Universitária 96,7 from UFPI

La pandemia del nuevo coronavirus y la difusión de informaciones científicas a través de las ondas de la emisora radial FM Universitária 96.7 de UFPI

Nilsângela Cardoso Lima e Urziana Damasceno Viana De Moraes

Resumo

O presente artigo apresenta um estudo sobre a atuação da FM Universitária 96,7, vinculada à Universidade Federal do Piauí, em tempos de pandemia da Covid-19. Analisa as mudanças na programação, através da produção e divulgação de conteúdo científico (estudos, pesquisas etc.) sobre a SARS-CoV-2. O *corpus* da pesquisa é formado por webconferências, transmitidas em maio e junho, e pelos boletins produzidos e veiculados no período de 22 a 26 de junho de 2020. A metodologia adotada foi o estudo de caso (YIN, 2001) e a análise de conteúdo (BARDIN, 1977), sendo eleitas duas categorias: "Comunicação Científica" e "Divulgação científica sobre a Covid-19". À luz da teoria do jornalismo científico, verificou-se que a pandemia alterou a rotina de produção da emissora e abriu espaço na grade de programação para temas científicos ligados ao novo coronavírus, com ênfase para a divulgação científica.

Palavras-chave: Rádio; Comunicação científica; FM Universitária da UFPI; Covid-19.

>> **Informações adicionais:** artigo submetido em: 09/02/2021; aceito em: 12/04/2021.

>> **Como citar este texto:**

LIMA, C. N.; MORAES, U. D. V. de. A pandemia do novo coronavírus e a veiculação de informações científicas pelas ondas da FM Universitária 96,7 da UFPI. *Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora*, Mariana-MG, v. 12, n. 01, p. 91-118, jan./abr. 2021.

Sobre os autores

Nilsângela Cardoso Lima
nilcardoso@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-5261-2901>

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos; mestre em História do Brasil pela Universidade Federal do Piauí; com Licenciatura em História pela Universidade Federal do Piauí (UFPI). Professora efetiva do Curso de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPI.

Urziana Damasceno Viana de Moraes

urziana@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-5261-2901>

Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPI. Bacharel em Direito pela Universidade Estadual do Piauí, graduada em Letras pela Universidade Federal do Piauí e especialista em telejornalismo e em docência do ensino superior pela Faculdade Adelar Rosado.

Abstract: This paper presents a study about the work of FM Universitária 96,7, associated with Federal University of Piauí (UFPI), in times of Covid-19 pandemic and analyzes the schedule changes, through the production and dissemination of scientific content (studies, researches etc.) about the coronavirus Sars-CoV-2. The corpus of the research is composed by web conferences, aired in May and June, and by the bulletins produced and divulged from 22 to 26 June 2020. The methodology adopted was Case Study (YIN, 2001) and Content Analysis (BARDIN, 1977), being elected two categories: "Scientific Communication" and "Scientific divulgation about Covid-19". According to the science journalism theory, it was verified that the pandemic changed the radio station production routine, however it provided a space of the schedule grid for scientific themes linked to Covid-19, with emphasis on scientific divulgation.

Keywords: Radio; Scientific communication; FM Universitária from UFPI; Covid-19.

RESUMEN: Este artículo presenta un estudio sobre la actuación de la FM Universitaria 96.7 de la Universidad Federal de Piauí en los tiempos de la pandemia de Covid-19 y analiza los cambios en la programación, a través de la producción y difusión de contenido científico (estudios, investigación, etc.) respecto el coronavirus SARS-CoV-2. El corpus de la investigación está compuesto por videoconferencias por la web, transmitidas en mayo y junio, y por los boletines producidos y publicados en el período del 22 al 26 de junio de 2020. La metodología adoptada fue el Estudio de Caso (YIN, 2001) y el Análisis de Contenido (BARDIN, 1977), se eligieron dos categorías: "Comunicación Científica" y "Divulgación Científica sobre Covid-19". A la luz de la teoría del Periodismo Científico, se descubrió que la pandemia alteró la rutina de producción de la emisora, sin embargo, proporcionó un espacio en las franjas horarias para temas científicos vinculados al Covid-19, con énfasis en la divulgación científica.

Palabras llave: Radio; Comunicación Científica; FM Universitaria de UFPI; Covid-19.

Introdução

A disseminação pelo mundo do novo coronavírus, também chamado Covid-19, entre o final do ano de 2019 e o início de 2020, acarretou uma série de mudanças em diversas áreas e sociedades. Mais que mudanças de hábitos de higiene para prevenção da doença, o vírus trouxe alterações na rotina, nos modos de vida da população em várias partes do mundo. Além do uso de máscaras, que se tornaram itens obrigatórios de proteção individual e coletiva,

e a preocupação constante com a desinfecção de ambientes, o coronavírus alterou a liberdade de ir e vir da população mundial. Ambientes que antes seriam úteis ou considerados seguros, como *shoppings centers*, escolas, restaurantes, comércio etc., agora são classificados como essenciais ou não essenciais. Em outras palavras, lugares públicos e privados ou mantiveram suas portas abertas dada a necessidade do serviço ofertado à sociedade; ou cerraram as portas como medida de controle sanitário frente à ameaça de contaminação do vírus SARS-CoV-2.

A mídia, considerada um serviço essencial nesse contexto, foi mantida em funcionamento dada sua importância para a promoção da informação sobre a doença e tudo aquilo que foi afetado por ela. Com isso, a maioria dos meios teve que mudar sua grade de programação da noite para o dia para manter o público diariamente atualizado e informado sobre a disseminação do vírus e as medidas profiláticas necessárias para barrar o seu avanço. Dada a grande oferta de notícias e informações sobre o assunto, nem sempre verdadeiras, o indivíduo recorre cada vez mais à mídia que ele considera credível.

No século XXI, entre as possibilidades de acesso a informações contam-se as mídias digitais (como sites, portais ou mesmo redes sociais) e as mídias tradicionais, como rádio e televisão. As duas últimas, por sua vez, continuam sendo meios de comunicação presentes no Brasil, principalmente, porque o acesso à informação difundida por essas mídias não necessita de internet. E isso é um ponto a ser considerado, pois mais de 40 milhões de brasileiros não têm acesso a essa tecnologia ou bens de consumo indispensáveis para um tipo de comunicação, mediada pelas tecnologias digitais. Assim, o rádio e a televisão continuam prestando serviço à sociedade contemporânea. Em tempos de pandemia, como a ocasionada pelo novo coronavírus no início do ano de 2020, no Brasil, a televisão e o rádio, comercial e público, têm dedicado muitas horas de sua programação para construção de material cuja pauta é, sobremaneira, dedicada à crise sanitária, científica, social, política, econômica, educacional, artística etc. provocada pela Covid-19.

Embora desde dezembro de 2019 o assunto já fosse abordado pela mídia,

a priori, a ameaça da Sars-CoV-2 parecia ainda distante porque se falava apenas de sua contaminação na China. Quando a doença se espalha pelos mais diferentes pontos do mapa passando a ser denominada/tratada de pandemia, abre-se um sinal de alerta para todo o globo e a mídia já reserva boa parte da sua programação para o assunto. Em fevereiro de 2020, quando se tem a confirmação do primeiro caso no Brasil, a situação se torna mais sintomática. Em março, quando governadores e prefeitos assinam decretos com medidas de distanciamento e isolamento social, a pandemia da Covid-19 atraiu todas as atenções dos jornalistas. Quer no rádio, na TV, nas mídias digitais, o avanço do novo coronavírus no país se tornou a pauta principal.

Seria possível pensar que uma situação de crise como a gerada pela pandemia do novo coronavírus não tivesse grande implicações para os meios de comunicação de outorga educativa, por se considerar que eles já estariam acostumados a oferecer uma programação que incentiva e difunde produções científicas, culturais e educativas, tal como é determinada por lei. Ledo engano, pois, em tempos de pandemia, o que se observa é que as emissoras públicas de outorga educativa, cujo papel essencial é justamente a produção de programas educativos, também sofreram impactos e foram desafiadas a mudar a sua programação. A mídia teve que entrar em sintonia com o que passou a ser denominado de "novo normal" a partir das medidas profiláticas adotadas para o enfrentamento da Covid-19.

Nesse contexto, é que se pretende analisar a programação da rádio pública educativa FM Universitária 96,7, vinculada à Universidade Federal do Piauí, em tempos de pandemia da Covid-19 e a veiculação de informação científica sobre o tema. Trata-se, pois, de um estudo de caso, na perspectiva metodológica proposta por Yin (2001), com o interesse de compreender as mudanças agenciadas na programação da rádio através da produção e divulgação de conteúdo científico (estudos, pesquisas e produções científicas etc.) sobre o novo coronavírus. Ou seja, o papel da rádio para difundir informação científica sobre Covid-19. Além do estudo de caso, foi adotada a metodologia da análise de conteúdo. A análise do conteúdo produzido e veiculado pela FM da Universitária da UFPI foram definidas tendo

como norte os critérios estabelecidos nas regras qualitativas de Bardin (1977, p. 120), que são: “a exclusão mútua; homogeneidade; objetividade e a fidelidade; pertinência; produtividade”. Nesse sentido, foram eleitas duas categorias: “Comunicação Científica” e “Divulgação científica veiculadas pela FM da UFPI sobre a Covid-19”.

Durante o período de pandemia, a FM Universitária da UFPI tem produzido um conteúdo noticioso com base em boletins com informações científicas sobre a Covid-19 e ainda abre espaço em sua programação para transmissão de conferências relacionadas ao tema e que são produzidas pelos professores-pesquisadores da própria instituição. Nesse sentido, o *corpus* da pesquisa é formado pelas webconferências, transmitidas nos meses de maio e junho, e pelos boletins produzidos e veiculados pela FM Universitária sobre a cobertura da Covid-19, no período de 22 a 26 de junho de 2020. Sendo assim, foram preteridos materiais, como *spots*, devido ao seu caráter publicitário e não jornalístico, ainda que tratem sobre a Covid-19 e façam parte da programação especial dada à pandemia. O material empírico da pesquisa foi analisado tendo como fundamentação teórica Reis (2018) e Bueno (2010), que tratam sobre ciência, jornalismo, comunicação e divulgação científica.

O papel das rádios de outorga educativa sob o ponto de vista da legislação

Não se tem respostas concretas, até então, sobre a origem do novo coronavírus. Falta, ainda, conhecer um tratamento eficaz. O fato é que a sociedade de um modo geral vem tentando se adaptar a situações impostas pela pandemia. A medida mais eficaz, por ora, é o isolamento ou o distanciamento social, decretados por várias esferas de governo, que força grande parte da população a ficar em casa. Apesar das pausas e restrições, muitas atividades não pararam, dentre elas a jornalística. A mídia, considerada como um serviço essencial, fornece diariamente informações, dados, números da doença e tudo aquilo que sofreu o impacto da Covid-19. Com a

impossibilidade de cobrir eventos esportivos, artísticos e de entretenimento, a grade televisiva e radiofônica volta-se para a Covid-19: seja com produção de materiais informativos sobre os sintomas da doença; seja com a atualização do número de leitos disponíveis em hospitais pelo país; ou ainda, pesquisas científicas realizadas para desvendar os mistérios da doença, uma vacina etc. Esses são apenas alguns dos enquadramentos dados pela mídia tradicional, a exemplo do que se vê diariamente nas TVs comerciais abertas no Brasil.

O rádio, por sua vez, é um meio de comunicação que tem, ao longo de sua história, o papel de informar, entreter e prestar serviço à comunidade. Quando se fala em rádio é preciso deixar claro que existem diferenças da oferta da programação entre emissoras comerciais, públicas e educativas. Diferenças que se explicam pela existência da legislação que determina e restringe que tipo de programação pode ser transmitida pelas rádios de outorga pública e educativa. Nesse viés, importa estudar a radiodifusão de outorga educativa e como ela tem apresentado uma programação com conteúdo científico (estudos, pesquisas e produções científicas) sobre a Covid-19.

Quando tratamos do termo “Educativo” no rádio, alguns entendimentos surgem. O primeiro desses remete às outorgas específicas à radiodifusão educativa, que devem exclusivamente oferecer conteúdo educacional. E um segundo ponto seria o caráter educativo/pedagógico que o rádio no Brasil apresentou em sua fase inicial. Vale ressaltar que quando se fala de radiodifusão de outorga educativa, não se trata de uma retomada da função educativa e cultural como foi pensada por Roquette-Pinto, na década de 1920, quando o rádio ensaiava suas primeiras transmissões no país e atendia a uma pequena parcela da sociedade brasileira. De acordo com Moreira (1991, p. 17):

Em 1936, no entanto, a função educativa do rádio – que, até então, fora determinada pelos organizadores das primeiras emissoras nacionais – tornava-se oficial. Nesse ano, Roquette Pinto doava ao Ministério da Educação e Cultura a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. [...] Inicia-se, assim, o Sistema de Rádio Educativas no Brasil. [...] Aulas, conferências e palestras compunham a base da programação inicial da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro [...] lições de português, francês, italiano, geografia e história natural, entre outras.

O conceito de educativo relacionado à formação e à difusão de conhecimentos se fez presente na história do rádio e da educação brasileira. O rádio foi transformado numa ferramenta tecnológica com propósitos pedagógicos por vários anos através da educação à distância que acontecia por meio de radiodifusão. No século XX, o Ministério da Educação sustentou projetos educacionais, como: “Universidade no ar” (1941), “Projeto Minerva” (1970), entre outros. Também vale ressaltar o “Movimento de Educação de Base”, que teve início nos anos 1960 e era vinculado à Conferência Nacional dos Bispos do Brasil.

A função educativa e cultural do rádio sofreu alteração a partir dos anos 1930. Thibes (2014) explica que embora o rádio nos anos 1920 servisse como meio de educar a população brasileira que, à época, contava com apenas um terço de alfabetizados; essa função muda com o Decreto n. 21.111, que autoriza a veiculação de propaganda pelo rádio. É a partir dos anos 1930 que o rádio perde seu caráter educativo e “[...] em poucos anos, o meio adquire um caráter comercial e a primeira transformação inicia-se. Esta seria apenas a primeira de muitas mudanças, que continuam em curso” (THIBES, 2014, p. 29).

Em relação às emissoras educativas, a própria maneira de se referir a elas também sofre alterações, como argumenta Baumworcel (2016, p. 260):

Desde o seu surgimento no país, o rádio, com um grau de eficiência e de resultados variáveis, contribuiu com a instrução de seus ouvintes, mas sua natureza educativa não se restringe a esse “lugar de escola”, como pregava Roquette-Pinto. No entanto, talvez, o senso comum sobre o conceito de rádio educativo seja o que se classifica, aqui, como rádio instrutivo. Atualmente, as próprias emissoras estatais, educativas, culturais e universitárias, antes integrantes do Sistema Educativo de Rádio, buscam ampliar essa visão ao se classificarem como rádios públicas.

Apesar da classificação enquanto públicas (e o conceito do que seja rádio pública também não é fechado), na legislação prevalece o termo “educativo” englobando todos os segmentos que recebam a outorga para fins educacionais (sejam elas estatais, universitárias). Em termos legais uniformiza-se a

nomenclatura ao chamar essas emissoras de “educativas”, independente de elas pertencerem à administração pública direta ou indireta. Questões como o conteúdo exclusivamente educativo e a outorga de rádio educativa se atrelam, portanto, às rádios universitárias ligadas às instituições públicas de ensino superior federais. Portanto, as rádios universitárias federais inserem-se ou estão contidas em conjunto maior, das emissoras educativas.

De acordo com Roldão (2003, p. 5), “as rádios consideradas educativas são concessões destinadas a universidades, fundações ligadas a empresas privadas, governo federal, estaduais ou municipais ou mesmo diretamente a Prefeituras”. Entretanto, nem toda rádio educativa será universitária porque outras entidades e mesmo entes federativos como municípios podem receber tal outorga. Assim, rádios educativas são um sistema em que as universitárias se enquadram.

Em se tratando de rádios universitárias ligadas a instituições de ensino superior (IES) de caráter público, entende-se que estas recebem um tipo de outorga diferente em relação às concedidas a rádios comerciais, sendo que àquelas são vedadas condutas, como a de ter fins lucrativos. Ou seja, não se enquadram enquanto rádios comerciais e não estão sujeitas a servir de mero veículo de assessoria estatal, tendo em vista que devem ter programação voltada para incentivar e difundir produções científicas, culturais e educativas, entre outros pontos. Como consta na Portaria 651, de 1999, do Ministério da Educação, em seu artigo 1º:

Art. 1º - Por programas educativo-culturais entendem-se aqueles que, além de atuarem conjuntamente com os sistemas de ensino de qualquer nível ou modalidade, visem à educação básica e superior, à educação permanente e formação para o trabalho, além de abranger as atividades de divulgação educacional, cultural, pedagógica e de orientação profissional, sempre de acordo com os objetivos nacionais. (BRASIL. Portaria 651, 1999)

Esta portaria é um importante instrumento para a radiodifusão educativa. Está em vigor desde 1999 e traz, ainda que em poucos pontos, normatizações importantes para a radiodifusão educativa e, conseqüentemente, a universitária,

como a definição do que sejam programas educativos culturais; os fins aos quais a radiodifusão educativa se destina e ainda as exigências para outorga de concessão, permissão e autorização de serviços. Ressalte-se que essa legislação foi recentemente acrescida com a Portaria 3.238/2018, que define que “a radiodifusão educativa se destina, exclusivamente, à divulgação de programação educativo-cultural, sem finalidade lucrativa”.

Sobre a Portaria 3.238, que entrou em vigor em junho de 2018, entende-se que ela, em grande parte, apenas reitera os artigos propostos na Portaria 651/1999. Alguns artigos dessa foram apenas redistribuídos na Portaria 3.238/2018. Por exemplo, o artigo 1º da Portaria 651/1999 que trata da definição de programas educativos culturais que foram desmembrados no artigo 2º, incisos II e III Portaria 3.238/2018. De outro ponto, a Portaria 3.238/2018 também apresenta inovações, tais como detalhar certos procedimentos que não constam na Portaria 651/1999, como o inciso II do artigo 3º: “II - cooperação com os processos educacionais e de formação crítica do cidadão para o exercício da cidadania e da democracia, **em especial mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates**” (grifo nosso). A preferência à produção local e regional também foi acrescida. E principalmente uma preocupação com a questão informativa, exigindo a pluralidade de informações e versões (entende-se como diferentes fontes a serem consultadas). E, por fim, a participação, ou seja, permitir uma interatividade entre as emissoras e sociedade.

FM Universitária da UFPI e mudanças da programação em tempos de pandemia: comunicação e divulgação científica sobre a Covid-19

A rádio FM Universitária 96,7 é vinculada à Universidade Federal do Piauí. Essa, por sua vez, foi criada no fim dos anos de 1960. Em publicação alusiva aos 40 anos da Instituição, os professores Antônio José Gomes e Luiz de Sousa Santos Júnior (2013, p. 7) afirmam que “em documentos histórico-oficiais constata-se que a Universidade Federal do Piauí foi instituída sob a forma de

Fundação, por meio da Lei Federal Nº 5.528, de 12 de novembro de 1968". A UFPI é um dos importantes polos acadêmicos do estado, oferecendo cursos em diversas áreas de ensino, tanto em nível de graduação quanto pós-graduação. A implantação de uma rádio universitária na UFPI se deu quase quarenta anos após sua criação, visto que a emissora inicia sua implantação em meados dos anos 2000, quando recebe autorização da Radiobrás, Empresa Brasileira de Comunicação, que, àquela época, era responsável pela radiodifusão pública e estatal no país. A Rádio FM Universitária 96,7 começa, então, a operar em fase experimental em 2008 e, assim como outras rádios universitárias no país, tem um papel significativo de difusão de conhecimento. No site da rádio universitária da UFPI há um breve histórico sobre sua implantação, o qual destaca:

A trajetória para implantação da Rádio FM Universitária 96,7 inicia em 10 de outubro de 2005 quando a Empresa Brasileira de Comunicação – Radiobrás – por meio do convênio RDB/DIJUR/N.054/2005, autoriza a Universidade Federal do Piauí a estabelecer as condições de operações dos serviços de radiodifusão de sons. [...] No final de 2008, com o prefixo ZYX 844, a Rádio FM Universitária, 96,7 MHz, inicia as transmissões em fase experimental, tendo como equipe inicial, o professor Paulo Henrique Gonçalves de Vilhena Filho, diretor da Rádio, e Renato Basílio Soares, diretor de programação (HISTÓRIA DA FM UNIVERSITÁRIA, 2017).

As atividades em fase experimental, com o prefixo ZYX 844, perduram até a inauguração oficial da emissora, que aconteceu em 9 de setembro de 2011, e contou com a cobertura do evento pela imprensa local. A inauguração fez parte da programação do "Encontro de Reitores do Nordeste", realizado na Universidade Federal do Piauí naquele ano. Em entrevista à *Rede Meio Norte*, emissora de televisão do Piauí, o professor Paulo Henrique Gonçalves de Vilhena²⁹ fala das propostas da emissora:

[...] transmissão que antes era feita em caráter experimental agora vai ter participação de acadêmicos do curso de comunicação social. Mais do que uma comunicação só interna, acadêmica, o projeto ele contempla essa

²⁹ Professor do Curso de Comunicação – Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Piauí e diretor da FM Universitária à época da inauguração.

comunicação, essa ponte entre a universidade e o público tirando essa produção acadêmica dos muros, do campus da universidade e servindo como uma ferramenta de mídia, de utilidade pública e de feedback com esse público que precisa conhecer mais essa produção da universidade (REITOR DA UFPI INAUGURA rádio universitária, 2011).

Sobre os propósitos da Rádio FM Universitária 96,7 no Plano de Desenvolvimento da Universidade Federal do Piauí (2015-2019, p. 108), a rádio é apresentada com os seguintes objetivos:

A Rádio FM Universitária tem como missão: oferecer ao público uma programação plural, ética e comprometida com práticas educativas, artísticas, culturais e informativas e como visão: ser referência em comunicação e jornalismo públicos no Estado do Piauí. Seus valores são: compromisso com a comunicação e jornalismo públicos; Independência nos conteúdos e transparência; defesa dos direitos humanos, a liberdade de expressão e o exercício da cidadania; valorização de pessoas, da diversidade cultural brasileira e divulgação da cultura e da música piauiense; formação crítica, cultural e cidadã dos ouvintes [...].

Pelo exposto na fala do diretor da época da inauguração da FM Universitária da UFPI, professor Paulo Henrique Gonçalves de Vilhena, a rádio seria lugar de veiculação de produção acadêmica produzida na universidade e ainda “ferramenta de utilidade pública”. Discurso que se ratifica no Plano de Desenvolvimento da UFPI, que acrescenta se tratar de um meio de comunicação e jornalismo público em um diálogo entre a universidade e a sociedade, sem deixar de atender a questões da comunidade em geral.

Desde a sua criação, a rádio universitária da UFPI funciona com a colaboração dos estudantes pelo fato de funcionar como rádio laboratório do Curso de Jornalismo da IES. Portanto, sua programação é produzida por alunos do curso que são selecionados como bolsistas para estagiar na emissora ou ainda pela produção do “Repórter Cigarra”, que é feito pelos alunos da disciplina Radiojornalismo. De tal modo, funciona não apenas como um ambiente propício a revelar futuros talentos do jornalismo, mas, também, uma oportunidade de diálogo, de efetiva prática do jornalismo, como considera Spenthof (1998, p. 157) ao discorrer sobre rádio e TV universitária no Brasil:

A rádio, ou a TV, universitária não é só um conjunto de condições físicas (salas e equipamentos) necessárias à produção radiofônica ou de TV. [...] É um veículo que, além de permitir esta produção, a transporta à sociedade, funcionando como mediadora da relação entre os produtores e o público, real, concreto. E é exatamente esta característica - a mediação com o público - que a torna um laboratório privilegiado para as faculdades.

Em tempos de pandemia da Covid-19 e com as medidas de distanciamento e isolamento social, a rotina produtiva da rádio sofreu alteração considerando que o decreto governamental suspende as aulas na UFPI, o que afetou em partes também a rádio. Ou seja, a partir de março de 2020, alunos estavam impedidos de continuar suas atividades na rádio de forma presencial. Contudo, a rádio não saiu do ar, uma vez que os alunos continuaram suas atividades de forma remota produzindo programas para manter a emissora em funcionamento. A pandemia impactou a rotina da FM Universitária 96,7, mas não a fez perder a sintonia do público ouvinte porque continuou oferecendo uma programação noticiosa atualizada.

Os programas produzidos pela rádio universitária da UFPI funcionam como prática efetiva de produção e veiculação de conteúdo, tendo em vista que são exibidos diária ou semanalmente. Esta é uma característica, um papel comum a rádios universitárias pelo país, funcionando como um ambiente propício à efetiva prática discente no jornalismo, que em tempos de pandemia passou a ocorrer em casa, por meio de videoconferência. No campo da convergência de mídias, a rádio estende a divulgação de informações e promoção de sua grade em sua página nas redes sociais, que têm sido bastante valorizadas neste período dada a oferta de serviços neste ambiente.

A cobertura do novo coronavírus na emissora começou ainda no mês de março de 2020 com uma programação especial, que visava levar aos ouvintes informações a respeito da pandemia. Verificou-se que a emissora alterou sua programação desde então. Antes, o público ouvinte da FM Universitária 96,7 contava com informações matinais no programa "Música e Notícia" e no início da tarde com o radiojornal. Com a pandemia, estes programas foram retirados

do ar e a emissora passou a veicular boletins dedicados exclusivamente à Covid-19, bem como transmissões de webconferências produzidas por professores-pesquisadores da Universidade Federal do Piauí.

Foi com base nesta mudança da programação da FM Universitária da UFPI que se delimitou o corpus da pesquisa. Uma vez que a pandemia forçou a emissora à produção de conteúdo noticioso e uma programação especialmente voltada para informações científicas sobre a Covid-19. A partir do interesse nessa cobertura da rádio para informações científicas sobre a pandemia do novo coronavírus foi feito o recorte para estudo e análise das webconferências produzidas pelos professores-pesquisadores da UFPI, transmitidos pela emissora em maio de 2020, e os boletins sobre a Covid-19 produzidos e veiculados no período de 22 a 26 de junho de 2020. O material foi coletado em dias alternados e a metodologia de análise se fez com base na análise de conteúdo (Bardin, 2017). Deste modo, após a organização das análises e a codificação foram eleitas duas categorias: “Comunicação científica” e “Divulgação científica” produzidas e veiculadas pela FM Universitária da UFPI sobre a Covid-19, que serão abordadas a seguir.

A comunicação científica através da FM Universitária 96,7 da UFPI

Comunicar informações de cunho científico apresenta-se tão comum em tempos de pandemia, sobretudo, pela facilidade de consulta a diversos *sites* de revistas especializadas ou das próprias instituições pesquisadoras, que nem sempre as pessoas se dão conta de que este tipo de comunicação passou por fases. Reis (2018) destaca o processo evolutivo da comunicação científica, em que inicialmente as publicações apresentavam-se na forma de estudos ou noticiários. Geralmente, produzidas com certa superficialidade de informações, no entanto, pareciam mais acessíveis que a leitura de livros, ou seja:

As primeiras publicações jornalísticas científicas buscavam “digerir” os livros e atas das sociedades científicas de toda a Europa. Surgiram meio século após o escrito de Barnaby Rich, na época aproximada em que se fundavam os primeiros periódicos gerais. Por elas o leitor se informava sistematicamente do que acontecia na ciência mundial, sem as dificuldades dos outros meios. Não

apresentavam, porém, documentadamente, o conhecimento recém-adquirido [...]. Comunicavam, por vezes vagamente, o resultado da descoberta sem descrevê-la, referindo-lhe, entretanto, o autor, e não dispensavam a leitura ulterior dos livros, além desse noticiário, apresentavam longos estudos, equivalentes a monografias (REIS, 2018, p. 156).

Ainda de acordo com Reis (2018, p. 156), as sociedades científicas do século XVII tiveram grande influência para a “invenção social do jornalismo científico”, no qual eventualmente se chegaria a artigos mais elaborados, consubstanciados. Assim, “[...] a publicação de artigos originais bem documentados sobre trabalho realizado pelo autor, só mais tarde surgiu, [...]. Só há um século o periódico científico, como o popular, atingiu seu aspecto atual” (REIS, 2018, p. 156).

No Brasil, Massarani (1998) analisa divulgações científicas ocorridas no Rio de Janeiro, nos anos de 1920, e destaca as fases e o volume das publicações que se apresentam em número diversos:

[...] a divulgação científica no Brasil tem quase dois séculos de história. Além disso, a exemplo do que ocorreu em outros países, a atividade brasileira apresentou fases distintas, com finalidades e características peculiares que refletem o contexto e os interesses da época. Já registramos que os surtos de atividades de divulgação científica no Brasil acompanharam, com intensidades e repercussões diversificadas, movimentos congêneres e mais ou menos contemporâneos em países da Europa e das Américas. Isso mostra que as características globalizadoras da ciência e da técnica, em sua inserção capitalista, estão presentes todo o tempo e se refletem nos acontecimentos locais (MASSARANI 1998, p. 139).

O surto de divulgação científica nos anos de 1920, analisado por Massarani (1998), embora causado por motivos diversos, poderá ser comparado com o volume de divulgações científicas no ano de 2020. A pandemia influenciou esse tipo de produção no rádio e nas demais mídias, não apenas no Brasil, mas em todo o mundo, onde se verifica o aumento significativo de veiculação de notícias ligadas à ciência e que dizem respeito às pesquisas sobre o novo coronavírus.

Apesar do espaço dado à divulgação científica pela mídia, de fato, não é uma tarefa muito fácil para o jornalista, ou qualquer outro comunicador, como

professores, por exemplo, fazer com que a mensagem científica chegue sem ruídos à audiência. Ao se buscar comunicar sobre algo acadêmico, científico, pelo menos duas questões se abrem: primeiro, no caso da comunicação de conhecimentos científicos feita por jornalistas, precisa-se de uma aproximação segura das informações, adquirida com a figura do especialista (cientista, pesquisador) como fonte. Em segundo caso, sendo o próprio cientista o divulgador, necessita de um domínio, uma certa didática para transmitir a mensagem. Em ambos os casos é necessário sempre se conhecer para quem se fala.

E a depender para quem se destina a informação, alguns autores, entre eles Bueno (2010), afirma que há uma diferença significativa, não se pode definir tudo como comunicação científica. Assim, Bueno (2010) distingue comunicação de divulgação científica. A primeira, pode-se dizer, associa-se à divulgação da ciência para cientistas (pesquisadores, especialistas). Já a divulgação científica, tem a ver com informar sobre ciência a um público geral, não especializado no assunto. Ainda para este autor, apesar das diferenciações há também convergências entre os termos. Eis que jornalistas e divulgadores dependem dos pesquisadores e vice-versa para a produção de seus trabalhos; e embora os jornalistas necessitem recorrer à leitura de textos científicos, eles lançam mão do texto científico como fonte, ora em livros, ora em dados coletados diretamente em eventos científicos.

Com isso, interessa analisar a comunicação e a divulgação que a FM Universitária da UFPI vem desenvolvendo sobre a Covid-19. Antes da pandemia, a veiculação de informações científicas nos programas noticiosos da emissora (seus radiojornais, por exemplo) não era algo constante, como admite o jornalista e locutor da na FM Universitária da UFPI, Rodrigo Carvalho³⁰, ao falar do conteúdo veiculado nos noticiários da emissora: "Dentro do jornal, não temos. A gente precisa melhorar e estreitar o laço interno [...]" (SOUSA, 2019).

³⁰ Rodrigo Carvalho Sousa é locutor da FM Universitária da UFPI. Responsável pela produção e a apresentação dos programas jornalísticos da emissora.

O “laço interno”, referido pelo jornalista Rodrigo Carvalho, seria o laço entre a FM Universitária da UFPI com a própria IES. Sendo a UFPI local de produção científica e que oferece, além dos cursos de graduação e pós-graduação, serviços à comunidade, a rádio poderia dedicar mais espaço da sua grade para informação relacionada à área da saúde, educação, dentre outras. Poderia existir uma atenção maior às produções científicas *in loco* e dedicar um espaço para a divulgação de pesquisas realizadas por professores/alunos pelas ondas do rádio.

Essa situação é comum não apenas no Piauí, mas em todo Brasil. Em palestra sobre “Divulgação científica no Brasil”, promovida pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Moreira (apud COSTA, 2014) assinala a escassa divulgação de informações de cunho científico e sugere alguns caminhos possíveis para desenvolver uma cultura científica no país:

Entre os desafios do país está a necessidade de envolver sociedades científicas, instituições de pesquisa, universidades, governo, cientistas, comunicadores, educadores e estudantes [...]. É importante para que todos tenham oportunidade de adquirir conhecimento básico sobre a ciência e seu funcionamento que lhe possibilite entender o seu entorno. E a divulgação científica tem papel importante neste contexto (MOREIRA apud COSTA, 2014).

Para Moreira (apud COSTA, 2014), tanto a mídia como as universidades têm um papel importante no desenvolvimento de uma melhor divulgação de assuntos científicos. Realidade que começa a mudar a partir de março de 2020 impulsionada pela crise sanitária do novo coronavírus. Com a pandemia, alterou-se de forma significativa a programação de vários meios de comunicação, acarretando a criação de coberturas especiais e horas dedicadas a informações sobre a Covid-19. Como já citado, isso é o que acontece na FM da UFPI que, desde então, passa a realizar uma programação especial, como consta na divulgação realizada na página do *Instagram* da emissora (ver Figura 1, na página seguinte).



Figura 1: Divulgação de boletim no *Instagram* @FM Universitária 96,7

A partir de maio de 2020, a emissora passa a transmitir webconferências realizadas pela IES a respeito da Covid-19, bem como se dedica à produção de boletins diários, em um total de três edições, sendo uma delas voltada à cobertura de pesquisas desenvolvidas por universidades e instituições brasileiras e ainda à cobertura de pesquisas internacionais.

Com base em Bueno (2010), compreende-se que a FM Universitária 96,7 traz em sua programação aquilo que se chama comunicação científica ao transmitir os debates de professores e especialistas em discussões sobre a Covid-19. Isso acontece por meio da transmissão de teleconferências de professores-pesquisadores da Universidade Federal do Piauí que abordam temas sobre a Covid-19. Por este motivo, as transmissões de webconferências foram consideradas uma das categorias de análise.

As transmissões de webconferências pela FM Universitária da UFPI tiveram início no dia 13 de maio de 2020, através da série intitulada

"webconferências Ciência UFPI: desafios Covid-19". Trata-se de projeto coordenado pelo professor Emídio Matos, da UFPI, que se encontra previsto no "Plano Interinstitucional de Enfrentamento à Covid-19" e conta com apoio do Comitê Gestor de Crise (CGC) e da Administração Superior da UFPI. A série de webconferências é "[...] conduzida por professores-pesquisadores que se organizaram em 6 áreas de estudo, compondo uma assessoria científica para estudar, analisar, discutir e propor soluções sob a luz da Ciência" (WEBCONFERÊNCIAS CIÊNCIA UFPI, 2020). De acordo com o professor Emídio Matos, o projeto objetiva reunir informações para implementações de ações na UFPI para o enfrentamento da crise sanitária oriunda da pandemia. Nesse sentido, ele esclarece quais os temas a serem tratados sobre a Covid-19:

Os temas gerais das Webconferências serão esses: Virologia, vacinas e diagnóstico laboratorial; Protocolos de assistência médica e ambulatorial, clínica e profilaxia, estudos clínicos, Políticas públicas de intervenção (medidas socioeconômicas); Desenvolvimento e estudos farmacológicos no uso de drogas; Ecologia e saúde única", destaca o professor (WEBCONFERÊNCIAS CIÊNCIA UFPI, 2020).

Da primeira webconferência sobre Covid-19 transmitida pela FM Universitária 96,7 no mês de maio até o dia 26 de junho de 2020, foram debatidos os seguintes temas:

Tabela 1: Webconferências Ciência UFPI: desafios Covid-19

TEMA DA WEBCONFERÊNCIA	DATA
As transformações do mundo do mundo do trabalho a partir da Covid-19"	13 de maio de 2020
"Tratamento da Covid-19"	15 de maio de 2020
"Violência e feminicídio em tempos de Covid-19"	20 de maio de 2020
"Diagnóstico laboratorial da Covid-19: ferramentas e desafios em tempos de pandemia"	22 de maio de 2020
"Conjuntura macroeconômica e dimensões da crise internacional"	27 de maio de 2020
"Pesquisa científica: implicações éticas em tempos de Covid-19"	29 de maio de 2020

"Animais, meio ambiente e Covid-19: devo me preocupar?"	3 de junho de 2020
"A Covid-19 e os impactos socioambientais"	5 de junho de 2020
Desafios na área de segurança e saúde do trabalhador em tempos de pandemia"	12 de junho de 2020
"Alocação de recursos para equidade na atenção à saúde do idoso: desafios em tempos de pandemia"	19 de junho de 2020
"Construir um novo normal: um olhar a partir da arquitetura e urbanismo"	26 de junho de 2020

Fonte: Dados compilados pela segunda autora, 2020.

Ao transmitir as webconferências produzidas pelos professores-pesquisadores da UFPI, a rádio FM Universitária 96,7 cumpre um importante papel, pois abre espaço para a comunicação científica em sua programação, bem como efetiva o cumprimento da própria legislação, no que tange ao papel das emissoras educativas. Sendo o rádio um veículo de comunicação acessível, cria-se a oportunidade para que temas e informações ali debatidos cheguem a um maior número de pessoas.

Além dessa comunicação feita por especialistas, há uma preocupação da emissora em divulgar informações científicas sobre a pandemia, como já se pontuou e que se passa a analisar mais detalhadamente.

Divulgação científica: os boletins sobre as pesquisas das instituições

Divulgar conhecimentos científicos em canais de comunicação, como o rádio, que tem como características a acessibilidade e o emprego de uma linguagem direta e simples, por exemplo, possibilita que a mensagem chegue a lugares e públicos diversos. Isso é uma maneira de democratizar o acesso ao conhecimento. Também, remete ao compromisso da comunicação pública, como se destaca na fala do diretor da Rádio FM Universitária 96,7 da UFPI, o professor doutor Paulo Fernando de Carvalho Lopes, ao falar sobre o conteúdo veiculado e as características do jornalismo proposto pela emissora: "[...] são princípios de uma comunicação pública, interesse público, conhecimento crítico, inovações, direitos humanos, uma comunicação plural, inclusão social [...]. Então, assim, nós temos como princípio básico e orientação essa intenção"

(LOPES, 2018).

A priori, o jornalismo dedicado a divulgar informações científicas numa emissora de outorga educativa, sobretudo em tempos de coronavírus, desempenha um papel importante que culmina com a aquisição pela população de conhecimentos embasados na ciência e divulgados por meios de comunicação que não buscam alguma espetacularização ou simplesmente ganho de audiência. Este tem sido o papel da FM Universitária da UFPI, que através de seu conteúdo noticioso propicia informações científicas aos seus ouvintes durante a pandemia, por meio de boletins diários especificamente destinados a esses temas. Os boletins transmitidos às 13h, horário dedicado à divulgação científica, trazem a cobertura de pesquisas desenvolvidas por universidades e instituições brasileiras e ainda cobertura de pesquisas internacionais. Como já foi citado, é papel de emissoras educativas apresentarem conteúdos diferenciados, que promovam acesso à cultura e apresentem reflexões críticas.

Sobre os boletins dedicados à divulgação científica que são produzidos pela FM Universitária da UFPI, verifica-se em suas estruturas a presença de notas e reportagens/matérias, como se expõe através da categoria "Divulgação científica" esquematizada na Tabela 2.

Tabela 2 - Divulgação científica - Notas e reportagens

Categoria		Programas analisados		
Tipo de divulgação	Programas analisados no dia: 22.6.2020	Programas analisados no dia: 24.6.2020	Programas analisados no dia: 26.6.2020	TOTAL
Notas	03	02	04	09
Reportagens	03	05	03	11
Total	06	07	07	20

Fonte: Dados produzidos pela autora, 2020.

As notas e as reportagens divulgadas pela FM Universitária 96,7 trazem informações científicas sobre a Covid-19 no Brasil e em outras partes do mundo. Servem também para veicular informações ou ações relacionadas a

instituições (como as universidades), desde que tais informações tenham relação direta com a pandemia. No entanto, em algumas notas, muitas vezes, não consta a divulgação de nenhum conhecimento, descoberta ou pesquisa científica. No caso das notas “Testes rápidos para Covid-19 adquiridos pela Prefeitura Municipal de Teresina” e “Governo do Estado afirma que novas etapas de flexibilização serão divulgadas a cada 15 dias” ou ainda a reportagem sobre “Banco Central prevê queda devido à Covid-19”, avaliou-se que, em produções como essas, embora tragam referências ao novo coronavírus ou mesmo cite alguma instituição científica, seus conteúdos trazem apenas publicidade às ações ou aos eventos nas instituições, como realização de seminários, cursos pelas universidades ou mesmo notícias relacionadas à flexibilização de medidas restritivas. Portanto, apesar de conterem informações que envolvem o período de pandemia, com fontes ou personagens ligados a instituições de pesquisa, não apresentam de fato divulgações científicas sobre pesquisas científicas ou estudos sobre o coronavírus.

Uma vez que a pesquisa teve por interesse a cobertura da pandemia através da divulgação de informações científicas, como é definida por Reis (2018) e Bueno (2010), foi possível mapear nove notas e onze reportagens transmitidas pela FM Universitária da UFPI no período de análise que cumprem esse propósito:

Tabela 3: Conteúdo Notas e Reportagens

TIPO DE DIVULGAÇÃO	CONTEÚDO
NOTA 1	Anticorpos contra Covid-19 podem durar poucos meses – Universidade de Medicina do Sudoeste da China
NOTA 2	Pacientes com forma grave da doença desenvolvem resposta inflamatória descontrolada – Universidade de São Paulo
NOTA 3	Testes rápidos são usados para estatísticas de contaminação da Covid-19 no Amazonas – UFAM
NOTA 4	Protótipo de câmara de desinfecção – Universidade Federal de Rondônia
NOTA 5	Estudos Geográficos para monitorar a Covid-19 – Universidade de São Carlos

NOTA 6	Laringoscópios com suporte 3D auxiliam profissionais de saúde em pacientes – Universidade Federal da Paraíba
NOTA 7	Hospital Universitário de Brasília faz pré-natal em pacientes com Covid-19 para pesquisa
NOTA 8	Vacina contra Covid-19 é desenvolvida por pesquisadores mexicanos
NOTA 9	Estudos clínicos com Remdesivir são autorizados pela Anvisa
REPORTAGEM 1	Pesquisa sobre o consumo de notícias durante a pandemia – Universidade Federal do Espírito Santo
REPORTAGEM 2	Pesquisa busca tecido como maior proteção contra o Coronavírus
REPORTAGEM 3	Pesquisadores chineses lançam segunda fase de teste de vacina em seres humanos
REPORTAGEM 4	UFRJ produz proteína para testes mais precisos e diagnósticos do novo coronavírus
REPORTAGEM 5	China aumenta a capacidade de testagem
REPORTAGEM 6	Dados de pesquisa da OMS sobre número de casos e testes no Brasil
REPORTAGEM 7	Estudo identifica fatores que contribuem para disseminar a Covid-19 Universidades de Campinas e de Barcelona
REPORTAGEM 8	Artigo Sobre a possibilidade de segunda contaminação ao coronavírus – estudos chineses
REPORTAGEM 9	Capacete para minimizar problemas respiratórios de pacientes com Covid-19
REPORTAGEM 10	Estudo preliminar revela que a Covid-19 pode causar danos cerebrais
REPORTAGEM 11	Criação de calculadora de risco pelo Universidade Federal de Minas Gerais

Fonte: Dados produzidos pela autora, 2020.

Ainda que alguns boletins, divulgados de 22 a 26 de junho de 2020 e selecionados nesta amostra, tragam referências à Covid-19, apresentam tão-somente conteúdos com viés de publicidade às ações ou aos eventos nas instituições, como assinalado anteriormente. Não se pode negar que há outros que revelam resultados de pesquisas e inovações científicas realizadas pelas IES durante a pandemia da Covid-19. Por exemplo, a reportagem “Pesquisa sobre o consumo de notícias durante a pandemia”, da Universidade Federal do Espírito Santo, que revela o aumento do consumo de notícias pela sociedade brasileira neste período pandêmico:

Repórter: Universidade Federal do Espírito Santo realiza pesquisa sobre o consumo de notícias durante quarentena. A pandemia de Covid-19 leva 7 em cada 10 pessoas a consumir notícias diariamente e a manterem-se atualizadas

dos acontecimentos por meio da televisão. Para 65% dos 831 participantes da pesquisa 'Coronavírus, comunicação e informação', outras fontes de comunicação são as versões *online* de jornais e os *blogs*. Por meio dos resultados observa-se que o que mais se privilegia são as atuações do governo federal, a divulgação de descobertas científicas e o que se recomenda como meio de prevenção à doença (REPORTAGEM 1, Boletim 22 jun. 2020).

A reportagem sobre a pesquisa realizada pela Universidade Federal do Espírito Santo sobre o consumo de notícias ainda é completada com outros dados trazidos pela pesquisa, como a quantidade de participantes a compartilhar conteúdos relativos à pandemia. Outro exemplo de divulgação de informações científicas é a reportagem sobre a pesquisa relativa à eficácia e a busca de um tecido com maior proteção contra o coronavírus:

Repórter: O projeto de pesquisa apoiado pelo edital de inovação para indústria do SENAI, planeja a elaboração de um tecido de malha com atribuições antivirais, que potencializa a proteção das máscaras. Esses tecidos são chamados funcionais, pois são fabricados por meio de produtos químicos e materiais que complementam funções contra raios ultravioleta e ação antimicrobiana. [...] Até o momento, os testes comprovam apenas a eficácia contra os vírus da caxumba e sarampo, em ensaios *in vitro*, ou seja, estudos realizados em células, tecidos ou órgãos isolados. A expansão da comercialização de tecidos com essa tecnologia pode se tornar uma tendência para serviços de saúde, bem como roupas e estofados. (REPORTAGEM 2, 22 jun. 2020).

As duas citações das reportagens acima exemplificam bem o que se define como divulgação científica. Na concepção de Bueno (2010), "a divulgação científica busca permitir que pessoas leigas possam entender, ainda que minimamente, o mundo em que vivem e, sobretudo, assimilar as novas descobertas, o progresso científico, com ênfase no processo de educação científica". E nesse papel de mediador entre público e ciência, o jornalista, assim como em outras pautas selecionadas, insere os critérios relativos ao que vai ou não ser noticiado. Fora isso, por se tratar de assuntos especializados, mais que nunca precisa adequar o discurso à linguagem do rádio que, entre outras características, é construída de forma simples, direta. O que, muitas vezes, pode "diluir" as informações científicas em uma narrativa cujo teor centra-se em ações ou personagens. Ou seja, a descoberta, a inovação, o achado científico

ficam em segundo plano.

No entanto, em outras produções constata-se a informação científica em primeiro plano, sendo uma característica diferente das demais apresentadas, pois se propõe a divulgar informações de um artigo científico, sem, contudo, usá-lo como pano de fundo ou explicá-lo com a utilização de fontes ou instituições, de maneira que as informações são apresentadas de forma direta:

Repórter: Um artigo publicado pela revista *Nature Medicine*, feita pela Universidade Médica na China, analisa as características imunológicas e clínicas de 37 pacientes assintomáticos com o novo coronavírus. O estudo detectou o vírus, através de um exame de coleta de nariz e garganta dos pacientes. Oito semanas depois, concluíram que os anticorpos diminuíram 81,1%. O imunologista Gustavo Cabral explica que a pesquisa alerta sobre a ineficiência de anticorpos após a infecção por Covid-19, mas destaca que sistema imunológico do corpo humano, com o tempo, pode criar outras formas de proteção contra Sars-Covid2 (REPORTAGEM 8, 24 jun. 2020).

A reportagem faz referência direta ao conteúdo, à fonte documental, no caso um artigo, sem se preocupar em encaixar em uma narrativa que poderia, como já se mencionou, diluir o conteúdo científico. Portanto, veicula informações de cunho científico, a que possivelmente o grande público não teria acesso, pois são informações restritas, pelo menos a princípio, visto que, estão contidas em revistas especializadas.

Mais um ponto a se destacar nas produções da FM Universitária da UFPI sobre a Covid-19 se atrela às fontes de informação. Em geral, utiliza-se uma fonte apenas, sejam professores ou pesquisadores; em outras produções as fontes são as próprias publicações (artigos, pesquisas). Em consequência, não há o contraponto, comum nas produções jornalísticas, em que se abre espaço para mais de uma fonte, principalmente, com pontos de vistas que tragam visões diferentes do mesmo fato. Isso não ocorre nas produções veiculadas sobre temas científicos na FM Universitária da UFPI. Contudo, essa falta de pluralidade de opiniões não se restringe às produções da emissora, é algo recorrente na cobertura jornalística sobre ciências como destaca Teixeira (2002, p. 134):

Não há contraditório na cobertura de ciência. Dispensamos o jornalismo sobre ciência de cumprir o mandamento que interdita a matéria feita a partir de uma única fonte porque entendemos que não há versões da verdade quando se trata de ciência. [...] Não havendo versões, nem contraditório, o que se reserva então ao jornalista que cobre ciência? A tarefa de “traduzir” com competência e fidelidade, de tal forma a ser compreendido pelo público leigo, um específico conteúdo científico.

A falta do contraditório na divulgação científica feita pela rádio vai na contramão ao que normatiza a Portaria 3238/2018, ao tratar em seu artigo 3º, parágrafo 1º, da necessidade da pluralidade de opiniões nas programações opinativas e informativas. Logo, o que se verificou em algumas das produções analisadas é que não há essa pluralidade de opiniões.

Outro ponto em destaque, nos boletins produzidos pela rádio universitária da UFPI, são as divulgações de notícias de pesquisas de outros países, como pesquisas produzidas na China. Como na reportagem sobre pesquisadores chineses que lançam segunda fase de teste de vacina em seres humanos.

Repórter: Pesquisadores do Instituto de Biologia Médica da Academia Chinesa de Ciências Médicas começam segunda fase de testes em seres humanos de possível vacina contra o novo coronavírus. Mais de 10 vacinas diferentes estão em teste em todo mundo, por enquanto nenhuma dessas atinge a terceira fase. A terceira etapa consiste em ensaios clínicos em grande escala. O estágio é necessário para obter uma luz verde por parte das autoridades para disponibilização da vacina no mercado (REPORTAGEM 3, 22 jun. 2020).

A divulgação de temas com ações ou resultados de pesquisadores de fora do país, só ressalta uma das características identificadas em relação a alguns critérios de noticiabilidade adotados pela emissora: de que as produções veiculadas, sejam notas ou reportagens, não se prendem à questão da proximidade. Verifica-se, especialmente nas reportagens, que não há um enquadramento ou a oferta do assunto (descoberta, resultados de pesquisas etc.) associado a algum elemento do Estado do Piauí. Portanto, nessas, não se associa nenhum elemento local para ilustrar o tema (como fontes, professores de Instituições locais, por exemplo) que possam complementar o assunto ou dar uma certa proximidade ao conteúdo.

Considerações finais

A pandemia do novo coronavírus, sem dúvida, tornou-se um divisor na história. Até o momento, sem vacina para todos, o mundo se ajusta às restrições impostas pelos decretos e medidas sanitárias de combate à Covid-19. Na busca de cumprir seu papel, em meio ao caos na saúde pública, na economia, na educação etc., as mídias novas e tradicionais buscam preencher suas grades com a pauta, se não única, mas até o momento principal: a pandemia. E é nesse contexto que entre tantos enquadramentos possíveis, uma questão de saúde pública acaba por possibilitar uma maior visibilidade ou espaço para a comunicação e divulgação científica. Esta última, sem dúvida, é a mais explorada pela rádio FM Universitária 96,7 da UFPI.

Nesse cenário, as emissoras que fazem parte do sistema educativo são canais propícios para tratar de conhecimentos científicos, seja através da comunicação, seja na divulgação de informações sobre o assunto. Através do estudo de caso da FM Universitária da UFPI foi possível verificar que a pandemia acabou forçando a emissora a dedicar um espaço da grade para uma programação de conteúdo científico, através da transmissão de webconferências e da produção de boletins. Isso demonstra a potencialidade e as possibilidades que emissoras educativas têm para a oferta de conteúdo sobre ciência ao público ouvinte. Contudo, vale deixar claro que o que as emissoras educativas têm promovido é a divulgação científica. E assim como acontece nas emissoras comerciais, pouco espaço é destinado para a comunicação científica.

Não obstante, em consonância com a própria legislação que rege as emissoras de outorga educativa, a FM Universitária da UFPI promove comunicação científica ao transmitir as conferências sobre a pandemia, produzidas pela IES, além de se dedicar à produção de conteúdo noticioso através de seus boletins e informativos, por meio de *spots*, sobre a doença ou a prevenção da Covid-19. Em todo caso, há, sim, um espaço na emissora para veicular assuntos sobre ciência, isso só demonstra a importância de emissoras

públicas e educativas na garantia de acesso a informações e conhecimentos diversos à população. Assim como demonstra a importância do rádio como meio acessível e democrático. O legado da pandemia para FM Universitária 96,7 da UFPI, seguramente, é essa aproximação com a comunicação científica e consequentemente um efetivo cumprimento da legislação que disciplina as rádios de cunho educativo.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 1977.

BAUMWORCEL, Ana. Desafios do rádio educativo no Brasil. In: ZUCULOTO, Valci; LOPEZ, Debora; KISCHINHEVSKY, Marcelo. (Orgs.). **Estudos radiofônicos no Brasil: 25 anos do grupo de pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom**. São Paulo: INTERCOM, 2016.

BRASIL. Portaria N. 661 de 15 de abril de 1999. Disponível em: <http://www.lex.com.br/doc_345250_PORTARIA_INTERMINISTERIAL_N_651_DE_15_DE_ABRIL_DE_1999.aspx>. Acesso em: 15 jan. 2019.

BRASIL. Portaria N. 3238 de 20 de junho de 2018. Disponível em: <http://www.mctic.gov.br/mctic/export/sites/institucional/comunicacao/arquivos/Radio_difusao_educativa/Legislacao/Portaria-3238-de-20-de-junho-de-2018-Versao-SEI.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2019.

BUENO, Wilson Costa. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Revista Informação & Informação**. Londrina, v. 15, n. esp, p. 1-12, 2010.

GOMES, Antônio José; SANTOS JÚNIOR, Luiz de Sousa. Histórico da Universidade Federal do Piauí. In: SILVA, Ariosto Moura da et. al. **Projeto Pedagógico do Curso de Licenciatura em Educação no Campo**. Teresina: Universidade Federal do Piauí, 2013.

HISTÓRIA DA FM UNIVERSITÁRIA. 5 jan. 2017. Disponível em: <<http://ufpi.br/historia-radioufpi>>. Acesso em: 13 dez. 2017.

LOPES, Paulo Fernando de Carvalho. Entrevista 2 [dez. 2019]. **Entrevista concedida a Urziana de Moraes**. 1 arquivo. mp3, Teresina, 2019. (35 min.).

MOREIRA, Ildeu de Castro. A divulgação científica no Brasil. In: COSTA, Vivian. **A importância da divulgação científica**. Blog da Biblioteca Central da UFRGS. 31 jan. 2014. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/blogdabc/a-importancia-da-divulgacao-cientifica/>>. Acesso em: 20 jun. 2020.

MASSARANI, Luisa. **A divulgação científica no Rio de Janeiro: algumas reflexões sobre a década de 20**. 1998, 177p. Dissertação. (Mestrado em Ciência da Informação). Instituto Brasileiro de Informação em C&T (IBICT)/Escola de Comunicação/UFRJ, Rio de Janeiro, 1998.

MOREIRA, Sônia Virgínia. **O rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1991.

PLANO DE DESENVOLVIMENTO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ (PDI) 2015-2019.
Teresina: EDUFPI, 2015. Disponível em:
<http://ufpi.edu.br/arquivos_download/arquivos/pdi%20%202015_2019%20ufpi%20ultima%20versao.pdf>. Acesso em: 02 mar. 18.

REIS, José. Ciência e Jornalismo. In: MASSARANI, Luisa (org.). **Reflexões sobre a divulgação científica**. Rio de Janeiro: Fiocruz/COC, 2018.

REITOR DA UFPI INAUGURA RÁDIO UNIVERSITÁRIA. Disponível em:
<<https://www.meionorte.com/videos/reitor-da-ufpi-inaugura-radio-universitaria-5823>>.
Acesso em: 12 jul. 2018.

ROLDÃO, Ivete Cardoso do Carmo. O rádio educativo no Brasil: uma reflexão sobre suas possibilidades e desafios. In: **Anais XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2006. Disponível em:
<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0905-1.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2019.

SOUSA, Rodrigo Carvalho. Entrevista 1 [dez. 2019]. **Entrevista concedida a Urziana de Moraes**. 2019. 1 arquivo. mp3. Teresina, 2019. (18 min.).

SPENTHOF, Edson Luiz. A importância das rádios e TVs universitárias como laboratórios. In: **Comunicação e Informação**. Revista do programa de pós-graduação em Comunicação - UFH. v. I, n. 1, p. 153-166, jan./jun. 1998.

TEIXEIRA, Mônica. Pressupostos do jornalismo de ciência no Brasil: uma visão do debate sobre as relações entre ciência e o jornalismo. In: MASSARANI, L; MOREIRA, I. de C; BRITO, F. **Ciência e público: caminhos da divulgação científica no Brasil**. Rio de Janeiro: Casa da Ciência, 2002.

THIBES, Fabíola Raphaela. **A produção jornalística em webrádios públicas catarinenses: os casos da rádio AL e da rádio Ponto**. 2014. 239p. Dissertação. (Mestrado em Jornalismo). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.

VILHENA, Paulo. **Entrevista à Rede Meio Norte Sobre inauguração da Rádio Universitária**. Disponível em: <<https://www.meionorte.com/videos/reitor-da-ufpi-inaugura-radio-universitaria-5823>>. Acesso em: 02 mar. 18.

WEBCONFERÊNCIAS CIÊNCIA UFPI: Desafios Covid-19. 12 maio 2020. Disponível em:
<<https://www.ufpi.br/noticias-coronavirus/36210-webconferencias-ciencia-ufpi>>.
Acesso em: 19 jun. 2020.

YIN, K Robert. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. 2. ed., Porto Alegre: Bookman, 2001.

Los medios universitarios en tiempos de infodemia: El caso de la Universidad de Extremadura

A mídia universitária em tempos de infodemia: o caso da Universidade de Extremadura

University media in times of infodemic: The case of the University of Extremadura

Daniel Martín Pena y Macarena Parejo Cuellar

Resumen

Desde inicios de 2020 se han tambaleado los cimientos de nuestra sociedad, estamos en una encrucijada sin precedentes. Vivimos en un tiempo de infodemia en el que el SARS-CoV-2 no es el único virus que nos rodea, existen otros con afectación a nuestra dieta mediática (la desinformación, la imprecisión, la incertidumbre y la precipitación). El objetivo de esta investigación es observar la estrategia comunicativa de los medios universitarios en este contexto. Con este fin planteamos una metodología cualitativa basada en la observación directa y el estudio de los medios de la Universidad de Extremadura. Los resultados muestran que desde las instituciones académicas se han emprendido proyectos que ponen en valor la voz del experto, para paliar la desinformación y acompañar a sus audiencias. La principal conclusión es que los medios universitarios deben nutrirse de su mejor materia prima, sus científicos, y apostar por nuevas propuestas comunicacionales de carácter alternativo.

Palabras clave: Medios universitarios, Infodemia, Radio universitaria, Pandemia, Divulgación Científica.

>> **Informações adicionais:** artigo submetido em: 29/1/2021; aceito em: 24/3/2021

>> **Como citar este texto:**

MARTÍN PENA, D.; PAREJO CUELLAR, M. Los medios universitarios en tiempos de infodemia: El caso de la Universidad de Extremadura. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 12, n. 01, p. 119 -134, jan./abr. 2021.

Sobre os autores

Daniel Martín Pena
gestion@ondacampus.es
<http://orcid.org/0000-0003-2676-5821>

Doctor en Comunicación y Educación por la Universidad de Huelva. Profesor de Comunicación Audiovisual del Departamento de Información y Comunicación en la Universidad de Extremadura. Director de la RadioTv de la Universidad de Extremadura (OndaCampus). Estudia el fenómeno a nivel mundial de las radios universitarias y en las redes transnacionales de intercambio y colaboración. Fue editor de: *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica*, de la Editorial UOC, y *Radios Universitarias en América y Europa*, de la editorial Fragua.

Macarena Parejo Cuellar
macarenapc@unex.es
<https://orcid.org/0000-0002-5292-2731>

Doctora en Comunicación Audiovisual, Licenciada en Comunicación Audiovisual y Graduada en Periodismo. Profesora de Periodismo del Departamento de Información y Comunicación en la Universidad de Extremadura. Directora del Gabinete de Imagen y Comunicación de esa misma universidad. En el año 2013 co-dirigió el libro *+Ciencia. Cómo trabajar la divulgación científica desde las Radios Universitarias* promovido por la Asociación de Radios Universitarias (ARU).

Resumo

Desde o início de 2020 as bases da nossa sociedade estão abaladas e nos encontramos em uma encruzilhada sem precedentes na história recente. Vivemos tempos de infodemia em que o SARS-CoV-2 não é o único vírus que nos cerca. Há outros vírus que afetam nossa dieta midiática (a desinformação, a imprecisão, a incerteza e a precipitação). Esta pesquisa observa a estratégia comunicativa dos meios de comunicação universitários neste contexto. Para isso, utilizamos uma metodologia qualitativa baseada na observação direta e no estudo dos meios vinculados à Universidad de Extremadura (Espanha). Os resultados mostram que as instituições acadêmicas desenvolveram projetos que valorizam a voz do especialista para minimizar a desinformação e aproximar-se de seu público. A conclusão principal é de que os meios universitários devem ser alimentados por sua matéria prima principal, seus pesquisadores, e apostar em novas propostas comunicacionais de caráter alternativo.

Palavras-Chave: Meios universitários; Rádio universitário; Infodemia; Pandemia; Divulgação científica.

Abstract

Since the beginning of 2020, the foundations of our society have been shaken, we are at an unprecedented crossroads in recent history. We live in a time of infodemic in which SARS-CoV-2 is not the only virus that surrounds us, there are other viruses that affect our media diet (misinformation, imprecision, uncertainty and precipitation). The objective of this research is to observe the communicative strategy of the university media in this context. For this purpose we propose a qualitative methodology based on direct observation and study of the media at the University of Extremadura (Spain). The results show that academic institutions have undertaken projects that value the voice of the expert, to alleviate misinformation and accompany their audiences. The main conclusion is that the university media should be nourished by its best raw material, its scientists, and bet on new communicational proposals of an alternative nature.

Keywords: University media, University radio, Infodemic, Pandemic, Scientific dissemination.

Tiempos de incertidumbre, tiempos de infodemia

A finales de diciembre de 2019, la Comisión Municipal de Salud y Sanidad de Wuhan (provincia de Hubei, China) informó sobre un grupo de 41 casos de neumonía de origen no conocido. El foco de exposición común se situaba en un

mercado mayorista de mariscos, pescado y animales vivos en la ciudad de Wuhan, además incluía 7 casos de índole grave. A inicios de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud anunció que la nueva enfermedad bautizada como Covid-19, provocada por un nuevo coronavirus SARS-CoV-2, pasaba de ser una epidemia a convertirse en una pandemia. Una pandemia que se ha cobrado la vida de más de 2 millones de personas en todo el mundo y que ha contagiado a más de cien millones de ciudadanos. Como no podía ser de otra manera, las noticias empezaron a sucederse de manera frenética generándose auténticos nichos de desinformación, a los que la ciencia tenía difícil contrarrestar al no tener la respuesta a tanta incertidumbre generada por la evolución imparable de esta nueva enfermedad. Por ende, debemos tener presente que, normalmente, tal y como apunta Barrera (2016), las noticias y avances relacionados con el área de salud y la medicina tienen facilidad para colocarse en las agendas mediáticas como consecuencia directa de una población ansiosa de conocimiento acerca de lo que estaba sucediendo en esos campos del conocimiento científico, al repercutir en el día a día de propios ciudadanos. Por su parte, De Semir (2015) recalca que existen numerosos estudios de índole sociológico que refrendan estos postulados, en los que el bienestar y la salud son foco mediático, y en este caso, al tratarse de un nuevo virus del que nada se sabía, resulta más sencillo propagar informaciones erróneas. Es más, basta repasar el Informe Quiral (2018) o la ya conocida encuesta de Percepción Social de la Ciencia, elaborada por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT, 2018) para constatar la importancia que tiene para la población este tipo de noticias.

Sin embargo, a partir de la irrupción en nuestro día a día de la Covid-19 entendemos que todas estas opiniones van mucho más allá. Y es que asistimos no solo a la diseminación de una epidemia sino también a una infodemia que pocos ciudadanos son capaces de combatir, al no poseer ni conocimientos suficientes ni instrumentos y herramientas que permiten realizar, por ejemplo, fact check (MOLINA-CAÑABATE y MAGALLÓN-ROSA, 2020). Todo ello, es precisamente el resultado de una sobresaturación informativa que ha provocado

una explosión exponencial de las fake news. Como anotan Alfonso-Sánchez y Fernández-Valdés (2020) nos encontramos en una situación marcada por la intencionalidad de transmitir "información no verificada que se expande rápidamente y crea confusión y engaño. Implica a los ciudadanos que desconocen la verdad del hecho, ocasionando perjuicios en el orden social, político y económico". Son muchos los autores que atestiguan que la población ha mostrado un mayor interés por mantenerse informada aumentando de manera considerable el consumo de los medios tradicionales, así como la producción informativa de los mismos (CÁSERO, 2020; LÁZARO-RODRÍGUEZ y HERRERA-VIEDMA, 2020; MASIP, ARAN-RAMSPOTT, RUIZ-CABALLERO, SUAÚ, ALMENAR y PUERTAS-GRAELL, 2020).

Nos encontramos en una auténtica encrucijada, en un momento en el que desde la ciencia no solo estamos combatiendo el coronavirus SARS-CoV-2, sino que estamos lidiando con otros cuatro virus que vienen marcando el discurrir de esta infodemia desde su mismo inicio. La infoxicación, la incertidumbre, la imprecisión y la precipitación han sido virus que han afectado tanto al quehacer de los profesionales de la información como a las propias rutinas de consumo de los ciudadanos. El virus de la infoxicación (BENITO-RUIZ, 2009) se refiere a la toxicidad informativa, es decir, a la desinformación derivada de la saturación informativa que se ha visto acrecentada por la autonomía de consumo que han propiciado las TIC y que ha generado dificultad en la ciudadanía para distinguir y encontrar fuentes confiables. Además, este problema no afecta solo a una capa social. Ocurre todo lo contrario. Es un problema transversal, pues hay que tener en cuenta que las noticias falsas son más sencillas de compartir, ya que se generan a partir de un componente emocional, que responde a nuestros instintos más primarios. Esa infoxicación la hemos podido percibir desde el mismo inicio de la pandemia, marcada precisamente por esas fake news, a las que podemos denominar *coronabulos*. Dichos bulos han girado en torno a cuatro temas prioritariamente. Por un lado, noticias falsas referentes al propio origen del virus, refiriéndose al mismo desde la base de teorías conspiratorias y conspiranoicas e incluso sobre la índole de la geopolítica mundial (Estados

Unidos vs China). Otros bulos importantes surgieron a raíz de la forma de transmisión y contagio del virus sobre la base de preguntas como ¿Cuánto vive el virus en las superficies? ¿Cómo puedo reducir mi riesgo de contagio con la Covid-19?

El tema del tratamiento, o la cura del virus, también está dando lugar a la propagación de noticias falsas. Todo el mundo pudo escuchar a políticos recomendar el fármaco contra la malaria y el lupus, la hidroxiclороquina, para protegerse de la Covid-19, sin ninguna base científica. Existe mucha desinformación relacionada con las nuevas normativas, que de manera acelerada, han ido aprobando los gobiernos, mucha legislación y muy poca explicación, que daba lugar a toxicidad informativa, y a unos ciudadanos que no sabían bien cómo actuar en determinadas situaciones. La infoxicación es el principal virus desde el punto de vista mediático, pero no es el único. Otro virus añadido es la incertidumbre. Estamos acostumbrados a que la ciencia siempre tenga la respuesta a todos, o casi todos, los interrogantes que nos rodean, pues bien, con el advenimiento de esta pandemia, la ciencia no tenía la respuesta rápida, necesitaba sus tiempos para encajar las piezas de un puzzle desconocido para el mundo. Dicha búsqueda ha generado nichos en los que se cuela la infoxicidad, como hemos comentado las fake news se comparten de manera más mecánica, tienen ese factor emocional, y la incertidumbre nos lleva a querer saber esa respuesta, a compartir esa noticia positiva, aunque no sepas si es o no es cierta, o emana de una fuente confiable o no. Pero estos virus no solo afectan a los ciudadanos, también los profesionales de los medios han sufrido el efecto de otros virus. A lo largo de los primeros meses de esta pandemia hemos visto cómo los medios de comunicación han sufrido los efectos del virus de la imprecisión, es peligroso, ya que sus secuelas pueden generar caos, alarma o expectativas falsas en la sociedad. Quizás no se ha sabido transmitir bien la información relacionada con las nuevas normativas, y más problemático aún, no se ha articulado bien la información científica relacionada con la Covid-19. El virus de la imprecisión va muy ligado a otro, el de la precipitación, imprecisión y precipitación postulados trascendentales de

todo comunicador o periodista, que la infodemia ha puesto en entredicho. La precipitación hace referencia al instinto de querer dar la información, la buena noticia o incluso la mala, antes que el compañero, caer en el error de no contrastar alejándose de la ética periodística. Estos dos últimos virus se concretan, por ejemplo, en el hecho de que muchos medios no han trasladado a la ciudadanía la información completa, han tomado como definitivos hallazgos o resultados recogidos en artículos pendientes de publicación por revistas, es decir, a falta de revisar por pares, quienes certificarán o no su publicación formal. Es más, algunos medios advertían de ello, pero no le explicaban a la sociedad que significaba ese concepto de *preprint*, del que tanto ha oído hablar la sociedad en este último tiempo.

La importancia de divulgar la voz del experto a través de los medios universitarios

En un mundo donde cada día ganan presencia las TIC, es fácil que la voz del experto se diluya (DE SEMIR, 2015), y como reconoce Elías (2020, p. 7) "la pandemia del coronavirus tiene un fuerte contenido científico en su difusión mediática". De ahí la importancia de difundir la opinión de los investigadores, y situarla al alcance de la ciudadanía.

No es baladí que el consumo de información a través de las redes sociales y nuevos formatos, en un momento de democratización total de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en España, hace que el panorama mediático se complique a la hora de acudir a las fuentes y saber manejarlas, para no caer en el terreno de la desinformación, en la que los expertos pueden diluirse en una maraña de noticias incontrolable (LÁZARO, 2020). Esta situación, que tampoco es nueva, aunque a raíz de la pandemia ha implosionado, preocupa también a los profesionales de los medios de comunicación desde hace ya años.

A este respecto, es importante recordar lo que en su día acuñó Martín-Pena (2014) en una editorial en la *Revista Viceversa*, en la que reflexionó sobre la importancia que tiene la investigación, el desarrollo y la innovación para el avance social. Sin lugar a dudas, la I+D+i constituye una de las más importantes

razones de ser de esta antigua institución. Ahora bien, este autor se cuestionó el hecho de qué sería de este "listado de letras" si, en su labor de ente transmisor de conocimientos, no le añadiésemos una más, la "d" (de divulgación). Ese grafema es el que permite dotarla del perfil social que merece, trascendiendo del ámbito académico al ámbito ciudadano. La propuesta de Martín-Pena define una transformación de ese modelo, que pudiera considerarse vertical, por un modelo más horizontal, que plantea un acercamiento del científico a la ciudadanía, bajo la premisa de la creación de un puente de ida y vuelta que fomente un diálogo permanente del investigador con la sociedad en pro de la democratización del saber científico.

Desde hace tiempo, pareciera que vivimos en una época de crisis económica permanente, marcada por la falta de financiación y recortes en las partidas presupuestarias destinadas a las instituciones educativas y en el que se cuestiona todo hasta el último céntimo que reciben los centros de investigación. En este contexto se hace imprescindible que desde las universidades se realice una labor de acercamiento a la sociedad, y que se pueda tomar consciencia de que gran parte de los hallazgos científicos que se logran en la universidad pueden afectar, y de hecho afectan, al bienestar y calidad de vida de la ciudadanía, y en la situación actual, nada más lejos de la realidad. Por ello, desde las propias universidades se han preocupado por poner en marcha Unidades de Cultura Científica. Estos departamentos, que cuentan con el apoyo de la Fundación Española de Ciencia y Tecnología (FECYT), tienen un claro fin: trabajar en esa "d" a la que se refería Martín-Pena (2014). Es más, como indican Parejo y Martín-Pena (2014), en esta misma línea de trabajo, se sitúan los medios de comunicación universitarios. Radios y televisiones que surgen en el seno de instituciones académicas y cuyo propósito es fortalecer su comunicación interna y externa, así como tejer redes que traspasen la frontera de lo puramente universitario. En este sentido, es reseñable también su labor en la divulgación y acercamiento de la ciencia a la sociedad. En cuanto a la radio, tal y como apunta Segura (2014), posee un incalculable valor pedagógico a la hora de mostrar a la sociedad los hallazgos científicos llevados a cabo en esas

instituciones, tildadas de estancas y tradicionales, pero que ahora pretenden abrirse al exterior a través de sus propias herramientas de difusión, sus medios universitarios. Son muchos los proyectos que vienen, desde hace tiempo, trabajando en esta línea, uno de ellos es “Semillas de Ciencia”, que ha demostrado que la radio universitaria, por su propia naturaleza, es la mejor indicada para tender este puente entre ciudadanía e investigadores, logrando abrir, poco a poco, un canal propio entre los ciudadanos y científicos, ya que en los medios de comunicación convencionales apenas encontramos programas dedicados a asuntos de esta índole (MARTÍN-PENA y PAREJO, 2016), más allá del *boom* que se está viviendo con la actual pandemia.

Objetivos y Metodología

Como adelantó Suárez Serrano (2016), son tiempos en los que el periodismo y la estructura mediática centran el debate. Actualmente vivimos un momento marcado por la incertidumbre, en el que debe imponerse el sentido común, la empatía y la difusión del conocimiento científico desde los medios que conforman el ecosistema mediático. De ahí, que estudios como el publicado por *Reuters Institute for the Study of Journalism* (RASMUS, FLETCHER, NEWMAN, BRENNEN y HOWARD, 2020) coloquen a los científicos, médicos y otros expertos sanitarios, como las fuentes de información sobre la Covid-19 más fiables para la sociedad. Además, los estudios realizados por esta entidad aprecian una ligera recuperación en la confianza de los medios de comunicación y un retroceso en la que se tenía en redes sociales.

Hemos realizado una investigación cualitativa bajo la premisa de la observación directa cuyo objetivo principal es recoger y analizar las acciones concretas que han configurado la estrategia comunicativa de los medios de comunicación universitarios en el marco de la infodemia. Con este propósito hemos planteado estudiar el caso concreto de la radio televisión de la Universidad de Extremadura (UEx), una institución académica pública situada en una región de marcado carácter rural en España. Consideramos que el estudio

de caso se adapta a nuestro fin, ya que como sostiene Eisenhardt (1989) es “una estrategia de investigación dirigida a comprender las dinámicas presentes en contextos singulares”. Para ello se han delimitado todas las acciones comunicativas que ha abordado el Gabinete de Imagen y Comunicación de la Universidad de Extremadura durante el período comprendido entre el inicio del confinamiento y el fin del estado de alarma, es decir, entre el 15 de marzo y el 21 de junio de 2020. Las mismas han sido recogidas de la propia web institucional de la UEx y de sus distintos canales sociales.

Estrategias de comunicación de los medios universitarios de la Universidad de Extremadura

Si una cosa ha quedado patente en los primeros meses de esta crisis sanitaria ha sido la virtualidad y el teletrabajo, que se han impuesto de manera necesaria e imparable en nuestro día a día. Los comunicadores de todo el mundo han realizado sus funciones periodísticas desde sus casas, afrontando un reto humano y tecnológico sin precedentes en el contexto mediático. Esta circunstancia también ha afectado y ha introducido cambios en las estrategias de gestión de la comunicación global de las universidades.

El caso de estudio es el de la Universidad de Extremadura (España) una institución que cuenta en su estructura para la gestión de su política comunicativa con el Gabinete de Imagen y Comunicación, que a su vez integra el Gabinete de Prensa; el Servicio de Difusión de la Cultura Científica (SDCC); la Radio-Televisión Universitaria, OndaCampus y la Fundación Universidad-Sociedad. La necesidad de confinamiento de los profesionales de todos estos servicios ha obligado a un rediseño de los canales de comunicación de la institución extremeña para una correcta conexión con sus *stakeholders*.

Para ello, la institución docente y epicentro del conocimiento de la región, ha ofrecido ruedas de prensa virtuales, material audiovisual e infográfico y ha iniciado un proceso de adaptación de sus flujos comunicativos tanto con los medios de comunicación como con el resto de agentes sociales con los que

mantiene de forma permanente un diálogo abierto a través de su portal web y de sus perfiles en medios sociales. Así se puso en marcha la plataforma informativa "Coronavirus, medidas adoptadas", pensando en la optimización y mejora de la comunicación interna dirigida a estudiantes, profesores, investigadores y personal de administración y servicios, al igual que se ha realizado en otras instituciones, en las que se han utilizado los medios universitarios para hacer llegar informaciones relativas a la dinámica universitaria a raíz de la evolución de la Covid-19 (MARTÍNEZ-OTÓN, CASTILLO-LOZANO y PEDRERO, 2020).

En cuanto a la radio y la televisión la premisa ha sido la puesta en valor del colectivo científico y la producción de contenidos que aborasen temas y asuntos que fueran más allá de la Covid-19, intentando reforzar el servicio público y ejerciendo la función de acompañamiento a la población en una situación inimaginable unas semanas antes. En este sentido, es importante recalcar el papel que tiene la radio en situaciones de emergencia, en cuanto a la credibilidad y a su impacto psicológico, como medio que acompaña al oyente (RODERO, 2020).

Desde la radio universitaria, OndaCampus se ha mantenido la realización del programa informativo "Informativo UEx" de manera semanal, un espacio de 30 minutos que recogía las principales novedades respecto a la evolución de la pandemia y con información de utilidad para toda la comunidad universitaria, además de entrevistas a investigadores de la institución académica, con la premisa principal de dar la voz al experto, tal y como recogíamos en apartados anteriores. Además, en parrilla desde el inicio se ha estado produciendo el programa magazine "Jueves Universitarias desde Casa" realizado por un grupo de alumnos y alumnas de comunicación audiovisual que recogía la actualidad de las redes sociales, recomendaciones de series y libros, un espacio de música y una agenda de actividades virtuales para realizar desde casa. Estos dos programas, que se mantuvieron en parrilla desde el mismo inicio del confinamiento el 16 de marzo de 2020, además eran emitidos por la estación radiofónica regional, Canal Extremadura Radio, todos los jueves de 16h a 17h.

Además, refrendando la labor de servicio público y social que se le presupone a las emisoras universitarias, OndaCampus Radio, en colaboración con la Unidad de Asesoramiento Psicológico y el Vicerrectorado Estudiantes de la UEx puso en marcha una serie de *podcast* y *videopodcast* bajo el lema "Recomendaciones para la sociedad durante la emergencia sanitaria de la Covid-19". Estos *podcasts* incluían consejos sobre el confinamiento relacionados con la gestión de las emociones, la realización de rutinas, los consejos para la convivencia, las relaciones personales y el aprendizaje en el nuevo entorno virtual. En una segunda fase, ya en el contexto de la desescalada y vuelta a la nueva normalidad, se lanzaron mensajes para conocer las reglas que marcaban esa nueva normalidad, la responsabilidad ciudadana, la confianza y la cercanía social y el distanciamiento físico. Además, se realizaron consejos por colectivos, destinados a niños, a adolescentes, a familias con hijos y a estudiantes. Todos los podcasts pueden consultarse en el siguiente enlace: <https://cutt.ly/ryzMIUB>.

Otra de las actuaciones a reseñar, y cuyo objetivo fundamental era doble, ha sido la iniciativa "Ciencia desde Casa" desarrollada por el Servicio de Difusión de la Cultura Científica con el apoyo de OndaCampus Tv. Por un lado, este proyecto pretendía poner en valor el papel de los científicos e investigadores de la Universidad de Extremadura, pero también, por otro lado, presentar investigaciones que fueran más allá del tema de la Covid-19, que estaba ocupando por completo la agenda mediática de los nuevos medios y de los medios convencionales. Era necesario ofrecer otro tipo de contenidos a los ciudadanos para salir de la sobresaturación informativa. La estrategia era seguir fomentando la divulgación científica y tecnológica desde las universidades, en tiempos de confinamiento. El proyecto consistía en entretenidas microcharlas audiovisuales en las que los investigadores de la UEx comprometidos con la comunicación científica comparten, con el público, su investigación y conocimiento de relevante interés social. Como podemos observar en la Tabla 1, se realizaron un total de 18 charlas, de muy variados temas, y que tuvieron un gran seguimiento por el canal de YouTube de la UEx (<https://cutt.ly/sj5ZgW8>) e

incluso los científicos pudieron recibir las preguntas y comentarios de la gente y contestar en directo a través del chat.

Tabla 1. Listado Charlas Divulgativas proyecto Ciencias desde Casa

Investigador/a	Temática de la charla
Enrique Moradiellos	Oficio Historiador
José Manuel Vaquero	Contar manchas solares
Inmaculada Torres Castro	Caminos aleatorios
Almudena González	Residuos agroalimentarios: ¿cómo hacer rentable un problema?
Juan Carlos Iglesias Zoido	Una tablet en Pompeya
Juan J. Ruiz Lorenzo	Viajando por el Universo: De Contacto a Interstellar
Jesús Lozano Rogado	Narices electrónicas: principios y aplicaciones
Catalina Gallardo Huertas	Desmontando mitos en nutrición
Santiago Fernández	Aerobiología y el impacto ambiental
Daniel Martín Pena	La radio universitaria: pinceladas históricas
Gabriel Moreno González	Respuesta de la Unión Europea ante la crisis de la Covid
David Sevilla González	¿Cómo manejar números grandes?
Francisco Rodríguez-Jiménez	¿Recalculando? geopolítica internacional en tiempos de crisis
Violeta Calle Guisado	El espermatozoide, ¡Ese gran desconocido!
M ^a Dolores Ávalos	Procesos Lingüísticos en la Internacionalización de la Univ. Ecuatoriana
Desirée Ayuso del Puerto	¿Cómo crear recursos educativos inclusivos?
Javier Vaquero	Midiendo el vapor de agua atmosférico con un GPS
Antonio González	Efectos de la melatonina sobre la fisiología del páncreas exocrino

Fuente. Elaboración propia a partir de www.unex.es

Desde el inicio de la pandemia, se ha fortalecido el proyecto “Viceversa: la

revista para ver, oír, tocar y contar la ciencia". Esta revista divulgativa, además de dar a conocer los resultados obtenidos por los grupos de investigación, ha sido replanteado como una herramienta de aprendizaje extracurricular para los futuros profesionales de la información a través del trabajo en comunicación científica. En este sentido, es importante recalcar que un grupo de estudiantes coordinados desde el Gabinete de Imagen y Comunicación han logrado producir 17 monográficos divulgativos de carácter *transmedia*, ya que incluyen audios, videos, textos e infografías, lo que permite al público en general, leer, ver, oír y tocar la ciencia. De hecho, uno de los monográficos fue dedicado a la pandemia bajo el título "La UEx frente a la Covid-19" (<https://revistaviceversa.com/viceversa-115>).

Conclusiones

La irrupción de la pandemia ha demostrado la importancia que tiene poner en valor la voz de los expertos en un entorno caracterizado por la sobresaturación informativa en el que las falsas noticias se comparten a la velocidad de la luz (ELÍAS, 2020). Ante este contexto donde el ciudadano, mimetizado en prosumer, se adentra en la jungla, que representa la red de redes, para indagar sobre esta nueva enfermedad, los medios universitarios se convierten en grandes aliados del saber científico, ejerciendo de intermediarios que van más allá de entretener, educar, informar o generar opinión, sino que, además, adquieren la habilidad de ofrecer a la ciudadanía propuestas comunicacionales alternativas y diferentes, alejadas de intereses comerciales y centradas en la democratización del saber en pro de una ciudadanía más crítica y participativa, tal y como hemos podido observar en las iniciativas desarrolladas por los medios de la Universidad de Extremadura, y que son extrapolables a las radios y televisiones de otras instituciones académicas.

Sin duda, somos testigos directos de un nuevo hito para la Historia de la Humanidad, pero también para la historia de la comunicación científica que traerá nuevos cambios a una especialidad informativa que se debe a la

ciudadanía, orientada en ayudar a la sociedad a comprender qué está pasando y dejar de lado esa vertiente funcionalista que, a veces, puede ir en detrimento de su profesionalidad.

Tras analizar la estrategia comunicativa de los medios de comunicación de la Universidad de Extremadura en el contexto de la infodemia, podemos señalar que resulta clave fomentar la educación y la alfabetización mediática, hay que educar a nuestras audiencias en el consumo de una adecuada dieta mediática (SOENGAS-PÉREZ, LÓPEZ-CEPEDA, y SIXTO-GARCÍA, 2019), con el propósito de alejar la transmisión de bulos y fomentar la actitud crítica, que permita a la ciudadanía adquirir unas competencias para aprender a mirar con distancia las noticias que les llegan por todos los medios, tradicionales, digitales y sociales. Es más, hemos podido observar que es importante formar a los futuros profesionales de la comunicación en disciplinas como la ciencia, la salud, la estadística o los datos, para dotarles de la capacidad de ampliar su mirada y practicar una deontología profesional que les permita combatir los virus de la desinformación, la incertidumbre, la precipitación y la imprecisión, que informen bajo los criterios del rigor a sus audiencias. Desde las instituciones académicas se torna fundamental en esta encrucijada reforzar su apuesta por la divulgación, otorgando a los científicos ese papel de expertos, de voz experta, que ponga cordura entre tanta sobresaturación informativa, los medios universitarios deben nutrirse de su mejor materia prima, sus científicos y científicas, y apostar por nuevas propuestas comunicacionales que se conviertan en alternativas a la de los medios comerciales bajo las premisas de dar certezas, tranquilidad, servir de acompañamiento, emocionar y empoderar a sus audiencias.

Referencias

ALFONSO-SÁNCHEZ, Ileana; FERNÁNDEZ-VALDÉS, María de las Mercedes. Comportamiento informacional, infodemia y desinformación durante la pandemia de Covid-19. **Anales de la Academia de Ciencias de Cuba**, v.10, n.2, 882, 2020.

BARRERA, Lucía. El periodismo especializado en salud: una reseña histórica. **Revista Española de Comunicación en Salud**, Suplemento 1, pp. 15-22, 2016. <http://dx.doi.org/10.20318/recs.2016.3118>.

CASERO, Andreu. Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. **El profesional de la información**, v. 29, n.2, e290223, 2020. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>.

DE SEMIR, Vladimir. **Decir la ciencia**. Barcelona: Universidad de Barcelona, 2015.

EISENHARDT, Kathleen. Building Theories from Case Study Research. **Academy of Management Review**, v.14, n.4, pp.532-550, 1989.

ELÍAS, Carlos. Expertos/as científicos/as y comunicación gubernamental en la era de las fake news. **Revista Prisma Social**, v.31, pp. 6-39. 2020. Disponible em <https://revistaprismasocial.es/article/view/3945>.

FUNDACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA. **Encuesta de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología**. Madrid: FECYT, 2018.

INFORME QUIRAL. **Mujer, salud y comunicación**. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 2018. Disponible em <https://cutt.ly/xkwrB5K>

LÁZARO, Elena. Muerte al Mensajero. **Asociación Española de Comunicación Científica**, 6 de abril de 2020. Disponible em <https://bit.ly/3et9luF>

LÁZARO-RODRÍGUEZ, Pedro; HERRERA-VIEDMA, Enrique. Noticias sobre Covid-19 y 2019-nCoV en medios de comunicación de España: el papel de los medios digitales en tiempos de confinamiento. **El profesional de la información**, v.29, n.3, e290302, 2020. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.02>

MARTÍN-PENA, Daniel; PAREJO, Macarena Nuevas fórmulas de comunicación corporativas basadas en la colaboración interuniversitaria: proyecto "Semillas de Ciencia". **Documentación de las Ciencias de la Información**, v.39, pp.151-163, 2016. DOI: <https://doi.org/10.5209/DCIN.54414>.

MARTÍN-PENA, Daniel. La apuesta universitaria por su otra "d". **Revista Viceversa, UEx&Empresa**, v.51, pp.5-7, 2014. Disponible em <https://cutt.ly/nkqKDOM>.

MARTÍNEZ-OTON, Laura; CASTILLO LOZANO, Eduardo; PEDRERO, Luis Miguel. La radio como agente de cohesión universitaria en tiempos de pandemia: La experiencia de Radio Nebrija, **Radiofonias - Revista de Estudios em Mídia Sonora**. v. 11, n. 3, pp. 37-57, 2020.

MASIP, Pere; ARAN-RAMSPOTT, Sue; RUIZ-CABALLERO, Carlos; SUAÚ, Jaume; ALMENAR, Ester; PUERTAS-GRAELL, David Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo. **El profesional de la información**, v. 29, n. 3, e290312, 2020. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.12>

PAREJO, Macarena; MARTÍN-PENA, Daniel. Tratamiento informativo de la prensa española sobre el Covid-19 antes del estado de alarma. **Revista Española de Comunicación en Salud**, [S.l.], pp. 218-225, 2020. doi: <http://dx.doi.org/10.20318/recs.2020.5418>.

PAREJO, Macarena; MARTÍN-PENA, Daniel. El papel de la radio universitaria como transmisora del conocimiento científico. De la producción individual al trabajo cooperativo: el proyecto "Semillas de Ciencia". In: MARTÍN-PENA, D. & ORTIZ SOBRINO, M.A. (Eds) **Rádios Universitarias en América y Europa**. Madrid: Editorial Fragua, 2014, pp.153-165.

RASMUS, Nielsen; FLETCHER, Richard; NEWMAN, Nic; BRENNEN, Scott J.; HOWARD, Philip. **Navegando la "infodemia"**: así consume y califica las noticias y la información sobre el coronavirus la gente en seis países, 18 de abril de 2020. [Reuters Institute. University of Oxford] Disponible em <https://cutt.ly/4ymEbJh>

RODERO, Emma. Radio: the medium that best copes in crises. Listening habits, consumption, and perception of radio listeners during the lockdown by the Covid-19, **El profesional de la información**, v. 29, n. 3, e290306, 2020. doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.06>.

SEGURA, Ana. Divulgación científica en las radios universitarias españolas. **Revista de Educación Mediática y TIC**, v.3, n.1, pp.44-60, 2014.

SOENGAS PÉREZ, Xosé; LÓPEZ-CEPEDA, Ana María; SIXTO-GARCÍA, José. Dieta mediática, hábitos de consumo de noticias y desinformación en los universitarios españoles. **Revista Latina de Comunicación Social**, v.74, pp.1056 a 1070, 2019.

SUÁREZ-SERRANO, Chema. El periodismo en los conflictos armados del siglo XXI: entre las nuevas tecnologías y las amenazas de siempre. **Revista del Instituto Español de Estudios Estratégicos**, n. 8, pp. 17-39, 2016.

El trabajo de la radio universitaria en la pandemia. La experiencia de Radio UNDAV

O trabalho da rádio universitária na pandemia.

A experiência da Rádio UNDAV

The work of university radio in the pandemic. The Radio UNDAV experience

Lucia Casajús, Noelia Giorgi y Mario Giorgi

Resumen

¿Cuál es el rol de la radio universitaria en la pandemia? ¿Qué contenidos se deben garantizar desde estas emisoras? ¿Cómo se producen y emiten en el marco de las medidas de aislamiento dispuestas ante la situación epidemiológica? Este artículo analiza estas cuestiones a partir de la experiencia de trabajo de la radio de la Universidad Nacional de Avellaneda (Argentina), Radio UNDAV, durante la emergencia por Covid-19. Se parte de distintas aportaciones teóricas en torno al perfil, la identidad y el rol de la radio universitaria para posteriormente describir y analizar las acciones puestas en marcha desde la Dirección de Medios, que es el área que coordina y gestiona la radio y la televisión de la Universidad Pública de Avellaneda, en pos de la realización y emisión de una programación especial para informar, concientizar y dar servicio garantizando al mismo tiempo la difusión de contenidos culturales y educativos desde los medios universitarios en la pandemia.

Palavras-chave: Radio Universitaria; Pandemia; Comunicación.

>> **Informações adicionais:** artigo submetido em: 24/7/2020; aceito em: 3/5/2021.

>> Como citar este texto:

CASAJÚS, L; GIORGI, N.; GIORGI, M. El trabajo de la radio universitaria en la pandemia. La experiencia de Radio UNDAV. *Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora*, Mariana-MG, v. 12, n. 01, p. 135-160, jan./abr. 2021.

Sobre os autores

Lucia Casajús

lcasajus@undav.edu.ar

<https://orcid.org/0000-0002-4477-4580>

Doctora en Comunicación y Magíster en Periodismo Digital y Multimedia (Universidad Jaume I, España). Lic. en Periodismo y Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Responsable de articulación institucional y académica en la Dirección de Medios de la Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV), Argentina.

Noelia Giorgi

ngiorgi@undav.edu.ar

<https://orcid.org/0000-0002-6455-8607>

Profesora universitaria por la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) y maestranda en Comunicación y Creación Cultural por la Fundación Walter Benjamin. Responsable de programación de Radio UNDAV y producción general en la Dirección de Medios de la Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV), Argentina.

Mario Giorgi

mgiorgi@undav.edu.ar

<https://orcid.org/0000-0003-3125-2422>

Locutor Nacional (ISER) y maestrando en Periodismo por la Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA). Director de Medios de la Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV), Argentina. Conductor del programa *Llega el Día por Radio Nacional AM 870*. Vicepresidente institucional de la Radio Internacional Universitaria (RIU).

Resumo

Qual é o papel do rádio universitário na pandemia? Qual conteúdo deve ser garantido nessas emissoras? Como são produzidos e transmitidos em relação às medidas de isolamento demandadas pela atual situação epidemiológica? Este artigo analisa essas questões com base na experiência de trabalho da estação de rádio da Universidad Nacional de Avellaneda (Argentina), Rádio UNDAV, durante a situação de emergência gerada pela Covid-19. Parte-se de diversos aportes teóricos em torno do perfil, identidade e papel da rádio universitária para, posteriormente, descrever e analisar as ações implementadas pela Diretoria de Comunicação, que é a área que coordena e administra o rádio e a televisão na Universidad Pública de Avellaneda, na realização e difusão de um programa especial de informação, sensibilização e prestação de serviço, garantindo a divulgação de conteúdos culturais e educativos dos meios de comunicação universitários em situação de pandemia.

Palavras-Chave: Rádio Universitária; Pandemia; Comunicação

Abstract

What is the role of a college radio in the pandemic? What content should be guaranteed in these stations? How are they produced and emitted within the framework of the isolation measures provided for the epidemiological situation? This article analyzes these issues based on the experience of the radio station of the National University of Avellaneda (Argentina), Radio UNDAV, during the Covid-19 emergency. It starts from different theoretical contributions around the profile, identity and role of college radio to later describe and analyze the actions implemented by the Media Directorate, which is the area that coordinates and manages radio and television in the public University of Avellaneda, in pursuit of the realization and broadcasting of a special program to inform, raise awareness and provide service while guaranteeing the dissemination of cultural and educational content from the university media in the pandemic.

Keywords: College radio; Pandemic; Communication

Introducción – Justificación

Estamos ante una de las facetas más dramáticas de la globalización que no registra antecedentes en la historia de la humanidad desde diversas miradas. Si bien las sucesivas pestes, epidemias y enfermedades que afectaron al mundo se hallan registradas en los testimonios de transmisión oral, la investigación científica, la narrativa literaria, la radio o la televisión, nunca esas tragedias se

podrán vincular con la presente. Los pasos que una enfermedad global da para afectar al mundo, fueron mutando de años a meses, pero el Covid-19 solo necesitó de algunas horas para multiplicar su acción planetaria y plantear nuevos desafíos en el campo de la comunicación audiovisual y sus herramientas para la información y la comunicación.

La situación de emergencia sanitaria que atraviesa el mundo a raíz de la pandemia ha generado muchos análisis y debates en todos los ámbitos de la vida. Sin certezas, en la mayoría de los casos, se han implementado estrategias para hacer frente a esta nueva condición, tanto desde el Estado como desde los organismos y organizaciones sociales, instituciones y otros órganos de la sociedad. En el ámbito de los medios de comunicación, la radio, que en Argentina cumplió 100 años este 2020, también ha desplegado mecanismos de acción en prácticas concretas y se ha volcado a reflexionar y discutir su rol. Es el caso de las radios comerciales, estatales, públicas y también de las de las universidades.

Así, en el marco de la pandemia del Covid-19, resulta necesario analizar y reflexionar sobre la tarea de la radio universitaria. ¿Cuál es el rol de la radio universitaria en la pandemia? ¿Qué contenidos se deben garantizar desde estas emisoras? ¿Cómo se producen y emiten en el marco de las medidas de aislamiento dispuestas ante la situación epidemiológica? Este artículo intenta dar algunas respuestas a partir de la experiencia de trabajo de Radio UNDAV, la radio de la Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV) en Argentina, y de aportaciones teóricas en torno al rol de las radios universitarias. A partir de un marco teórico en torno a la identidad, actores y contenidos de las radios universitarias, analizaremos las acciones puestas en marcha desde la Dirección de Medios, que es el área que coordina y gestiona la radio y la televisión universitaria de la UNDAV, y describiremos la implementación de distintos mecanismos en el desarrollo del trabajo remoto para realizar y emitir una programación especial para informar, concientizar y dar servicio garantizando al mismo tiempo la difusión de bienes culturales y educativos desde los medios universitarios en la emergencia por el Covid-19, con el foco puesto en la emisora radiofónica.

La radio universitaria

Para comenzar el abordaje que nos proponemos, es oportuno realizar un repaso por la historia, el desarrollo y el escenario de la radiofonía universitaria, cuyo origen se remonta al momento mismo del nacimiento de la radio. Es en Argentina, a finales del año 1923, cuando surge la primera radio universitaria concebida desde sus inicios con un modelo de medio de comunicación insignia de la labor del rol de extensión de las universidades hacia la sociedad (CASAJÚS, 2015). Un hecho que inauguró el modelo de la radiofonía universitaria no solo en este país, sino también en América Latina y Europa. Así, la primera radio universitaria del mundo nacía en la Universidad Nacional de La Plata, el 5 de abril de 1924, contemporánea a la Reforma Universitaria de 1918, e inauguraba un modelo de radio que planteaba como uno de sus postulados el de "vincular la Universidad al pueblo, que debía inspirar la tarea llamada de extramuros o de Extensión Universitaria" (VÁZQUEZ, 2012, p. 54). El nacimiento de LR11 Radio Universidad de La Plata marcó el inicio de un centenario camino en la creación de emisoras universitarias que comenzaron a desarrollarse en distintos países de América Latina "siendo Colombia, México y Chile, los países que continuaron la tendencia con el surgimiento de la Emisora Cultural Universidad de Antioquia (1933), Radio Universidad Nacional Autónoma de México (1937) y Radio Universidad Técnica Federico Santa María (1937)" (CASAJÚS, 2015, p. 130). Actualmente, también hay radios universitarias en Brasil, Uruguay, Honduras, Cuba, Ecuador, Costa Rica, Nicaragua, Bolivia, Venezuela, Perú y Paraguay.

A 96 años de su nacimiento, la radio universitaria es un fenómeno que tiene lugar en todo el mundo y existe también un gran desarrollo de radios universitarias en Norteamérica; y en países de Europa como España, Italia, Francia o Portugal; e incluso se registran experiencias en Oceanía, Asia y África (VÁZQUEZ, 2012, p. 94-95).

Perfiles, identidades, contenidos y actores

La identidad de una radio universitaria está definida por sus particularidades y características. Es decir, que si bien entre las emisoras existen diversidades según modos de organización y funcionamiento, programación, cuestiones presupuestarias o de financiamiento, ubicación geográfica y sentido territorial, recursos técnicos, políticas universitarias o trayectorias, sí que pueden establecerse algunos rasgos comunes vinculados a la concepción de estos medios, sus contenidos y actores. Cuestiones centrales para reflexionar en torno al rol de la radio universitaria en la pandemia.

Partimos de la concepción de los medios universitarios como espacios abiertos a la participación de los diferentes actores de la comunidad universitaria que cumplen, además, un rol trascendental en la interacción y en el vínculo de la universidad con el medio social, como medios de comunicación alternativos inmersos en el ámbito educativo que promueven en su programación espacios vinculados a la información y la actualidad universitaria, la divulgación científica y la difusión de contenidos de sus carreras y, al mismo tiempo, dan voz a actores y temáticas tradicionalmente invisibilizados por los grandes medios de comunicación, no solo del ámbito universitario, sino también sociales, políticas y culturales ligadas tanto al territorio como al ámbito nacional e internacional contribuyendo, además, a la creación de conciencia social.

Observando la extensión geográfica, el sentido territorial de las radios universitarias devuelve tantos paisajes como los del planeta mismo y se constituyen en un desafío para explorar. Estas radios se enmarcan en el contexto universitario, funcionan con el respaldo de las universidades a las que pertenecen y son parte del sistema de medios universitarios, pero a la vez se insertan en la sociedad y son también conformantes del sistema de medios de comunicación social. Tienen, por una parte, una clara función de divulgación del conocimiento que se genera en las casas de estudios y de visibilización de los actores universitarios así como un fuerte compromiso con la educación y el aprendizaje, y, por otra parte, una función de servicio público con compromiso social.

Son radios que trabajan desde la universidad hacia y con la sociedad, entendiendo que el vínculo de la universidad con su entorno es fundamental, y lo es también la relación y el compromiso de sus medios de comunicación con el ámbito social en el que se encuentran. Como señalan Dido y Barberis:

La gestación y creación de una radio universitaria ofrecen una excelente oportunidad para habilitar una vía de expresión y difusión de planes, inquietudes, proyectos de una comunidad. Como ninguna otra, posee las condiciones apropiadas para convertirse en un foro de debate de aquellos asuntos que inciden en diferentes grupos comunitarios y para actuar como factor dinámico de la comunidad de pertenencia (2006, p. 15).

Álvarez Villa y Ramírez Queralt (2005) también se refieren a esta cuestión y consideran: "Estos medios se plantean como iniciativas para la aproximación de la actividad universitaria a la sociedad y como canales de comunicación en el seno de la misma Universidad".

La programación de estas emisoras constituye un factor diferencial con los grandes medios comerciales, una cuestión que manifiesta la alternatividad de estas estaciones. Como señalan Aguaded y Contreras (2011, p. 5), estas emisoras apuestan por: "Abrir espacios de comunicación donde se expresan las inquietudes y el quehacer diario de las universidades, desde el punto de vista científico, cultural o de extensión a la sociedad". Se construye así el puente hacia el servicio público. Como apunta Gallego (2011, p. 98) "la capacidad de alternativa de las radios universitarias [...] se basa en su función de servicio público y en su capacidad de generar un contenido diferenciado". Sobre esta función Casajús (2015, p. 135) puntualiza que "se vincula al ejercicio de una ciudadanía democrática a través, entre otros, del fomento de la participación y la apertura de espacios a colectivos tradicionalmente invisibilizados y a temáticas relegadas a un segundo plano, o bien inexistentes, en las radios comerciales".

Por otra parte, la divulgación científica es una temática presente en la programación de las emisoras universitarias. Como señala Segura Anaya:

La práctica universitaria contempla como fundamentos de su actividad: la docencia, la investigación y la transferencia de conocimiento y en este ámbito, la radio se convierte en un medio especialmente interesante para la divulgación de la ciencia y de las investigaciones que se generan en el seno de la Universidad (2014, p. 45).

Como afirma Martín-Pena, la divulgación científica “debe ser uno de los objetivos capitales de las estaciones universitarias, dando cumplimiento a una de las funciones básicas de las instituciones académicas, la labor de divulgación del conocimiento entre la ciudadanía (2013, p. 538)”.

Y es que, como veíamos anteriormente, las radios universitarias nacen como medios de comunicación estrechamente vinculados a la educación y a la investigación, concebidos como medios culturales ligados a la sociedad, tal como lo señalara en el discurso de inauguración de la primera emisora universitaria del mundo, en 1924, el entonces rector de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Benito Nazar Anchorena:

A la Universidad de La Plata le corresponde la iniciativa de haber empleado una estación radiotelefónica no sólo como excelente elemento de enseñanza e investigación para la Radiotécnica sino también para fines de divulgación científica, o sea, como elemento de extensión universitaria [...]. De tal modo, al par que desarrolla una obra completa de difusión cultural, sirve para vincular más aún la Universidad con el medio social en que actúa (Web de Radio Universidad de La Plata. Consulta: 12/12/2012).

El espíritu de extensión de la radio universitaria está, así, atravesado por su carácter de medio de comunicación que debe garantizar la información, el servicio público, la concientización social y el acceso a los bienes culturales; al mismo tiempo que debe abrir sus espacios a la participación de la comunidad universitaria y la sociedad, promoviendo la circulación de otros discursos, otros debates, construyendo una agenda diferente a la que marcan los grandes medios de comunicación comerciales.

La radio universitaria en la convergencia

La radio universitaria se encuentra inmersa en el contexto multimedia de Internet. Las emisoras están presentes en la red a través de sus páginas web,

de la emisión en línea y del uso de las redes sociales y aplicaciones para dispositivos móviles. En este contexto, la comunicación universitaria ha ampliado su alcance a través de la difusión global de los contenidos y ha visto modificadas sus formas de consumo y de interacción con la audiencia (MILITO y CASAJÚS, 2011).

En la convergencia mediática, los distintos medios de comunicación conviven y se integran en la red, difuminando las fronteras entre sus especificidades (lenguajes, soportes, géneros, formatos) aunque sin perder sus cuestiones definitorias. De esta manera, se origina un cambio profundo en la concepción tradicional de los medios de comunicación así como modificaciones sustanciales en la manera de comunicar. Como señala Pena de Oliveira (2006, p. 188), "la llegada de Internet posibilita nuevos géneros y vino para revolucionar las relaciones profesionales y las rutinas productivas", algo que en esta pandemia quedó evidenciado y en torno a lo cual nos extenderemos en el apartado 3, dedicado al estudio de caso de Radio UNDAV.

Las posibilidades que aportan las redes sociales, las webs y las aplicaciones, son muy valiosas para la radio universitaria en términos de interacción y participación, pero también de difusión. Tal como señala en el libro *Encrucijadas del nuevo milenio* Ana Elisa Farizano, de la radio de la Universidad Nacional del Nordeste (UNNE), la utilización de las redes sociales...

Nos permite estar en contacto con nuestras audiencias y contribuye a que podamos atenderlas en sus demandas [...]. Además de pensar a las redes sociales como fuentes de información (siempre susceptibles de ser chequeadas), como espacio de difusión de nuestra producción, también las pensamos como espacios de interacción con los públicos" (2016, pp. 117-118).

Este nuevo ecosistema en el que se desenvuelve la radio universitaria, también está fuertemente marcado por el alcance global de Internet como plataforma de comunicación. Los contenidos locales y universitarios se convierten ahora en globales pudiendo ser consumidos desde cualquier parte del mundo.

Como indica Marcelo Kischinhevsky, ex-presidente de la Red de Radio Universitaria de Brasil (RUBRA):

Estamos todos a la escucha, atentos a los cambios en el paisaje sonoro de la radiofonía, que hoy desborda por los medios sociales, la telefonía móvil, la televisión por suscripción [...] la radio contraría las previsiones más pesimistas y se afirma cada vez más como espacio de manifestación social, cultural y política, como un lugar en el que oímos los sonidos del mundo, del país y de la ciudad, y en que debemos luchar para hacernos oír (KISCHINHEVSKY, 2017).

Internet, los medios sociales, los dispositivos móviles y las nuevas formas de producción, difusión e interacción que permiten, han sido herramientas vitales para el trabajo de la radio universitaria en la pandemia. Como señala Verónica Orihuela:

La exposición de contenidos a través de diferentes servicios de podcast y la capacidad de transmitir por Internet han significado para los universitarios una alternativa importante a la falta de frecuencia en el espacio radioeléctrico. Esta vía aunada a las redes sociales aumenta el alcance que, en momentos de emergencia, puede tener si es que la electricidad e infraestructura de telecomunicaciones no se ha perdido. (ORIHUELA, 2018, p. 238).

El trabajo en redes de radios universitarias

Un factor importante en la trascendencia internacional de las radios universitarias y sus contenidos es, sin dudas, el trabajo en red de las emisoras.

En los países latinoamericanos existen, desde la década del 90, redes que reúnen a las radios de las universidades tanto para potenciar sus iniciativas individuales, como para revalorizar el trabajo conjunto y compartir su caudal educativo, científico y cultural. Tal es el caso de Argentina, donde se conformó en 1998 la Asociación de Radiodifusoras Universitarias Nacionales Argentinas (ARUNA); de México, con la Red de Radios Universitarias de México (RRUM, antes llamada SINPRIES); de Chile, con la Red de Radioemisoras Universitarias de Chile (REUCH); de Colombia con la Red de Radio Universitaria de Colombia (RRUC); y de Ecuador, con la Red de Radios Universitarias del Ecuador (RUE).

A partir de estas integraciones por países, las emisoras de la región conformaron en 2009, la Red de Radio Universitaria de Latinoamérica y el Caribe (RRULAC) que agrupó a unas 300 emisoras universitarias de nueve países y a la

que en 2015 se integró también España a través de la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU). En el año 2017, RRULAC pasa a transformarse en una red internacional para albergar a emisoras de otros países interesadas en formar parte de la Red. Así, durante el IV Encuentro RRULAC, realizado en España, se incorporaron nuevas redes y radios de distintos países que motivaron la necesidad de replantear el nombre de la red y sus estatutos para dar paso a la constitución de *Radio Internacional Universitaria (RIU)*, red de redes, presidida por la Universidad de Extremadura (España), y con la vicepresidencia institucional a cargo de la Universidad Nacional de Avellaneda (Argentina).

Actualmente, a cuatro años de su creación, la RIU está integrada por unas 500 emisoras universitarias. Aglutina tanto a redes de radios universitarias como ARUNA (Argentina); RRUE (Ecuador); RRUM (México); REUCH (Chile); RadUni (Italia); RUBRA (Brasil), además de radios asociadas de Uruguay, Paraguay, Brasil, Costa Rica, Nicaragua, Portugal e Italia. También cuenta con la adhesión de Spanish Public Radio, una emisora multimedia radicada en Chicago (EEUU) que tiene la misión de transmitir y apoyar contenido radiofónico a la comunidad de habla hispana residente en Estados Unidos; y de Radio ILCE, la emisora del Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa, con sede en México.

Como veremos en el siguiente apartado, este trabajo en red se plasmó en producciones conjuntas específicas durante la pandemia por Covid-19.

Desarrollo: el caso de Radio UNDAV

Tal como hemos señalado anteriormente, expondremos aquí distintas producciones y mecanismos puestos en marcha desde la Dirección de Medios de la UNDAV para la gestión de los medios de comunicación universitarios, Radio UNDAV y UNDAV TV, con el foco puesto en la emisora radiofónica, como estudio de caso. En este sentido, tres conceptos centrales se encadenan ante el hecho extraordinario de la pandemia: información, servicio público y concientización social.

Información y servicio

En el ámbito informativo, la radio universitaria, y en particular sus actores, asumen en el recorrido periodístico que, en el caso argentino, los cuidados que dispone el Estado los atraviesan y que, al mismo tiempo, la responsabilidad de informar se debe sostener. Sobre todo frente a la cantidad de versiones o noticias falsas (infodemia y *fake news*) que además de multiplicar la preocupación de los ciudadanos, obligan a un esfuerzo mayor para buscar fuentes y certezas científicas en el marco del actual contexto y las limitaciones que supone y que, en el caso específico de Radio UNDAV, incluyeron el cierre preventivo de la sede donde funciona la emisora. Al mismo tiempo, se asiste a una resignificación del carácter de servicio público de la radio universitaria, que supone acompañar a las audiencias para que la sociedad se acerque a la comprensión del hecho que, tan grave como relevante, requiere la toma de conciencia solidaria.

Puesta en marcha del informativo especial por Covid-19

Ante las primeras informaciones de la situación epidemiológica del Covid-19 en Argentina, Radio UNDAV comenzó a realizar el tratamiento del tema en los programas institucionales diarios de la Dirección de Medios (DDMM) en la emisora: *Vivís la UNDAV* y *Meridiano Nacional*, con entrevistas a investigadores de la Universidad y a referentes nacionales del ámbito de la salud y la política. Estas entrevistas fueron compiladas en un podcast específico en la web y difundidas en las redes sociales.

La situación sanitaria se complejizaba y desde el equipo de la Dirección de Medios se tomó entonces la decisión de comenzar a realizar un informativo específico sobre el Covid-19. Así, el 18 de marzo, dos días antes de que en la Argentina se decretara el Aislamiento Social Preventivo Obligatorio (ASPO), Radio UNDAV puso en marcha el Informativo Especial Coronavirus que se emite de lunes a viernes desde las 12 y hasta las 18 hs., cada una hora, y se publica también en la web y redes sociales de la emisora.

La primera tarea fue evaluar los contenidos y establecer la inclusión de informaciones vinculadas al coronavirus con noticias del ámbito nacional, provincial, regional y local, así como comunicaciones institucionales de la Universidad Nacional de Avellaneda. La segunda cuestión, fue ver cómo distribuir el trabajo entre el equipo, para poder realizar el informativo en forma remota y contemplando las herramientas con las que cada trabajadora y trabajador cuenta en sus casas que no son las mismas con las que se trabaja en las instalaciones de la radio, a nivel técnico.

Al mismo tiempo, se dispusieron una serie de mecanismos técnicos y de articulación para poder desarrollar las tareas de manera remota y dar inicio, así, mediante el trabajo remoto a la realización diaria del informativo. En el aspecto técnico, se programaron las dos computadoras de aire para que, en caso de cortes de luz, se iniciaran automáticamente y se instaló un software para acceder a ellas de manera remota. Se redactó, además, un manual de procedimiento para los operadores de la radio. Paralelamente, se creó una carpeta compartida con todo el equipo en Google Drive, y se cargaron allí contenidos de actividades pendientes o en proceso. Se realizó también, de manera preventiva, la descarga y automatización de separadores, siglas, spots, promos y artística para su posterior emisión.

En cuanto a la producción y edición, como hemos señalado anteriormente, se dispuso que el *Informativo Especial Coronavirus* brindara información útil y de servicio a partir de los anuncios y medidas del Gobierno Nacional, el Gobierno de la provincia de Buenos Aires, el distrito de Avellaneda y la región en la que se encuentra nuestra emisora, así como de las noticias institucionales de la UNDAV. La redacción y grabación de la artística fue realizada mediante los dispositivos con que cada locutor y operador del equipo cuenta en su casa. Para las noticias, se dispuso que tres locutores y periodistas de la Dirección de Medios fueran los encargados de producirlas, y se les asignó el ámbito a cada uno de ellos: Nacional y provincial; Regional; Local e institucional. También se elaboró un manual de procedimiento para la grabación y el envío de noticias a la Coordinación del informativo, dentro de la cual una persona se dedica a la

Producción General.

De esta manera, el 18 de marzo comienza a emitirse diariamente el *Informativo Especial Coronavirus*, realizado íntegramente a distancia con una duración de entre 5 y 8 minutos. Hasta el momento se han realizado 179 informativos que incluyeron 1046 noticias.

El contenido de cada noticia, como hemos mencionado, busca informar de manera veraz y oficial, con criterio periodístico y utilizando fuentes oficiales, ya sea de los organismos nacionales o entidades encargadas de anunciar a la ciudadanía las medidas preventivas y pautas de comportamiento social, así como información institucional de la UNDAV. Siempre teniendo en cuenta las recomendaciones realizadas por el *Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM)* que, en este sentido, expuso que "se tome conciencia de la sensibilidad que implica la comunicación" solicitando la colaboración de los medios para evitar la propagación de noticias falsas (ENACOM, 2020).

Para el *Informativo Especial Coronavirus* de Radio UNDAV, pensado principalmente como una producción de información y servicio a la comunidad, se dispuso también la incorporación en las noticias de los testimonios de actores involucrados en tareas de primera necesidad. Se consultan, así, fuentes de las áreas de salud, servicios, sindicatos y gremios, entre otros, y se realizan los cortes de voz que acompañan la información. Una vez recibidos los audios con las noticias, que los tres periodistas y locutores envían a un único correo electrónico al que tienen acceso tanto la coordinación como los operadores, la productora general edita y revisa los contenidos que envía luego a la edición final. En caso de ser necesario se vuelve a grabar o se actualizan en función del surgimiento de nuevas informaciones. Cuando está terminado, desde la coordinación se chequea el informativo completo y la productora general lo carga en el Drive compartido quedando el informativo listo para su emisión. Concluida la producción, se procede a la emisión y difusión. El informativo se programa para las 12 hs. y su repetición, cada hora, hasta las 18 hs, de lunes a viernes. Asimismo, hay un operador a cargo de subir el audio a la web de la emisora,

en la sección de podcasts, y enviarlo por WhatsApp y Telegram a la lista de distribución de Radio UNDAV. También, dentro de la coordinación, hay una persona encargada de la difusión en los canales de Facebook y Twitter de la DDMM @undavmedios, que se realiza con enlace al podcast de la web, ya que estas plataformas no permiten la subida de contenidos en audio. El informativo también puede escucharse en directo por streaming en la web de la emisora <http://radio.undav.edu.ar/> y es enviado a todas las emisoras universitarias argentinas a través del grupo de WhatsApp de productores de la Asociación de Radiodifusoras Universitarias Nacionales Argentinas (ARUNA), reforzando la tarea de extender la comunicación y la difusión de la información.

Meridiano Virtual

A cinco meses de decretado el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) y ante una situación epidemiológica que indicaba que continuaría los meses siguientes, la Dirección de Medios decidió retomar las emisiones del programa *Meridiano Nacional*, con un nuevo formato. El 14 de agosto, comenzó a emitirse entonces el programa *Meridiano Virtual*, realizado por todo el equipo de la Dirección de Medios, de manera remota, desde sus casas. El programa, con una periodicidad semanal, se emite todos los viernes a las 12 hs., en vivo, por Radio UNDAV, UNDAV TV y Facebook, y tiene como objetivo ser una síntesis semanal de noticias en torno a la pandemia.

En esta producción se realiza cada semana una entrevista a autoridades de la Universidad para que den cuenta del trabajo de las distintas áreas en el marco de la pandemia. Además, con el fin de garantizar la divulgación científica, el programa cuenta con una columna sobre distintas investigaciones de Universidades Nacionales Argentinas en torno al Covid-19. La cuestión de género también está presente en el programa, así como la emisión de contenidos culturales. Asimismo, en esta producción se puso de manifiesto el trabajo en red de las radios universitarias, ya que forma parte del programa una integrante de

la Radio Televisión de la Universidad de Extremadura, OndaCampus, como corresponsal en Europa.

Este programa, además, se emite en México a través de Radio ILCE, la radio del Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa, y de la señal educativa de televisión satelital mexicana Canal 15 Summa Saberes que integra la barra televisiva Espacio U, de la Unión de Universidades de América Latina y El Caribe (UDUAL).

Campañas de concientización

El compromiso social es un vector fundamental de la radio como medio de comunicación y de la radio universitaria en particular. En este sentido, desde la Dirección de Medios concebimos como un eje central la inclusión en los medios universitarios de campañas o spots de concientización social. Así, en virtud de las medidas de aislamiento decretadas por el Gobierno de la República Argentina ante la situación epidemiológica por el Covid-19, y tomando como eje la participación y la puesta en valor de la palabra de la comunidad universitaria, se pusieron en marcha campañas de concientización a través de las voces de los miembros de la Universidad que forman parte de la programación de la radio y la televisión. En el caso de la radio, el mismo día en que salió el Decreto del Gobierno Nacional en torno al ASPO, desde la emisora universitaria se convocó a las y los participantes de los distintos programas que conforman la grilla de Radio UNDAV a enviar mensajes de audio de concientización bajo la consigna "Yo me quedo en casa porque...", expresando allí lo que desearan. Esta acción dio como resultado las campañas *Radio UNDAV #YoMeQuedoEnCasa* que fue emitida en la radio y difundida, también, en las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram @undavmmedios así como en el canal de YouTube de UNDAV TV.

Asimismo, se incorporaron en la emisión de la radio, spots realizados desde la Asociación de Radiodifusoras de Universidades Nacionales Argentinas (ARUNA) con recomendaciones, medidas preventivas, información útil para usuarios y consumidores, y consejos de los organismos de salud y del Ente

Nacional de Comunicaciones (ENACOM), realizados en el marco de la pandemia.

El ASPO significó un aumento del riesgo para las mujeres en situación de violencia. Es por ello que emitimos las campañas de prevención y concientización sobre violencia de género de distintos organismos e instituciones. Incluimos spots realizados por una red federal de periodistas en articulación con la Fundación Huésped de Argentina que incluyen información útil para la atención y asistencia. También incorporamos un spot de la Red de Profesionales de la Salud por el Derecho a Decidir, que se realizó en el marco del Día Internacional de Acción por la Salud de las Mujeres, enviado a través de la Red Interuniversitaria por la igualdad de género y contra las violencias (RUGE). Además, elaboramos y adaptamos para radio la campaña realizada por el Equipo Interdisciplinario del Protocolo de Género de la UNDAV para informar y sensibilizar a la comunidad universitaria respecto de la violencia machista en entornos virtuales.

Rigor periodístico frente a la infodemia

Las radios universitarias continuamos trabajando con rigor periodístico en la búsqueda y transmisión de informaciones verosímiles respecto del Covid-19, sin espectacularización y garantizando el acceso a contenidos y fuentes oficiales. Un desafío frente a la infodemia, el caos informativo, la sobreinformación y la desinformación presente en el escenario del periodismo y la comunicación en este contexto. El impacto mundial de la pandemia, y la manipulación interesada de la información vinculándola con situaciones geopolíticas globales, llegó a cargarse de noticias falsas destinadas a atacar aspectos muy distantes respecto de lo que verdaderamente hay que comunicar. Desde las acusaciones cruzadas sobre el origen del virus hasta insólitos métodos de cura o formas de contagio, los medios dominantes se cargaron de repentinos especialistas que amplificaban noticias de dudosa veracidad y que, en muchos casos, consistían en operaciones de prensa destinadas a objetivos alejados de los de informar, brindar servicio y contribuir a la prevención.

Las radios universitarias, y en particular Radio UNDAV, trabajamos en

contenidos de consulta científica, en algunos casos compartidos y coproducidos junto a otras radios universitarias. Esa preparación previa, en otras temáticas, encontró a la radio bien preparada para enfrentar las noticias falsas o *fake news*. Las y los investigadores de nuestras universidades siempre han sido una fuente central de consulta en nuestra emisora y, durante la pandemia, la palabra de los científicos de la propia universidad y de organismos nacionales ha permitido sortear la falsedad informativa, no solo en las desmentidas fundamentadas rigurosamente, sino en el traslado a las transmisiones y las redes sociales, mediante un lenguaje sencillo y claro desde la voz de los investigadores.

Así, la radio universitaria cambió el contador de muertos en las grandes carteleras por la toma de conciencia en las y los ciudadanos para enfrentar el aislamiento obligatorio, el uso de transportes, el acceso a los alimentos y los trámites para acceder a servicios de salud, atención bancaria o a la ayuda estatal para los sectores más vulnerables.

En el caso de Radio UNDAV, fue premisa no contribuir al dramatismo de la multiplicación de contagios, sino enfocar la información, el servicio y la concientización en el seguimiento de las tareas de prevención y acción directa de los efectores de salud en los sectores con mayor riesgo de contagio; noticias de servicio para la ciudadanía; y la puesta en valor de la palabra de la comunidad universitaria en distintos ámbitos. La experiencia adquirida en el tratamiento periodístico de emergencias y catástrofes, a través del trabajo de la Defensoría del Público de la Ley de Servicios de Comunicación audiovisual, fungió como una herramienta clave para la redacción y presentación de la noticia y permitió adquirir nuevas formas de trabajo en la cobertura, a pesar de las limitaciones que la pandemia implica.

Radio UNDAV se ubicó, desde el momento mismo de las disposiciones gubernamentales en materia de cuidados y precauciones, en el lado verosímil de la información y en el respaldo de las fuentes de consulta en el caso de la necesidad de sostener las noticias y sobre todo para desmentir la falsedad informativa, que resulta un deber periodístico y humanitario irrenunciable, más

aún cuando se halla en juego la vida de las personas. Como emisora de una universidad pública, comprometida con el territorio y su comunidad, se estableció el rechazo a esa dinámica periodística que, en muchos casos, se tradujo en el efecto multiplicador de falsas noticias.

Bienes culturales y educativos

La Dirección de Medios también implementó distintas acciones para la difusión de bienes culturales y educativos a través de la radio universitaria. En ese sentido, se evaluó cómo adaptar las programaciones de la radio y la televisión en el nuevo contexto garantizando, por un lado, la difusión de aquellas producciones de la comunidad universitaria que fueran enviadas tanto por quienes integran las grillas como por otras áreas que se encuentran realizando producciones especiales en la pandemia; y, por otro, incorporando nuevos contenidos y realizando transmisiones especiales, tal como detallaremos a continuación.

Incorporación del programa *Seguimos Educando*

El 16 de marzo, el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN) y el Ministerio de Educación argentino firmaron un convenio marco para la producción y difusión de contenidos pedagógicos por parte de la Asociación de Radiodifusoras Universitarias Nacionales de Argentina (ARUNA), a la que pertenece Radio UNDAV; la Red Nacional de Audiovisuales Universitaria (RENAU), en la que se encuentra UNDAV TV; y la Red de Editoriales Universitarias Nacionales (REUN). Todas ellas, organizaciones interuniversitarias dependientes del CIN. El convenio tuvo como objetivo el acompañamiento a las medidas del Gobierno Nacional respecto de la situación epidemiológica del Covid-19. De esta manera, Radio UNDAV se unió al programa del Ministerio de Educación y Radio Televisión Argentina (RTA) *Seguimos Educando*, en el marco de este convenio para difundir en los medios universitarios contenidos educativos y garantizar el acceso a bienes culturales, en acompañamiento a las medidas del Gobierno Nacional.

Así, el viernes 20 de marzo, Radio UNDAV comenzó a incluir en su programación el segmento que Radio Nacional Argentina (RNA) dedica a *Seguimos Educando*. Para ello, se realizó el relevamiento de contenidos que consistió en revisar qué programas ponía a disposición RNA, tipos de contenidos, cantidad de producciones y duración en cada caso, y se armó una grilla de programación en emergencia con la disposición de los horarios en que debían ser programados los contenidos a incorporar. Se comenzó con la descarga y nomenclo de los contenidos y, siempre de manera remota, se cargaron y programaron en las computadoras de aire para su emisión. Hasta la fecha se emitieron los programas: *Leer es un placer y Contame una historia; Historias de Nuestra Historia y Decime quien sos vos; Nosotros que fuimos a Malvinas, Antártida Nacional y El eslabón perdido; Hay alguien ahí; y Mamá Rock*.

Producciones de la comunidad universitaria

Desde Radio UNDAV se continúan recibiendo, editando y programando contenidos con diferentes temáticas producidos por la comunidad universitaria.

Como ejemplo, podemos citar las producciones del *CUMI UNDAV 2020*, un ciclo de conciertos de músicos/as independientes en sedes universitarias de todo el país realizadas por la Secretaría de Extensión Universitaria a través del Programa Desarrollo de la Cultura Nacional y Latinoamericana de la UNDAV; o el ciclo de música y arte *La Chimenea* en el que además participan el Centro Universitario de las Industrias Culturales Argentinas (CUICA), y el Centro de Producción y Experimentación Audiovisual (CEPEA), estudiantes de las Licenciaturas en Artes Audiovisuales y en Gestión Cultural, y trabajadores de la UNDAV. En ambos casos, los ciclos fueron adaptados para radio y se grabaron artísticas de apertura y cierre para dar un marco al ciclo y los créditos a las y los actores intervinientes.

También podemos mencionar la articulación realizada con el Programa Transversal DERED Museos UNDAV, dependiente de la Secretaría de Investigación y Vinculación Tecnológica e Institucional, para la edición de las

obras sonoras y emisión en Radio UNDAV del ciclo *Otras Sonoridades*; o la incorporación a la grilla de los micros enviados por el programa *Con voz de cuentos*, como ejemplo de los contenidos enviados por la comunidad universitaria para la programación en emergencia de Radio UNDAV.

Transmisiones y contenidos especiales

En estos ocho meses de trabajo remoto, también se realizaron en Radio UNDAV transmisiones especiales tales como la solicitada por el Departamento de Humanidades y Artes de la Universidad, del ciclo de charlas *Conversaciones Orilleras* del que participaron destacadas personalidades de distintas disciplinas. Fueron 23 charlas que se desarrollaron entre el 23 de abril y el 3 de diciembre, realizadas con el propósito de reflexionar acerca de la escena contemporánea mundial como consecuencia del Covid-19, y que se emitieron los días jueves, en directo, por Radio UNDAV.

Además, se transmitieron en directo los 5 conversatorios del *I Encuentro Virtual de la RIU*, realizados entre el 27 mayo y el 18 de junio. Asimismo, se retransmitió la programación especial realizada el 3 de junio por la radio de la Universidad Nacional de La Plata en conmemoración del quinto aniversario de la primera marcha del colectivo feminista *NI UNA MENOS*; y a pedido del rectorado de la Universidad se transmitió la reunión del Consejo Superior realizada el 18 de junio en el marco del décimo aniversario de creación de la Universidad Nacional de Avellaneda.

Asimismo, desde la Dirección de Medios, se produjeron para la radio y la televisión de la UNDAV contenidos especiales en conmemoración del Día Nacional por la Memoria, la Verdad y la Justicia, el 24 de marzo; y del Día del Veterano y los Caídos en la Guerra de Malvinas, el 2 de abril. En el caso de la radio se realizaron también spots especiales por los aniversarios de ambos medios, radio y TV, celebrados en la semana del 4 al 8 de mayo, que rescataron el archivo histórico de la emisora testimonios y producciones realizadas a lo largo de 10 años.

También, desde Radio UNDAV, se realizaron corresponsalías para las emisoras asociadas a ARUNA con información sobre las actividades especiales, modalidades de cursada e información útil para estudiantes y trabajadores de la UNDAV, y noticias locales del partido de Avellaneda.

Asimismo, conmemoramos desde la radio universitaria los 100 años de la radiofonía argentina, celebrados el 27 de agosto, con una emisión en vivo, de manera virtual y en el marco de la pandemia, por Radio UNDAV, UNDAV TV y Facebook Live.

Párrafo aparte merece la producción y emisión desde Radio UNDAV del programa de la Radio Internacional Universitaria, red de redes, llamado *Mundo RIU*. Se produjeron y realizaron los primeros dos programas conducidos por el director de Medios de la UNDAV con la participación en directo de integrantes de las radios universitarias: Unicauca Estéreo de la Universidad del Cauca, Colombia; Radio Universitaria de la Universidad de La Serena, Chile; Concepto Radial del Instituto Tecnológico de Monterrey, México; Onda Campus de la Universidad de Extremadura, España; UNI Radio de la Universidad de la República, Uruguay; UCSC Radio de la Universidad Católica de la Santísima Concepción, Chile; Radio de la Universidad Autónoma de Chihuahua, México; y Radio de la Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil.

Difusión y producción científica

Desde la Dirección de Medios de la UNDAV, continuamos durante la pandemia analizando, reflexionando y difundiendo el trabajo de los medios universitarios.

En este sentido, realizamos diariamente acciones de difusión a través de la elaboración de posts en redes sociales sobre publicaciones que hemos realizado tales como libros de la *Colección Radio Escrita*, realizada junto a UNDAV Ediciones; de la elaboración de nuestras propias gacetillas de prensa sobre las actividades de gestión, los contenidos y las acciones de Radio UNDAV y UNDAV TV en la pandemia, y también artículos para el Periódico *Con Información* de la Universidad, elaborado

por la Dirección de Prensa, entre otras acciones de comunicación que podemos mencionar.

En el ámbito académico y científico, participamos activamente de jornadas, encuentros, congresos y publicaciones. En estos ocho meses, hemos intervenido como expositores virtualmente en el *Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento* de la Universidad de Sevilla con una ponencia sobre la experiencia de los medios de comunicación de la UNDAV y hemos redactado un artículo para la publicación de dicho Congreso; también hemos publicado artículos en los especiales de la revista científica *Question/Cuestión* de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) sobre comunicación en la pandemia; y 100 años de la radio en Argentina. Asimismo, hemos participado en la organización del *I Encuentro Virtual de la Radio Internacional Universitaria (RIU)*, red de redes, en la que Radio UNDAV ocupa la vicepresidencia, y asistido virtualmente a las jornadas celebradas entre el 27 de mayo y el 18 de junio bajo el título *Las radios universitarias en la pandemia*. También participamos en el *I Encuentro Virtual de Productores de Radio* organizado por la emisora universitaria Concepto Radial de México, exponiendo el trabajo de producción de nuestra radio en el marco de la pandemia. Finalmente, podemos mencionar también la participación de los operadores técnicos de Radio UNDAV, del *Taller de gestión de documentos sonoros*, organizado por el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), con sede en México. Asimismo, en el mes de agosto expusimos en el webinar "La alternativa podcast para comunicar en tiempos del Covid-19" organizado por el Consejo Superior Universitario Centroamericano (CSUCA) para comunicadoras y comunicadores de la *Red Comunica* que afilia a 24 universidades de Centroamérica.

Apuntes a modo de conclusiones

En el contexto de la infodemia, en estos ocho meses, imágenes y testimonios de Argentina y desde países hermanos de Latinoamérica, verdaderamente dolorosas, conformaron un muestrario de impacto espectacular pero superficial que parecieron conformar parte de la lógica de la sociedad de la información y los intereses de sus actores (países poderosos,

organismos de crédito o empresas tecnológicas) entramando un panorama informativo muchas veces indolente con la sensibilidad y el sufrimiento de vastos sectores del mundo.

La radio universitaria decidió informar, brindar servicio y concientizar, sin apelar a la exhibición de un contador de víctimas o narrativas sonoras de espectacularización de la información. En el caso de Radio UNDAV, los consejos de las áreas de salud se transformaron en un servicio informativo y una forma de acercamiento a la toma de conciencia ante la gravedad y velocidad del riesgo de contagio. Destacando, en todo momento, que el suceso no alcanzará soluciones personales o meritorias, sino que sólo la comprensión solidaria puede ayudar a salvar vidas. El servicio por naturaleza e idiosincrasia en la radiodifusión argentina suele verificar en la esfera de los medios privados una tendencia hacia la espectacularidad, privilegiando el impacto de la novedad por sobre el acompañamiento. Los medios alternativos, entre ellos la radio universitaria, deben ocuparse de la realidad acudiendo a fuentes veraces y destacar la gravedad de la pandemia sosteniendo al mismo tiempo las recomendaciones que, con rigor científico, proponen las autoridades, bajando el nivel de impacto o show periodístico al terreno de la asistencia a los ciudadanos, entre ellos la propia comunidad universitaria y el entorno inmediato, donde además la propia universidad trabaja en forma de voluntariado o con sus carreras afines a la salud. Temas que, por otra parte, son invisibilizados por los medios dominantes o hegemónicos. De esta manera, se dispuso, como hemos visto, un servicio informativo centralizado en la cobertura de la pandemia con la inclusión de material riguroso para crear conciencia en la comunidad así como otros contenidos enfocados en la información y el servicio público.

Radio UNDAV, como sus hermanas de otras universidades, ha asumido el rol de vector ineludible para que a las normativas de excepción que plantea la pandemia, las acompañe la ponderación que cada persona debe realizar sobre su cuidado y responsabilidad social. No es tarea sencilla, las costumbres arraigadas, sobre todo las que suponen acciones colectivas, deben ser abandonadas y, muchas de ellas, requieren las reiteraciones de consejos para el

comportamiento en nuestro país. En el caso de Radio UNDAV, se tradujo en contenidos claros y concretos desde la higiene de manos, hasta la prohibición de compartir el mate, tan arraigado en nuestra sociedad. Y de ese modo, concientizar en torno a que hasta que no exista una solución científica y médica, tratamientos o vacunas, está en nuestro comportamiento ciudadano la responsabilidad del cuidado y las formas de poner barreras ante el riesgo de contagio.

Continuar con el trabajo de la radio universitaria en la pandemia, y en aislamiento, es una tarea que ha requerido esfuerzos extras y gran dedicación por parte de cada uno de los trabajadores de la Dirección de Medios. Diariamente nos enfrentamos a dificultades para el desarrollo del trabajo, tanto técnicas por falta de herramientas en el ámbito doméstico, cortes de luz o del servicio de Internet; como con diferentes realidades de los recursos humanos que hacemos la radio y la televisión universitaria; con distintas situaciones familiares a las cuales debemos adaptar el trabajo para gestionar, coordinar y planificar la tarea que realizamos diariamente.

A pesar de estas cuestiones, intentamos establecer horarios y protocolos de trabajo, y mantener a los compañeros informados de las acciones o actividades. Y, diariamente se descargan y actualizan contenidos de la emisora, y se programan y automatizan de forma remota para su rotación en el aire y su emisión por *streaming*, al mismo tiempo que se realizan el resto de acciones de producción y articulación para la emisión de la programación de Radio UNDAV en la pandemia. Esto requiere un tiempo extra, un compromiso y una adaptación que exceden los convenios colectivos de trabajo y que demuestran el compromiso de los trabajadores en esta emergencia, aún en situaciones de incertidumbre y ansiedad que muchas veces convierten las actividades diarias en una tarea difícil, a la que se dedica incluso más tiempo e intensidad que en las condiciones laborales habituales.

Por otra parte, se evidenció en estos momentos la importancia de la convergencia digital. Las redes sociales, Internet y los dispositivos móviles, reafirman hoy su potencial como herramienta para continuar con la

comunicación y la difusión de los contenidos de la radio y la televisión. En tiempos donde los medios, y sobre todo los medios universitarios, son necesarios por informar desde una comunicación inclusiva, democrática y alternativa, integrando las voces de la comunidad universitaria, actores políticos y del territorio y extenderla a la sociedad en general.

Así, Radio UNDAV sigue al aire, a través de Internet y las redes sociales con contenidos especiales y programaciones en emergencia, informando, comunicando, concientizando, difundiendo bienes culturales y garantizando el derecho a la educación, a partir de las fuentes oficiales y científicas; e incluyendo las voces de estudiantes, docentes, investigadores, trabajadores de la universidad y actores de la comunidad.

Desde la Dirección de Medios de la UNDAV, aún en la pandemia, continuamos gestionando los medios de comunicación universitarios en su doble vertiente, no solo como herramientas de comunicación, sino también como espacios que conjugan un fuerte compromiso con la educación y el aprendizaje, una función de servicio público con responsabilidad periodística y compromiso social. Que garantizan la apertura a la participación en ellos de toda la comunidad universitaria, que visibilizan temas y actores tradicionalmente invisibilizados por los medios hegemónicos, permitiendo un tratamiento diferente y en profundidad, no solo de las actividades universitarias sino también de los temas coyunturales de actualidad informativa, en este caso, vinculados a la pandemia por el Covid-19.

Referencias

AGUADED, J. I. y CONTRERAS, P. (org.). **La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática**. A Coruña: Netbiblo, 2011.

ÁLVAREZ VILLA, A. y RAMÍREZ QUERALT, A. Los objetivos de las emisoras de radio universitarias a través de su programación. En **II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria**, Granada, 2005. Disponible en <http://dialogo.ugr.es/cicu2005/com/com-36.pdf>

CASAJÚS, L. **Rádios universitarias y redes sociales**. Tesis Doctoral. Universitat Jaume I, España, 2015.

DIDO, J. y BARBERIS, S. **Rádios universitarias. Principios, funciones, objetivos**. Universidad

Nacional de La Matanza. Buenos Aires: Editorial UNLAM, 2006.

ENTE NACIONAL DE COMUNICACIONES (ENACOM), **Divulgación de información falsa**, 19/03/2020. Disponible en https://www.enacom.gob.ar/noticias/institucional/comunicado--divulgacion-de-informacion-falsa_n2226

GALLEGO PÉREZ, J. I. **Podcasting: distribución de contenidos sonoros y nuevas formas de negocio en la empresa radiofónica española**. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid, Facultad Ciencias de la Información, 2009.

KISCHINHEVSKY, M. **Rádios y medios sociales. Mediaciones e interacciones radiofónicas digitales**. Editorial UOC, Barcelona, 2017.

FARIZANO, A. E. El contacto con la realidad local, el eje de la sustentabilidad de la radio universitaria. En: O. BOSETTI y R. HAYE (org.), **Encrucijadas del nuevo milenio: radio, comunicación y nuevas tecnologías** (pp. 111-122). Avellaneda, Argentina: UNDAV Ediciones – ARUNA, 2016.

MARTÍN PENA, D. **Rádios universitarias en España: plataformas de comunicación interactiva y redes de colaboración**. Tesis doctoral. Universidad de Huelva, 2013.

MILITO, C. y CASAJÚS, L. Las radios universitarias argentinas en Internet: relevamiento, desarrollos, modelos y enfoques. **Question**, 1(30), 2011. Disponible en <https://goo.gl/5h6qWF>

ORIHUELA, V. La radio universitaria y sus canales digitales de comunicación al servicio de la comunidad en casos de desastre natural. En: MARTÍN PENA, D. y VIVAS MORENO, A. (org.). **Rádios Universitarias en Marcha**. Avellaneda, Argentina, UNDAV Ediciones, 2018.

SEGURA ANAYA, A. Divulgación científica en las radios universitarias españolas. En **Edmetíc**, 3; 44-60, 2014. Disponible en: <https://www.uco.es/ucopress/ojs/index.php/edmetic/article/view/2880>

VÁZQUEZ GUERRERO, M. **La radio universitaria en México y España. Estudio de la participación y formación de los jóvenes**. Tesis. Universidad Pompeu Fabra, 2012.

Laboratory radio and community communication initiatives

Rádio laboratório e iniciativas de comunicação comunitária

Laboratorio radial e iniciativas de Comunicación Comunitaria

Fernando Oliveira Paulino, Mariana Ferreira Lopes e Madalena Oliveira

Abstract

The research analyzes practices from the Community Communication Laboratory Radio (Ralacoco), part of ComCom Project. Created in 2001, Ralacoco has had a history of technological experiences. Since then, it has sought to carry out activities through workshops and content production. The initiative has explored media convergence tools to promote communication experiences with and for diverse audiences. This analysis is based on participatory research, stimulating the reflection on the activities developed. The outcomes have revealed that the use of a wide range of forms to communicate contributes to social mobilization to the extent that they become instruments to promote experimentation, communication and scientific dissemination, which is so necessary in times of *infodemic*.

Keywords: Community Communication; Internet; Social Mobilization

>> **Informações adicionais:** artigo submetido em 5/3/2021 e aceito em 28/4/2021

>> Acknowledgements

This paper was concluded during the activities of the project "Communication and democracy: media accountability, public service media, internet access and the right to information in Germany and Brazil", which is supported by the Probral, Brazilian-German academic cooperation program CAPES/DAAD. The paper count on with the contributions of Renata Gomes, Milena Marra, Juliana Soares Mendes, Thais Ellen da Silva Rodrigues and Débora Damasceno Silva.

>> Como citar este texto:

PAULINO, Fernando Oliveira; LOPES, Mariana Ferreira; OLIVEIRA, Madalena. Laboratory Radio and Community Communication initiatives. *Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora*, Mariana-MG, v. 12, n. 01, p. 161-179, jan./abr. 2021.

Sobre os autores

Fernando Oliveira Paulino
paulino@unb.br

<https://orcid.org/0000-0002-4946-0513>

Doutor em Comunicação e professor da Universidade de Brasília (UnB).

Mariana Ferreira Lopes
flopes.mariana@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-7994-0086>

Doutora em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista Júlio Mesquita Filho (Unesp) e pesquisadora na Universidade de Brasília (UnB).

Madalena Oliveira

madalena.oliveira@ics.uminho.pt
<https://orcid.org/0000-0001-8866-0000>

Doutora em Comunicação e professora da Universidade do Minho, em Portugal.

Resumo

A pesquisa analisa as práticas da Rádio Laboratório de Comunicação Comunitária (Ralacoco), parte do Projeto ComCom. Criado em 2001, o Ralacoco tem um histórico de experiências tecnológicas. Desde então, busca realizar atividades por meio de oficinas e produção de conteúdo. A iniciativa tem utilizado ferramentas de convergência de mídia para promover experiências de comunicação com e para públicos diversos. Esta análise é baseada na pesquisa participativa, estimulando a reflexão sobre as atividades desenvolvidas. Os resultados revelaram que a utilização das mais diversas formas de comunicação contribui para a mobilização social na medida em que se tornam instrumentos para promover a experimentação, a comunicação e a divulgação científica, tão necessárias em tempos de *infodemia*.

Palavras-chave: Comunicação Comunitária; Internet; Mobilização Social.

Resumen

La investigación analiza las prácticas de la Radio Laboratorio de Comunicación Comunitaria (Ralacoco), parte del Proyecto ComCom. Creada en 2001, Ralacoco tiene una historia de experiencias tecnológicas. Desde entonces, busca realizar actividades a través de talleres y producción de contenidos. La iniciativa ha utilizado herramientas de convergencia de medios para promover experiencias de comunicación con y para diferentes públicos. Este análisis se basa en la investigación participativa, estimulando la reflexión sobre las actividades desarrolladas. Los resultados revelaron que el uso de las más diversas formas de comunicación contribuye a la movilización social en la medida en que se convierten en instrumentos para promover la experimentación, la comunicación y la divulgación científica, tan necesarias en tiempos de *infodemía*.

Palabras clave: Comunicación Comunitaria; Internet; Movilización social.

Introduction

The purpose of this paper is to analyze practices from the Community Communication (ComCom) Project (www.comcom.fac.unb.br), mainly through Community Communication Laboratory Radio (Ralacoco) initiatives, which aim to promote the right to communicate through open source journalism (TARGINO, 2009) and media activism (CARROLL & HACKETT, 2006). According to Carroll and

Hackett, a variety of actions can fall under this concept. Other authors, moreover, regard media activism as “organized ‘grassroots’ efforts directed to creating or influencing media practices and strategies, whether as a primary objective, or as a by-product of other campaigns” (2006, 84). Thus, the availability of do-it-yourself radio tools in the hands of non-professional communicators can change the characteristics of media production and consumption. The main values become public interest, pluralism and local issues, instead of themes proposed due to commercial constraints. This is why we see a shift of power, favoring media democratization and the resistance of organized groups and communities. Communication tools being accessible – stemming from media convergence – allows these people to practice open source journalism, which values participation and community collaboration in the news making process.

The Project at University of Brasilia (UnB) includes not just the Community Communication Laboratory Radio (Ralacoco), but also the web radio server Dissonante (dissonante.org), undergraduate Community Communication activities and the research group “Community Communication and Citizenship”. The motivation for the research presented in this text originated from debates about use of ComCom’s social media accounts and with this stimulation, this paper aims at: a) evaluating the performance of the Ralacoco, b) presenting a conceptual perspective, c) analysing the radio’s profile on the Facebook page of “Programa Comunicação Comunitária – ComCom” (Community Communication Project) (www.fb.com/comcomunb), and d) examining recent experiences developed by the audio program “PapoUnBês” (“Conversation in the language of the UnB” in a free translation into English), a program broadcasted via Ralacoco since 2019.

The choice to focus on these particular activities is justified by their popularity: it includes the audio of an interview that was accessed hundreds of times³¹, a profile on Instagram with thousands of followers³² and the availability of the audios via internet³³.

31. The interview was hosted on Radiotube# (www.radiotube.com.br).

32. <https://www.instagram.com/unbcast/>

33. <https://open.spotify.com/show/oGUYXwGMrYMIovBJo5MY6E>

Taking into account the current Covid-19 pandemic situation, the paper also makes a connection between the debate about the Laboratory Radio as space of the experimentation and possibilities to be tool of promotion of health and the infodemic management, topic still more important as the consequence of the coronavirus effects (EYSENBACH, 2020).

Community Communication Program and Ralacoco, the Laboratory Radio

In order to analyze the experience of Ralacoco, a reflection on the concept of Community Communication is required. It must take into account the contemporary application of that concept, and investigate its origins and the origins of associated ideas, such as Popular Communication and Alternative Communication. It is also important to consider the definition of the term, especially in a Latin American context. Cicilia Peruzzo (2008) has contributed to this discussion by describing the concepts used in this paper. In her words, popular communication, from its outset in the 1970's and 1980's, has been intrinsically and politically related to "a form of expression used by disadvantaged segments of population, which seek to meet their survival needs and their need for political participation, and to establish social justice" (PERUZZO, 2008, p. 368). Community communication, thus, originates in social movements and these kinds of initiatives usually include what is not visible in major media outlets, because they focus, prioritize and cater to the needs of the more disenfranchised segments of society, encouraging their right to communicate (PAULINO et al, 2017).

The concept of community communication describes a type of communication performed by people concerned with representing a segment of the society that forms a community. This community might not be considered only in geographic terms but it does share events and occupations. In Brazil, community communication may be understood as being conceptually similar to the terms alternative, participative, participatory, horizontal, dialogical and

radical communication. Nevertheless, the term has had its impact diluted in recent days, mainly because “mass media has assigned the word ‘community’ to some of its content. It is clear, therefore, this term might refer to different processes, making its use problematic” (PERUZZO, 2008, p. 369). According to Heather Anderson, “community radio strongly identifies as a social movement” (ANDERSON, 2017, p. 253). On the other hand, in some more disadvantaged social and cultural contexts, they are associated with collective demands for changes in standards of living, forms of government, and other concerns and motivations (PERUZZO, 2008).

For the purposes of this paper, the term community communication is used in consonance with the concepts of media activism and the importance of social media in processes of popular emancipation and mobilization, which seek to meet survival needs and need for political participation, to establish social justice, and to disseminate culture and democratize information and communication.

William Carroll and Robert Hacket (2006) relate media activism to different initiatives and ideas devised by grassroots movements to try to change and/or influence mass media, even though this might not be their primary objective. As an example of this, researchers such as Danielle Maciel (2012) have suggested observing the role of so-called New Information and Communication Technologies (NICT) in the activities of social movements during events such as the so-called “Arab Spring”, which occurred in Tunisia, Egypt, and Libya. It is also mentionable the fact that, more recently, social media, especially Facebook and WhatsApp, have been used to ideate, organize, and ultimately stage protests:

[...] we believe that political action based on media, which, from our point of view, originated in the 1999 anti-globalization demonstrations organized by the Peoples’ Global Action and is still significant, is a topic to be analyzed: media activism. (MACIEL, 2012, p. 8)

These reflections are conducive to an analysis of everyday life and of digital tools, of which analysis a more diverse spectrum of political views and alternative content may arise. Following this, users and consumers might not

confine themselves to the role of receivers; it is possible for them to take over as protagonists and sources of information and opinion. Moreover, it is more possible in current times to take part in the production and distribution of information. The Internet has intensified the participation of people not closely related to communication. According to Targino (2009), the world wide web has allowed users to perform some of the functions of advertisers, and ordinary people have been able to edit and manage virtual spaces, which was a function exclusive to businessmen and experts. There is now room for more diverse voices to discourse.

In this context, between NICTs and social media, there are blogs, podcasts, vlogs, web radios, and social media websites themselves, broadly exemplified by Facebook, YouTube and WhatsApp. There are diverse ways of producing, cataloging, and transmitting information, which enable the creation and development of an even bigger variety of spaces for collaborative communication. They are signs of an expanding informational web that, according to Targino, can be seen as associated with a “web journalism that is spreading, favoring the emergence of citizen journalism” (TARGINO, 2009, p. 58). According to the author, this citizenly journalism may be understood as the open source practice of a participative journalism counting on individuals and groups who have an opinion on several different topics.

Some concepts establish the difference between a more “traditional” use of the internet and new ways that stimulate collaboration, interaction and participation of groups and individuals. It follows from these concepts that the “appropriation of new communication technologies and a clearer incorporation of the principle of the human right to access to information” (PERUZZO, 2008, p. 373) may arise. Taking into account common people’s importance to the creation and consumption of content, it is possible to say that interactivity is key to the Internet users’ right to opinion. Interactivity boosts Internet users’ participation, allowing them to express opinions, vote, produce text, video, audio and other media. Through web journalism, it is possible to articulate different media simultaneously, and from this users obtain an ever more dynamic

informational experience. Media convergence is incorporated into people's daily lives to such an extent that they are immersed in flows of production and distribution of, and access to audio, video, text, images and charts in different formats and extensions.

Over recent years, we have witnessed the emergence of interrelations between different media. It is noticeable nowadays that, beyond convergence, a symbiotic relation between media and tools of communication has evolved. This means different media have been associated in a way that makes it difficult to keep them apart. According to Pellanda (2003, p. 3), "when the original language of a certain conventional media, such as radio, enters a space like the Internet, to which other media have already been incorporated, a natural interaction between them occurs".

Taking into account the aforementioned theoretical concepts, it can be said that diverse social movements (among them, those created in student, political, religious, and NGOs' environments) have nowadays more chance to stimulate practices related to a diversified communication if compared to media outlets more tied to other private interests, be they political or economic (GANTER & PAULINO, 2020). Many experiences have contributed to the creation of different nomenclature and views regarding communication in favor of communities (KAPLÚN, 2007). Gabriel Kaplún categorizes this communication as alternative, citizenly or educational, in reference to the dialogue the open transmission of information to the public promotes.

More often than not, traditional and business-oriented media do not make room for the working classes to express themselves and their demands. These media do not open up for educational and cultural initiatives developed by disadvantaged communities. There might be an outlet for these initiatives in the content of community media, which promotes people's voice and autonomy, even by using social media to produce, distribute, and provide access to content. This situation, on the one hand, contributes to the conditions and incentives for the use of alternative tools to the mainstream, such as the use of social media. On the

other hand, it must also be viewed critically because platforms such as Facebook and WhatsApp are also driven by significant commercial interests and do not necessarily offer transparency and accountability about their motivations and actions (VAIDHYANATHAN, 2018; KEEN, 2012).

Ralacoco, Internet, and Community Communication

Since the creation of the University of Brasilia (UnB) in 1962, there was a promise of a broadcast channel license to the institution (PAULINO & SILVA, 2013). As one of the consequences of the military coup in 1964 and for being in the Brazilian capital, the UnB suffered a direct intervention and continuous monitoring of its activities until 1985³⁴. In the period of the redemocratization, professors, workers, students and artists organized action in favor of the creation of the Radio UnB, but the possible channel for this was conceded from the Federal Government to the Federal District Government. This absence of a university radio in the Brazilian capital's most important university has been felt in the activities of the teaching staff, workers and students associations. Between 1998 and 1999, a group of students created and operated "Outra FM" (Other FM). Without institutional support, this experience did not survive. Two years later, Ralacoco appeared.

The Community Communication Laboratory Radio³⁵ (Ralacoco) came into existence because of the need for such a communicative media outlet. With the support of the Lecturers' Union (ADUnB), Ralacoco was initially created to disseminate news of the workers and lecturers' strike that took place at the University of Brasilia in 2001 (PAULINO & ARRUDA, 2017). At the end of the strike,

34. More information about it can be read at the report developed by the Anisio Teixeira Commission about Memory and Truth that analysed Human Rights transgressions in the UnB from 1964 and 1988. The report is available at: http://www.comissaoverdade.unb.br/images/docs/Relatorio_Comissao_da_Verdade.pdf.

35. The creation of the Laboratory Radio did not exhaust the debate and the need of one University Radio in the University of Brasilia. Unfortunately, a lot of institutions in Brazil, universities or not, have founded difficulties to create or to manage the experiences as sustainable initiatives. More information about the challenges for the exercise of the right of communication can be found in PAULINO & GUAZINA, 2020. Proposals to fill the gaps in the Communication of the University of Brasilia, including the project of the University Radio, are available at: <https://noticias.unb.br/76-institucional/686-reuniao-por-comunicacao-integrada-na-unb>.

the people involved with the actions decided to continue the activities, connecting and updating the initiative through initiatives in teaching, research and community outreach (MENDES, 2006).

Since its inception, Ralacoco has sought to be open and diverse, a channel for the democratization of communication. Today, Ralacoco contents are hosted on the web radio server Dissonante. Both projects, Ralacoco and Dissonante, fall within the Brasília University's Community Communication Project (ComCom), which is also responsible for the activities of the Comunicação Comunitária (Community Communication), and Comunicação Comunitária 2 (Community Communication 2) courses. These courses' syllabuses include topics on social mobilization and field work in regions like Planaltina, 40 km from Brasília downtown. Different people have taken part in these activities, such as disadvantaged community members, community radio and TV stations people, women's associations, groups for the promotion of cultural heritage and academic organizations.

Dissonante Project was created by Pedro Arcanjo Matos and Leyberson Pedrosa, as a Communication graduation project³⁶ for the University of Brasilia. Their main objective was to create a channel to promote free communication, using low cost technology. Web radios have some advantages over other types of radio: they are much less bureaucratic to operate, for example – no prior legal authorization is required. In the case of Dissonante, the team stresses only the importance of following the acceptable use policies. The Dissonante rules define, for example, the need that users may not violate human rights or let opinions or groups take precedence over others. The basis of the Dissonante follows the contents and reflections in contact with the colleagues and with coordination of the ComCom Project during regular meetings and semester evaluations. The team is composed with the participation of lecturers, workers and students. The people from outside have the opportunity to manifest their perspectives especially during the evaluation of the activities. Other important

36. <https://bdm.unb.br/handle/10483/1719>

moment for the dialogue and accountability of the Project happens during the “Semana Universitária” (“University’s Week”), when the coordination organizes public debate and workshops about the procedures and contents³⁷.

It is important to mention in this context that Projeto Dissonante (Dissonante Project), a free radio web server and one of the initiatives within the Community Communication Project, has undergone changes continuously. After restyling its visual design, Dissonante’s coordinators created a technological application to be embedded in their web page (www.dissonante.org) and in their social media, such as Twitter³⁸ and Ask.fm³⁹. A mobile version of the application, compatible with tablets and smartphones, was also created. Moreover, the Project’s website was made easier to browse, which allowed it to become a direct channel for demands and suggestions regarding different projects. Before these changes, requests for projects were made by e-mail to the Project’s coordination. This functionality has not been discontinued, but the tendency is that in a short time all the requests will have to be made through the website. Dissonante Project and Ralacoco are part of the Community Communication Program (ComCom). Both make use of a variety of social media, such as Instagram⁴⁰, Facebook⁴¹, Youtube⁴², and Radiotube⁴³. Social media allows ComCom’s projects to reach its target audience more easily, which might stimulate a more active involvement from students, community leaders, and society. This perception about the expanded radio (KISCHINHEVSKY, 2016) shows more possibilities to create and share the contents because the radio, in the current times, can be accessed in the Internet alive by streaming or on demand (podcasting) through cell phone, computers (desktops and notebooks) and, including, via pay TV, more independently of place and time.

³⁷More information about the “Semana Universitária” is available at:

<http://www.dex.unb.br/semanauniversitariaunb>. The next edition is inspired by the activities of Paulo Freire’s centenary

³⁸. <https://twitter.com/sejadissonante>

³⁹. <https://ask.fm/projetodissonante>

⁴⁰. <https://www.instagram.com/comcomunb/>

⁴¹. <https://pt-br.facebook.com/comcomunb>

⁴². <https://www.youtube.com/user/ComComunitaria>

⁴³. <https://www.radiotube.org.br/meuperfil-170>

Since Ralacoco's inception, in 2007, technology and tools have changed, and Dissonant has evolved alongside them, not letting go of the objective of being a dialogical, horizontal channel of communication, and taking advantage of changes in technology. A good example is that a free software called Broadcast Using This Tool (BUTT) is being used to stream audio OGG⁴⁴ and MP3 files. Because it is a free software, BUTT fits the server's specifications exactly, which is aimed at cooperation and community, and is an intuitive software, easy to use.

The motivation for the research presented in this paper originated from the many debates over the importance of making better use of ComCom's social media accounts. That is to say the authors of this paper are involved one way or the other in producing content for the program's Facebook page (www.fb.com/comcomunb), and also use that social media themselves. According to Barbier (2007), since the researchers are members of the research group, their participation can be categorized as complete participant observation. Another way of categorizing this participation is by research-action, a method that relies on a responsive attitude towards others. It is based on the researcher's attachment to a collectivity; and a dialogical attitude is required of him on each stage (outlining the problem, planning, theorization and evaluation). It is a necessary attitude in order to allow researchers and subjects the possibility to discuss each stage's result, which results in a spiral approach (BARBIER, 2007). This dialogical perspective is complemented by the possibility of response on Facebook, through users' comments or even through the data concerning access to the *fan page*. And, to Facebook's data, it is possible to add the information that comes from Radiotube, which disseminates multimedia content and gathers initiatives on production and distribution of, and access to audio content. All the interactions and manifestations of the public are analysed by the coordination of the project and subsidize the teaching, research and extension activities that are evaluated through reports and information sent to the Dean of Extension at the University of Brasilia.

44. Free extension for audio files.

Sharing different media – images, sounds and written words – offers users with a more diverse experience. The experience of embedding audio content to such a popular social media as Facebook helped make the contents and ComCom itself more visible. That is to say that the relationship between communication source and receiver creates possibilities for collaboration, feedback and mutual growth. By not dividing the roles between producers and consumers of information, the current state of communication offers to the receiver more possibilities for interactions than they usually have with other media, and a more important role in the process of communication. Feedback from users, for example, is an important instrument for improving and showcasing audio contents produced and published by the page. Moreover, the public is encouraged not just to access, but to produce and share contents using the available tools. This principle can even be seen in the relationship with university students, who often start the relationship with the project as listeners and then become content producers. Thus, there is a concrete possibility that Ralacoco will serve as a laboratory for the right to communication and for professional training, on the one hand. At the same time, the coordination of the project has the responsibility and the challenge of permanently stimulating student participation because, as their courses have a limited period of time, they may leave the Project at some point, although there are significant cases of graduates who remain linked as graduate students or volunteers in the initiatives.

As of June 2015, Community Communication Program's fan page has had 2,177 likes. Data from the website indicates that posts related to Ralacoco are among the most popular. It can be said that they generate most of the fan page's traffic. The chart below presents the statistics for the time frame chosen by the researchers:

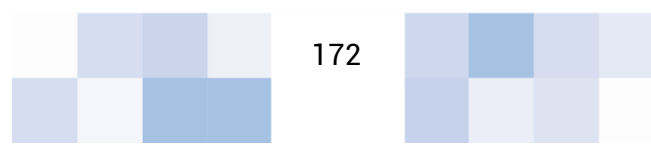




Figure 1: Chart of www.fb.com/comcomunb likes between September and November, 2014

The interview with the poet and journalism student, Letícia Leal, was one of the posts to become popular and attract readers. It reached more than 2000 users and caused a great impact on the page. It became an example of how incorporating different media has the potential to draw people's attention. In this particular case, the content was related to poetry, which added yet one more specific language: the poetic one.



Figure 2: interview: Poesia de Garagem
Produced by: Thais Rodrigues

The interviewee being a UnB communication student helped promote the interview among UnB students, and as a consequence it was shared more

widely. This dissemination is due to the proximity between audience and producers of content, which generates news value. The choice of culture-oriented content corroborates Peruzzo's (2008) ideas: community communication may include ludic and intuitive practices and remain socially conscious.

The “Papo UnBês” UnB Chat Program: protagonism and scientific experience through Laboratory Radio

The “Papo UnBês”⁴⁵, in English “Conversation in the language of UnB”, is a podcast that was created by the initiative of the students of the University of Brasília Nicolly Prado and Renata Gomes, from the public call for audio production by the Ralacoco studio, in September 2019. The project's initial proposal was to produce content for the public internal and external at UnB in order to inform and entertain, based on the three pillars of higher education – teaching, research and extension – present in the Federal Constitution of 1988 (BRASIL, 2018).

The first season aimed to produce service content, to facilitate access to information for undergraduate and graduate students. With that in mind, episodes like “What the hell is a DCE?” (published in October 2019) to address the Central Union of Students (DCE) and explain their obligations and duties, “UnB Internacional” (published in November 2019) to elucidate the selective exchange process promoted at UnB, and “Student Assistance” (published in March 2020) with the aim of facilitating access to information on assistance projects for low-income students at the university.

In addition, the initial season of “Papo UnBês” featured a series geared towards students just entering higher education. The “Freshman Special” featured six episodes of up to 20 minutes in length and explained how to get the student card and its uses, how to locate yourself at the university and how to register and enroll in subjects.

45 . These contents are available at: <https://open.spotify.com/show/oGUYXwGMrYMIovBJo5MY6E>

The second season of the podcast began in October 2020 and was produced entirely during the Covid-19 pandemic by remote means. The season sought to move away from the main theme of practical and everyday services, and to dive into the theme of research and promote scientific dissemination. Bueno stresses that the dissemination of science is about the “process of transmitting scientific, technological information or associated with innovations that have as audience the common citizen, the non-specialized person, the lay person” (BUENO, 2014, p. 6).

In general, the experience of producing the program (and podcast) in the Ralacoco was an interesting experience of using New Technologies of Information and Communication to bring relevant and quality content to the local community of the University of Brasília. The production process itself brought a series of benefits to the producing students, who were mostly students from courses other than Social Communication and were then able to have contact with the experience of media creation. In addition, the audience that accompanied the program presented a positive response to the content. An example of this is that the podcast's Instagram, @unbcast⁴⁶, has become a center for searching and exchanging information. Students from different courses and age groups felt the freedom to send questions about the most diverse subjects related to the university day-to-day life.

The production of the contents during the pandemic period also brought reflections and concerns about what can be the role of the Laboratory Radio to promote information and health inside and outside the university. For this, it has been fundamental to think about measures to analyze and prevent infodemic effects.

According to the World Health Organization⁴⁷, WHO, *infodemic* is a phenomenon characterized by the abundance of information in an epidemic situation. As these data are not always true, accurate and of quality, often characterized as disinformation, *infodemia* undermines the effective fight against

46. <https://www.instagram.com/unbcast/>

47. Information available in the World Health Organization (WHO) website: <https://www.who.int/teams/risk-communication/infodemic-management>

diseases by generating both confusion about health information and distrust about the emergency responses adopted by the institutions and managers. Although it is not a recent phenomenon, it is certain that new communication technologies and the global proportion of Covid-19's emergency situation tend to potentiate their consequences (TANGCHAROENSATHIEN et al., 2020).

The effective response to the fight against *infodemia* unfolds in different dimensions that converge to affirm the urgency and the need to promote quality information based on scientific evidence, anything which the Laboratory Radios and other University initiatives should take into account. Gunther Eysenbach (2020), a researcher who coined the term infodemiology in 2002, presents four pillars for infodemic management: 1) monitoring information, 2) developing literacy – or literacies – in health and science, 3) encouraging knowledge curation and processes such as fact-checking and peer review, and 4) accurate and timely translation of knowledge to combat disinformation.

In addition to the pillars presented, there are five areas for the elaboration of infodemic management actions systematized by WHO. The study started from a virtual consultation with different agents such as public managers, researchers, public health institutions, civil society and media professionals (TANGCHAROENSATHIEN et al., 2020). These are the fronts presented: 1) verification of evidence, 2) literacy on science and health, 3) expansion of the range of messages, 4) measurement of *infodemic*, its trends and impacts, and 5) coordination and governance.

In this sense, the reflections brought up in this paper envision experimental potentialities of Ralacoco and other initiatives from the Community Communication Project, in infodemic management regarding literacy in science, knowledge translation and scientific dissemination.

Conclusions

Communication practices evolve and adapt. Current times allow for new approaches and innovative scope. A large segment of society does not have access

to the Internet, and this is a broad problem that permeates economic, historical and social levels. This was not the object of this paper, but it can be said that, even in a global context, more and more people have been gaining access to the Internet. The activities carried out by ComCom, promoting access to protagonist spaces and stimulating users' potential of producing content, might result in media activism. For this, the Internet's scope can be used as a channel of communication through shared production, distribution and access. An example of this was the performance of "Papo UnBês", produced by undergraduate students, who built a center for exchange and conversation on subjects related to university experience.

Adapting to technological innovation has made Ralacoco, sponsored by the Dissonante Project and developed within the scope of the Community Communication Program (ComCom), more accessible. By reaching more people, Ralacoco has improved its practices and been able to catalyze social mobilization. It is essential to analyze ComCom's social media accounts, their use of different languages, tools and platforms, so as to stimulate new, collective forms of production, distribution and access to content. These practices contribute to democratizing communication. New channels are opened and might be used by different groups; and this might inspire a variety of initiatives on Community Communication.

It is important to point out in advance the educational aspect of Laboratory Radio, especially when we dialogue with community communication and educommunication, as in the case of the experiences shared here. Educommunication, as an area of social intervention aimed at the construction and strengthening of open and dialogical communicative ecosystems in different educational spaces (SOARES, 2011), is present in the radio experiments experienced in the Ralacoco and other initiatives of the Communication Community Project.

It is an education through the media and *through* experimentation that ends up designing an arena of dialogue between the knowledge constituted at the university and those built beyond it – or together with it – aligned by the plurality

of voices that are there. find. Thus, a fruitful space is established for us to think about such a community *educative communication* process as well as the foundation of scientific dissemination, which is so necessary in times of *infodemic*.

References

ANDERSON, Heather. The institutionalization of Community Radio as a Social Movement Organization: 4ZZZ as a radical case study. **Journal of Radio & Audio Media**, 2017, v. 24, n. 2, p. 251-269. <https://doi.org/10.1080/19376529.2017.1296446>

BARBIER, René. **A pesquisa-ação**. São Paulo: Líber Livro, 2007.

BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 168 p., 2014.

BUENO, Wilson da Costa. A divulgação da produção científica no Brasil: A Visibilidade da Pesquisa nos Portais das Universidades Brasileiras. **Ação Midiática: Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura**, Curitiba, ed. 7, 2014. Available at: <https://revistas.ufpr.br/acaomidiatica/article/view/36340>. Access on 11/01/2020.

CARROLL, William; HACKETT, Robert. Democratic media activism through the lens of social movement theory. In: **Media, Culture & Society**. London, Thousand Oaks and New Delhi: SAGE Publications, Vol. 28(1), pp. 83-104, 2006.

EYSENBACH, G. How to fight an infodemic: The four pillars of infodemic management. **Journal of Medical Internet Research**, v. 22, n. 6, p. e21820, 2020. Available at: <https://www.jmir.org/2020/6/e21820/>. Access on 11/21/2020.

KAPLÚN, Gabriel. La comunicación comunitaria. In: **Medios de comunicación, el escenario Iberoamericano**. Madrid: Ariel, 2007.

KEEN, Andrew. **Digital Vertigo: How Today's Online Social Revolution is Dividing, Diminishing and Disorienting Us**. New York: St. Martin's Press, 2012.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Mídias Sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

MACIEL, Danielle Edite Ferreira. **Midiativismo: entre a democratização e a assimilação capitalista**. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Available at: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-20052013-121256/en.php>. Access on 06/11/2020.

MENDES, Juliana Soares. **Relatos de uma experiência de comunicação comunitária: como a comunicação comunitária influencia na constituição discursiva da identidade dos e das jovens do Varjão participantes da oficina de rádio**. 2006. 224 f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social). Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

PAULINO, Fernando Oliveira; MARTINS DA SILVA, Luiz. **Comunicação Pública em Debate: Ouvidoria e Rádio**. Brasília: Editora UnB, 2013.

PAULINO, Fernando Oliveira; ARRUDA, M. Ralacoco: quinze anos de leitura crítica da mídia e produção, distribuição e acesso a conteúdos radiofônicos. In: IX Seminario de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), Conesur, 2017, Goiânia. **Anais do IX Seminario de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación ALAIIC Conesur, 2017**.

PAULINO, Fernando Oliveira; GUAZINA, Liziane. The Brazilian Media System in a Turbulent Environment. In: THUSSU, Daya Kishan; NORDENSTRENG, Kaarle. **BRICS Media: Reshaping the Global Communication Order?** London: 2020. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780429468759>

GANTER, Sarah Anne; PAULINO, Fernando Oliveira. Between attack and resilience: the ongoing institutionalization of independent digital journalism in Brazil. **Digital Journalism**, 18 maio 2020. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1755331>.

PELLANDA, Eduardo Campos. Convergência de mídias potencializada pela mobilidade e um novo processo de pensamento. In: **Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2003. Available at: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/129419528759418333834670887469995119512.pdf>. Acesso em 06/11/2020.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaboraões no setor. **Palavra Clave**, v. 11, n. 2, 2008.

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

TANGCHAROENSATHIEN, V. et al. Framework for managing the Covid-19 infodemic: methods and results of an online, crowdsourced WHO technical consultation. **Journal of Medical Internet Research**, v. 22, n. 6, p. e19659, 2020. Available at: <https://www.jmir.org/2020/6/e19659/> Access on: 21/11/2020.

TARGINO, Maria das Graças. **Do webjornalismo ao independente media center**. In: **Jornalismo cidadão: informa ou deforma?** Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), p. 49-78, 2009.

VAIDHYANATHAN, SIVA. **ANTISOCIAL MEDIA How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy**. New York: Oxford University Press, 2018.

WORLD HEALTH ORGANIZATION - WHO. **Covid-19 strategy update – 14 april 2020** [Internet]. Geneva: World Health Organization; 2020. Available at: <https://www.who.int/publications/i/item/covid-19-strategy-update---14-april-2020> Acesso em: 05/12/2020.

ENTREVISTA (em português)

VERÓNICA ORIHUELA

Por Debora Cristina Lopez



“O rádio é um gerador de espaços de discussão, especialmente de comunidades estudantis onde se estabelecem normas não declaradas de confiança, empatia e apoio”.

Os desafios da perspectiva de gênero no rádio universitário

A violência contra a mulher se constrói física, psicológica e estruturalmente. Se por um lado, dados do Fórum Brasileiro de Segurança Pública (2020) revelaram quase 300 mil registros de agressões físicas contra mulheres (totalizando mais de 30 registros por hora), também são registradas, como lembra Juliana Gobbi Betti (2021, p. 24), “ocorrências de assédio, ameaça, cárcere privado, violência obstétrica, moral, patrimonial, psicológica, institucional e virtual”. Para a autora, algumas dessas violências são naturalizadas,

afetando estruturalmente as relações sociais e o campo comunicacional.

Como lembra Veloso (2005), o machismo estrutural e o papel de submissão atribuído à mulher afetam também sua capacidade de se comunicar e de assumir papéis de liderança. O que observamos na vida política (BETTI, 2021) pode ser também extrapolado para as universidades, espaços de domínio institucional masculino. Como lembram Miranda et al. (2013), o mercado de trabalho mundial tem menor presença de mulheres em cargos de gestão, além de uma série de barreiras impostas pelo gênero. Moschkovich e Almeida (2015) indicam que os homens avançam mais rapidamente ao topo da carreira (e predominam no nível mais alto), assim como são mais propensos a assumir cargos administrativos como direção de unidade e coordenação de pós-graduação, enquanto as mulheres assumem mais coordenações de graduação, de menor visibilidade institucional.

Essa organização das instituições pode ser também extrapolada para as emissoras universitárias, que estão inseridas no mesmo contexto organizacional. Para entender as implicações das questões de gênero na radiodifusão universitária, entrevistamos a pesquisadora e comunicadora Verónica Orihuela, responsável pela emissora Concepto Radial do Instituto Tecnológico de Monterrey, campus Cidade do México, e ex-presidente da Red de Radios Universitarias de Mexico (RRUM). Verónica desenvolve também atividades para equacionar a desigualdade de gênero no âmbito da Radio Internacional Universitaria (RIU), a chamada rede das redes de emissoras universitárias.

Debora Lopez: Na atual gestão da RIU, você é responsável pela comissão de gênero. O que é esta comissão e qual é o seu papel na radiodifusão universitária e na RIU?

Verónica Orihuela: A Comissão de Gênero e Diversidade foi fundada em 2019 com o

objetivo principal de promover a perspectiva de gênero nas rádios universitárias, integrando o tema ao conteúdo radiofônico em geral. Além disso, gerar espaços de diálogo e troca entre mulheres e/ou grupos vulneráveis, a fim de contribuir para a

formação de sociedades mais justas e igualitárias.

Debora Lopez: Para entendermos esse contexto, como você compreende o papel do rádio universitário nas instituições de ensino e em relação à sociedade?

Verónica Orihuela: As universidades são espaços onde o conhecimento é gerado, aplicado e disseminado, onde são formados profissionais com determinadas competências e valores. O rádio universitário participa em boa parte destes processos, não só através da divulgação de trabalhos acadêmicos, de investigação e co-curriculares, mas também deve formar comunicadores de diferentes disciplinas, o que evidentemente contribui para a constituição da cidadania. Ou seja, as pessoas que durante os seus estudos profissionais se permitem colaborar na rádio da sua universidade desenvolvem competências transversais que posteriormente lhes permitem funcionar e estabelecer redes sociais. As rádios universitárias não devem ser vistas apenas como uma entidade acadêmica da qual participam apenas especialistas, mas devem ser espaços de criação onde especialistas e alunos dialoguem e promovam esse diálogo dentro e fora da universidade.

Debora Lopez: Historicamente, é possível observar desafios e restrições à participação feminina no rádio. O que esses desafios representam e como esse movimento histórico se reflete nas rádios universitárias de hoje?

Verónica Orihuela: As mulheres universitárias deste momento, pelo que pude observar em várias rádios pelo mundo, fazem parte dos grupos e coletivos que manifestam e expressam seu cansaço e repúdio ao sistema que Rita Segato chamou de "história patriarcal". As rádios universitárias contam com a atuação das jovens que se manifestam e protestam, que se formam sem ter pensado nisso como militantes, mas que têm como objetivo claro a desconstrução de tudo o que está inscrito nas leis de um patriarcado que se recusa a abrir mão do poder porque a cultura o educou assim. Ele também recebeu uma identidade baseada no que hoje podemos definir como violência de gênero.

Debora Lopez: Pensando no rádio universitário como espaço de formação e inovação, defendido por Daniel Martín-Pena e Teresa Piñero, como pensar o debate de gênero? Como essa questão afeta o processo formativo?

Verónica Orihuela: Esse debate de gênero

deve ser transversalizado. Quer dizer, não há debate se não for transversalizado, mas isso tem que partir das autoridades universitárias e é neste ponto que as coisas acontecem a partir de outro ponto, das comunidades universitárias. Por não ter se criado um protocolo de gênero, descobriu-se que um produto do #MeToo nasceu em 2006, mas ganhou força em 2017 quando se tornou viral com as atrizes denunciando o assédio pelos cineastas e passou a haver pressão dos jovens universitários em movimentos por toda parte. “O estupro é você” surge no campo educacional. Assim, as autoridades universitárias e a própria ONU, que nada fizeram para enfrentar os feminicídios, as violências de todos os tipos permitidas pelos governos contra as mulheres, acabaram lançando o He for She. Mas isso não acontece se não houver pressão da sociedade. É assim que o processo de formação é afetado, porque agora os professores têm que respeitar as alunas, agora são realizados cursos e oficinas para que os alunos aprendam sobre direitos humanos e obtenham competências independentemente da carreira que cursem. Mas isso ocorre em algumas universidades. Ainda há um longo caminho a percorrer, pelo menos no México, onde a cada dia morrem 10 mulheres por sua condição de gênero. A

inovação social é necessária e acontece quando aprendemos no campo de ação, diretamente no ângulo social, não na sala de aula. A rádio contribui fazendo um trabalho jornalístico, contando as histórias, gerando espaços onde se formam comunidades de estudantes, onde a diversidade e o respeito apenas pela sua condição de ser humano estão em primeiro lugar.

Debora Lopez: A perspectiva cidadã e participativa do rádio, como a de Marina Vázquez, pode contribuir para pensar as práticas radiofônicas inseridas no debate de gênero? Como isso aconteceria?

Verónica Orihuela: Como o que mencionei ao final da pergunta anterior. O rádio é um gerador de espaços de discussão, especialmente de comunidades estudantis onde se estabelecem normas não declaradas de confiança, empatia e apoio. O rádio não é mais massivo, durante muito tempo essa condição é a mesma da TV. A existência do rádio, a meu ver, está precisamente na sua utilidade para as comunidades vulneráveis e, claro, na sua capacidade informativa. Já vemos que as pessoas voltaram ao rádio na pandemia só porque queriam informações confiáveis ou para se divertir além da música, queriam se sentir acompanhadas, há muitos estudos hoje

sobre isso. Se a rádio quer continuar e ter um impacto positivo na sua audiência, deve ter como foco o seu contexto e, assim, ser capaz de fortalecer a construção cidadã.

Debora Lopez: Ainda nesse sentido, quando pensamos na relação entre a rádio universitária e seu público, qual o papel do debate sobre gênero?

Verónica Orihuela: O papel é o de meio informativo em todos os seus formatos e o de tornar o sujeito mais visível, ou seja, dar voz às mulheres ou a qualquer grupo vulnerável que o sistema capitalista que formou os grandes conglomerados midiáticos não permitiu que essas vozes fossem ouvidas. Temos que fazer o que a rádio comercial e às vezes a própria rádio pública não fazem por causa de sua proximidade com os governos.

Debora Lopez: Quais são os principais desafios a enfrentar? E igualmente importante: quais são as principais conquistas?

Verónica Orihuela: Acho que há um longo caminho a percorrer. As rádios universitárias em muitos países ainda operam dentro de uma cultura sexista igual a outras mídias e instituições. Embora haja progresso, há rádios que já possuem protocolos de gênero e

conteúdo *mainstream*, mas ainda há muito para espalhar e acima de tudo para trabalhar. Eu resumiria os desafios nisso: a transversalização do conteúdo e dentro do rádio em uma estrutura de trabalho permeada pela perspectiva de gênero onde, por exemplo, uma produtora ou comunicadora tem um espaço para amamentar seu bebê ou simplesmente não seja agredida pelos patrões. As conquistas para quem as possui, ter espaços de debate e discussão sobre gênero. Isso me parece um grande passo e, também, o fato de estarmos falando disso para uma pesquisa acadêmica já parece uma conquista. E as que chegam em resultados dos processos de comunicação, como por exemplo na Argentina, onde existe a possibilidade de uma mulher decidir o que vai fazer quando estiver grávida sem ser penalizada por isso. Isso parece uma grande conquista para mim.

Sobre a entrevistada

Verónica Orihuela tem vasta experiência em rádios universitárias e na interface com questões de gênero. Foi fundadora e presidente da Rede de Rádios Universitárias do México, da qual também foi vice-presidente de Comunicação e Formação Acadêmica. Estudou Comunicação e Relações Públicas na

Universidade Latino-Americana e fez um Mestrado em Estudos Humanísticos no Tecnológico de Monterrey e na Escola da Sociedade Geral de Escritores do México (SOGEM). Trabalhou na Radio Educación por pouco mais de 10 anos e colaborou no Instituto Mexicano de la Radio.

Em 1995 escreveu para a revista XELA a coluna “Clásicos en la internet” sobre música acadêmica ou sites relacionados a ela que apareciam na internet. Ingressou no Tecnológico de Monterrey, Campus da Cidade do México em 1999, onde começou a trabalhar na Coordenação de Laboratórios de Áudio.

Em 2000, passou a lecionar Produção de Rádio e a coordenar a Concepto Radial, onde atua até hoje. Lá, realizou diversas atividades, desde implementar a programação e a equipe de pessoal até desenvolver projetos que incluem a organização de concertos, conferências, estreias de filmes, mesas de debate político, transmissões especiais de feiras do livro, eventos esportivos ou festivais de gênero, eleições federais de 2006, 20012 e 2018.

Tem trabalhado com equipes de estudantes em reportagens e documentários para a Rádio Nderland publicados em seu site “El Toque”. Além disso, com a Kjzz, do Arizona, nos EUA, desenvolveu projetos de conteúdo jornalístico e organizou uma visita de estudantes em 2015, que incluiu entrevistar o polêmico prefeito Joe Arpaio e cobrir o encerramento da campanha de Hillary Clinton em Phoenix. Com ambas as instituições, Radio Nderland e Kjzz, assinou um acordo de colaboração que incluiu principalmente: oficinas de áudio e vídeo jornalismo para estudantes, intercâmbio de programas de rádio e materiais de vídeo, visitas às suas estações de trabalho e, no caso da Rádio Nderland, várias conferências.

Verónica participa de atividades da Red de Radios Universitarias de México (RRUM) e da Radio Universitaria Internacional (RIU) – Red de Redes da qual também é fundadora.

>> Como citar este texto:

LOPEZ, D. C. Os desafios da perspectiva de gênero no rádio universitário. Entrevista: Verónica Orihuela. Trad. Debora Cristina Lopez. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 12, n. 01, p. 181-186, jan./abr. 2021.

Referências

Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2020. **Fórum Brasileiro de Segurança Pública**. Disponível em: <https://forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2021/02/anuario->

[2020-final-100221.pdf](#), acesso em 15 abril 2021.

BETTI, Juliana Cristina Gobbi. Informação crítico-emancipatória com perspectiva de gênero: os direitos das mulheres em programas radiofônicos femininos. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Florianópolis, 2021.

MIRANDA, A. R. A.; FONSECA, F. P.; CAPPELLE, M. C. A.; MAFRA, F. L. N.; MOREIRA, L. B. O exercício da gerência universitária por docentes mulheres. **Revista Pretexto**, v. 14, n. 1, p. 106-123, 2013.

MOSCHKOVICH, Marília; ALMEIDA, Ana Maria F. Desigualdades de Gênero na Carreira Acadêmica no Brasil. **Dados**, Rio de Janeiro, v. 58, n. 3, p. 749-789, set. 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0011-52582015000300749&lng=en&nrm=iso>. Acesso: 13 mai. 2021.
<https://doi.org/10.1590/00115258201558>.

VELOSO, Ana Maria da Conceição. O fenômeno Rádio Mulher: comunicação e gênero nas ondas de rádio. 2005. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005.

ENTREVISTA

(em espanhol)

VERÓNICA ORIHUELA

Por Debora Cristina Lopez



“La radio es generadora de espacios de discusión, sobre todo de comunidades de estudiantes donde se establecen normas no declaradas de confianza, empatía y apoyo.”

Desafíos desde una perspectiva de género en la radio universitaria

La violencia contra la mujer se construye física, psicológica y estructuralmente. Si, por un lado, los datos del Foro Brasileño de Seguridad Pública (2020) revelaron casi 300 mil registros de agresiones físicas contra mujeres (totalizando más de 30 registros por hora), también se

registran, como recuerda Juliana Gobbi Betti (2021, p. 24), "hechos de hostigamiento, amenazas, privación de libertad, violencia obstétrica, moral, patrimonial, psicológica, institucional y virtual". Para la autora, algunas de estas violencias están naturalizadas, afectando estructuralmente las relaciones sociales y el campo comunicacional.

Como señala Veloso (2005), el machismo estructural y el rol de sumisión atribuido a las mujeres también afectan su capacidad para comunicarse y asumir roles de liderazgo. Lo que observamos en la vida política (BETTI, 2021) también se puede extrapolar a las universidades, espacios de dominio institucional masculino. Como recuerdan Miranda et al. (2013), el mercado laboral mundial tiene menor presencia de mujeres en puestos directivos, además de una serie de barreras impuestas por el género. Moschkovich y Almeida (2015) indican que los hombres avanzan más rápidamente al tope de sus carreras (y predominan en el nivel más alto), así como también son más propensos a asumir cargos administrativos como dirigir la unidad y coordinación de egresados, mientras que las mujeres asumen más coordinaciones de pregrado, con menor visibilidad institucional.

Esta organización de instituciones también se puede extrapolar a las emisoras universitarias, que se insertan en un mismo contexto organizativo. Para comprender las implicaciones de las cuestiones de género para la radiodifusión universitaria, entrevistamos a la investigadora y comunicadora Verónica Orihuela, ex-presidente de la Red de Radios Universitarias de México, coordinadora de Concepto Radial, emisora del Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México, y una de las fundadoras de la Radio Universitaria Internacional (RIU), la red de redes.

Debora Lopez: En la gestión actual de la RIU, eres responsable de la comisión de género. ¿Qué es esta comisión y cuál es su papel en la radiodifusión universitaria y en RIU?

Verónica Orihuela: La Comisión de Género y Diversidad se fundó en 2019 para promover principalmente la perspectiva de género en las radios universitarias, transversalizar el tema

hacia los contenidos radiofónicos en general. Además generar espacios de diálogo e intercambio entre mujeres y/o grupos vulnerables a fin de contribuir a la conformación de sociedades más justas e igualitarias.

Debora Lopez: Para que entendamos este contexto, ¿cómo ves el papel de la radio universitaria en las instituciones educativas y en la relación con la sociedad?

Verónica Orihuela: Las universidades son espacios donde se genera, aplica y difunde el conocimiento, se forman personas profesionales con determinadas habilidades y valores. La radio universitaria participa en buena parte de esos procesos no sólo a través de la difusión de las labores académicas, de investigación y co-curriculares sino que debiera formar comunicadores de diferentes disciplinas, lo que desde luego contribuye a la constitución de ciudadanía. Es decir, las personas que durante sus estudios profesionales se permiten colaborar en la radio de su universidad desarrollan competencias transversales que más tarde les permiten desenvolverse y establecer redes sociales. La radio universitaria no debiera verse sólo como un ente academicista donde participan sólo especialistas sino que deben ser espacios de creación donde especialistas y estudiantes

dialogan y promueven ese diálogo dentro y fuera de la universidad.

Debora Lopez: Históricamente, es posible observar desafíos y restricciones en la participación de las mujeres en la radio. ¿Qué representan estos desafíos y cómo se refleja este movimiento histórico en la radio universitaria actual?

Verónica Orihuela: Las mujeres universitarias de este momento por lo que he podido observar en varias estaciones de radio en el mundo forman parte de las grupas y colectivas que se manifiestan y expresan su hartazgo y repudio al sistema que Rita Segato ha llamado “la historia patriarcal” y que precisamente las radios universitarias con las mismas jóvenes que salen a marchar, que se configuran sin haberlo pensado como activistas y que tienen como objetivo claro la deconstrucción de todo aquello inscrito bajo las leyes de un patriarcado que se niega a ceder el poder porque la cultura que lo educó, le adjudicó también una identidad precisamente basada en lo que hoy podemos definir como violencia de género.

Debora Lopez: Pensando en la radio universitaria como espacio de formación e innovación, como defienden Daniel Martín Peña y Teresa Piñero, ¿cómo pensar el debate

de género? ¿Cómo la cuestión afecta este proceso formativo?

Verónica Orihuela: Hay que transversalizar ese debate de género, es decir, no hay debate si no se transversaliza pero eso tiene que venir desde las autoridades universitarias y aquí es donde las cosas suceden al revés, es decir desde las comunidades universitarias. Esto es que al no haber creado un protocolo de género, resultó el producto del #MeToo, nacido en 2006 pero que cobró fuerza en 2017 al viralizarse cuando las actrices denunciaron el acoso por parte de directores de cine, comenzó a haber presión desde las jóvenes universitarias en movimientos por todas partes. “El violador eres tú” surge en el ámbito educativo. De modo que las autoridades universitarias y la propia ONU que no hacía nada ante feminicidios, violencias de todo tipo permitidas por los gobiernos hacia las mujeres, terminó lanzando el He for She. Pero esto no sucede si no hay presión desde la sociedad. Así es como se afecta el proceso formativo, porque ahora los profesores tienen que respetar a las alumnas, ahora se hacen cursos y talleres para que les estudiantes aprendan sobre derechos humanos y obtengan competencias en los mismos sea cual sea la carrera que estudien. Pero eso es en algunas universidades, hay mucho camino por andar, al menos en México

donde cada día mueren 10 mujeres por su condición de género. La innovación social es necesaria y sucede cuando aprendemos en el campo de acción, directamente en el ángulo social, no en el aula. La radio contribuye ahí haciendo labor periodística, contando las historias, generando espacios donde se formen comunidades de estudiantes donde lo primero sea la diversidad y el respeto sólo por tu condición de ser humano.

Debora Lopez: ¿Puede la perspectiva ciudadana y participativa de la radio, como la de Marina Vázquez, contribuir a pensar las prácticas radiofónicas insertas en el debate de género? ¿Cómo sucedería eso?

Verónica Orihuela: Con lo último que mencioné en la pregunta anterior. La radio es generadora de espacios de discusión, sobre todo de comunidades de estudiantes donde se establecen normas no declaradas de confianza, empatía y apoyo. La radio ya no es masiva hace tiempo. La existencia de la radio a mi modo de ver está precisamente en lo útil que pueda ser para las comunidades vulnerables y desde luego en su capacidad informativa. Ya hemos leído que la gente regresó a la radio en la pandemia sólo porque quería información fidedigna o entretenerse más allá de la música, quería sentirse

acompañada, hay muchos estudios hoy sobre eso. Si la radio quiere seguir y tener impacto positivo en su audiencia debe enfocarse en el entorno y así poder hacer un reforzamiento de las construcciones ciudadanas.

Debora Lopez: Aún en este sentido, cuando pensamos en la relación entre la radio universitaria y su audiencia, ¿cuál es el papel del debate sobre género?

Verónica Orihuela: El papel es el de medio informativo en todos sus formatos y el de visibilización del tema, es decir, darle voz a las mujeres o a cualquier grupo vulnerable que el sistema capitalista que ha formado grandes conglomerados mediáticos no ha permitido dar salida a esas voces. Tenemos que hacer lo que no hace la radio comercial y a veces la propia radio pública por su cercanía con los gobiernos.

Debora Lopez: Finalmente, ¿cómo valora el escenario de la radiodifusión universitaria en el contexto del debate de género? ¿Cuáles son los principales retos a afrontar? E igualmente importante: ¿Cuáles son los principales logros?

Verónica Orihuela: Creo que hay un largo camino por andar, la radio universitaria en muchos países todavía se encuentra

funcionando dentro de una cultura machista lo mismo que otros medios e instituciones aunque sí hay avances, hay radios que ya tienen protocolos de género y contenidos transversalizados pero aún hay mucho que difundir y sobre todo que trabajar. Resumiría los retos en eso: la transversalización de los contenidos y dentro de la radio en una estructura laboral permeada por la perspectiva de género donde por ejemplo una mujer productora o locutora tenga un espacio para amamantar a su bebé o simplemente no sea violentada por sus jefes.

Los logros para quienes los tienen, tener espacios de debate y discusión sobre género, eso me parece un gran paso y este, que estemos hablando de esto para una investigación académica ya me parece un logro. Y los que vienen como resultado de comunicar, por ejemplo en Argentina que haya la posibilidad de que una mujer decida lo que hará cuando está embarazada sin que sea penalizada por ello. Eso me parece un gran logro.

Sobre la entrevistada

Verónica Orihuela tiene una larga experiencia en la radio universitaria y en la interfaz con cuestiones de género. Fue fundadora y

presidenta de la Red de Radios Universitarias en México, de la cual también fue vicepresidenta de Comunicación y Educación Académica.

Estudió Comunicación y Relaciones Públicas en la Universidad Latinoamericana y realizó una Maestría en Estudios Humanísticos en el Tecnológico de Monterrey y en la Escuela de la Sociedad General de Escritores de México (SOGEM). Trabajó en Radio Educación por poco más de 10 años y colaboró en el Instituto Mexicano de la Radio.

En 1995 escribió la columna “Clásicos en la internet” sobre música académica o sitios web relacionados que aparecieron en internet para la revista XELA. Ingresó al Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México en 1999, donde comenzó a trabajar en la Coordinación de Laboratorios de Audio.

En el 2000 comenzó a enseñar Producción de Radio y coordinar la radio Concepto Radial, donde trabaja. Allí realizó una variedad de actividades, desde implementar la programación y el equipo de personal hasta desarrollar proyectos que incluyen la organización de conciertos, conferencias, estrenos de películas, mesas de debate político, retransmisiones especiales de ferias

del libro, eventos deportivos o festivales de género, elecciones federales de 2006, 2012 y 2018.

Ha trabajado con equipos de estudiantes en reportajes y documentales para Radio Nderland publicados en su sitio web “El Toque”. Además, con Kjzz de Arizona, EEUU, desarrolló proyectos periodísticos, además de una visita a estudiantes en 2015, que incluyó entrevistar al controvertido alcalde Joe Arpaio y cubrir el cierre de la campaña de Hillary Clinton en Phoenix. Con ambas instituciones, Radio Nderland y Kjzz, firmó un convenio de colaboración que incluyó principalmente: talleres de periodismo en audio y video para estudiantes, intercambio de programas de radio y material de video, visitas a sus estaciones de trabajo y, en el caso de Radio Nderland, varias conferencias.

Verónica participa en las actividades de la Red de Radios Universitarias de México y la Radio Universitaria Internacional (RIU), de la que también es fundadora.

>> Como citar este texto:

LOPEZ, D. C. Desafíos desde una perspectiva de género en la radio universitaria. Entrevista a Verónica Orihuela. **Radiofonías – Revista de Estudios en Medios Sonoros**, Mariana-MG, v. 12, n. 01, p. 188-194, jan./abr. 2021.

Referências

Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2020. **Fórum Brasileiro de Segurança Pública**. Disponível em: <https://forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2021/02/anuario-2020-final-100221.pdf>, acesso em 15 abril 2021.

BETTI, Juliana Cristina Gobbi. Informação crítico-emancipatória com perspectiva de gênero: os direitos das mulheres em programas radiofônicos femininos. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Florianópolis, 2021.

MIRANDA, A. R. A.; FONSECA, F. P.; CAPPELLE, M. C. A.; MAFRA, F. L. N.; MOREIRA, L. B. O exercício da gerência universitária por docentes mulheres. **Revista Pretexto**, v. 14, n. 1, p. 106-123, 2013.

MOSCHKOVICH, Marília; ALMEIDA, Ana Maria F. Desigualdades de Gênero na Carreira Acadêmica no Brasil. **Dados**, Rio de Janeiro, v. 58, n. 3, pp. 749-789, set. 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0011-52582015000300749&lng=en&nrm=iso>. Acesso: 13 mai. 2021. <https://doi.org/10.1590/00115258201558>.

VELOSO, Ana Maria da Conceição. O fenômeno Rádio Mulher: comunicação e gênero nas ondas de rádio. 2005. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005.

Rádio local e comunidades afetivas em tempos de pandemia: estudo de caso de emissoras em Viçosa, Minas Gerais

Local radio and affective communities in pandemic times: the case study of radio stations in Viçosa, Minas Gerais

Radio local y comunidades afectivas en tiempos de pandemia: estudio de caso de emisoras en Viçosa, Minas Gerais.

Kátia de Lourdes Fraga

Resumo

Este artigo busca investigar como emissoras de rádio inserem-se junto a seus públicos em tempos de pandemia da Covid-19. Para isso, tomamos como realidade investigativa o cenário de Viçosa, uma cidade do interior de Minas Gerais, a partir de duas emissoras locais: a Rádio Montanhese e a Viçosa 95,1 FM. Como metodologia, foi utilizada a análise de conteúdo de entrevistas realizadas com quatro profissionais das emissoras: dois apresentadores e dois gestores. As entrevistas foram transcritas e analisadas por meio do *software* Iramuteq, que permitiu a organização do conteúdo e a extração de categorias analíticas das falas dos entrevistados. Como principal resultado, o artigo evidencia a mobilização de comunidades afetivas como elemento central da prestação de serviços no âmbito das rádios locais, tendo o cotidiano regional como um componente constituinte de tais comunidades na programação das emissoras.

Palavras-chave: Rádio; pandemia do coronavírus; prestação de serviços; cotidiano; comunidade afetiva.

>> **Informações adicionais:** artigo submetido em: 29/7/2020; aceito em: 12/5/2021.

>> Como citar este texto:

FRAGA. K. de L. Rádio local e comunidades afetivas em tempos de pandemia: estudo de caso de emissoras em Viçosa, Minas Gerais. **Radiofonias** – Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG, v. 12, n. 01, pp. 194 -220, jan./abr. 2021.

Sobre a autora

Kátia de Lourdes Fraga

katiafraga@ufv.br

<https://orcid.org/0000-0002-8723-0014>

Professora e coordenadora do Curso de Comunicação Social-Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa (UFV). Doutora em Extensão Rural pela UFV; mestre em Comunicação, Imagem e Informação pela Universidade Federal Fluminense (UFF); graduada em Jornalismo pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Integrante do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora e coordenadora da Divisão Temática de Audiovisual do Intercom Júnior, da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Ciências da Comunicação; integrante do DIZ - Grupo de Pesquisa em Discursos e Estéticas da Diferença (UFV); coordenadora do projeto de iniciação científica "Produções radiofônicas como instrumento de mobilização social: Um estudo de caso em emissoras de Viçosa/MG" (UFV).

Abstract

In this article, we aim to investigate how radio stations are able to reach their audience in these recent Covid-19 pandemic times. To do this, focus was given on the reality of the town of Viçosa, in the state of Minas Gerais, in southeastern Brazil, by following the activities of two local radio stations, namely *Rádio Montanhesa* and *Viçosa 95.1 FM*. As part of the methodology, a procedure involving the analysis of interview content was carried out with four professionals that work for these radio stations: two presenters and two managers. The interviews were transcribed and analyzed with the *Iramuteq* software for content organization and extraction of analytical categories of the interviewees' speeches. As main result, this article points out the mobilization of affective communities as the central element for the generation and rendering of services as far as local radio stations are concerned. Also, the regional daily lives has been highlighted as an important component of such communities in the schedule of the radio stations.

Keywords: Radio; coronavirus pandemic; service rendering; daily lives; affective community.

Resumen

Este artículo busca investigar cómo emisoras de radio se insertan junto a sus públicos en tiempos de la pandemia del Covid-19. Para eso, tomamos como realidad investigativa el escenario de Viçosa, una ciudad del interior de Minas Gerais, a partir de dos emisoras locales – La *Radio Montanhesa* y la *Viçosa 95,1 FM*. Como metodología, el artículo utilizó el análisis de contenido de entrevistas realizadas con cuatro profesionales de las dos emisoras de radio anteriormente mencionadas: dos presentadores y dos gestores. Las entrevistas fueron transcritas y analizadas por medio del *software* Iramuteq, para la organización del contenido y extracción de categorías analíticas del habla de cada uno de los entrevistados. Como principal resultado, el artículo evidencia la movilización de comunidades afectivas como elemento central de la prestación de servicios, en el ámbito de las radios locales, llevando el cotidiano regional como un componente constitutivo de tales comunidades en la programación de las emisoras.

Palabras clave: Radio, pandemia del coronavirus, prestación de servicios; cotidiano; comunidad afectiva.

Introdução

O rádio tem sido protagonista em diversas ações de prestação de serviços (uma de suas funções essenciais) no contexto da pandemia do novo coronavírus. Leva aos ouvintes informações das mais variadas formas, em reportagens, entrevistas, notas informativas e *spots*, oferecendo o esclarecimento de questões relacionadas à doença, sobretudo na perspectiva científica. Em tempos de isolamento social, a audiência do rádio no Brasil cresceu durante a pandemia da Covid-19, segundo dados do Kantar Ibope Media. A pesquisa "Covid-19: Impactos no consumo de mídia" mostrou que a parcela de pessoas que estava consumindo e manteria a audiência de rádio em maio de 2020 aumentou para 74% – na pesquisa anterior, o índice era de 71%⁴⁸.

Um destaque no cenário radiofônico nacional foi a campanha #juntosnumasofrequencia, realizada por emissoras do Rio de Janeiro e de São Paulo, na qual várias estações de rádio produziram de forma colaborativa uma chamada que veiculou uma mensagem de união entre as rádios e a sociedade para vencer a pandemia da Covid-19 e fortaleceu o pedido para que as pessoas fiquem em suas casas durante a fase de isolamento social. A peça contou com vozes de todas as rádios participantes e citou o nome das emissoras.

O rádio, portanto, tem sido um grande aliado de cientistas e profissionais da área da saúde em tempos de pandemia. As emissoras de rádio, bem como outras mídias, têm demonstrado como são imprescindíveis as formas de colaboração do campo da comunicação para a sociedade. O *e-book Covid-19 e comunicação, um guia prático para enfrentar a crise* (FERRARETTO e MORGADO, 2020) reforça a importância de os meios de comunicação apoiarem a sociedade no combate ao coronavírus com a divulgação de informações de prestação de serviços para e no cotidiano dos brasileiros.

Historicamente, o rádio, uma mídia tradicional, fez e faz parte da

⁴⁸ Informações obtidas no site tudoradio.com, disponível em <https://tudoradio.com/noticias/ver/23482-o-radio-hoje-aumenta-parcela-de-ouvintes-que-mantem-ou-ampliaram-o-consumo-de-radio-durante-a-pandemia-do-coronavirus> (acesso em 20 de maio de 2020).

constituição de processos comunicacionais no nosso país, “[...] nas práticas de oralidade, nas misturas nos modos de comunicação, nas milhões de pessoas que fazem do rádio não apenas o companheiro de escuta, mas de sentimentos e partilhas” (BARBOSA, 2011). Em mais de um século de existência, o rádio permanece presente no cotidiano dos brasileiros, proporcionando sensações de intimidade e proximidade. No contexto da Zona da Mata mineira, o “amigo de todas as horas” mantém-se como um importante canal de informação e entretenimento (FRAGA, 2018) mesmo diante das novas mídias, tanto no cenário da cidade como em áreas rurais.

Neste artigo, buscamos investigar o papel de rádios locais em tempos de pandemia, especificamente no cenário de Viçosa, uma cidade do interior de Minas Gerais e com tradição de vínculos com a mídia radiofônica. Partimos da hipótese de que, na prestação de serviços das emissoras, se reforçam os vínculos de uma comunidade de afeto, uma vez que essa prestação de serviços se relaciona diretamente ao dia a dia dos viçosenses.

Como metodologia, utilizamos a análise de conteúdo de entrevistas realizadas com quatro profissionais das duas emissoras de rádio mais tradicionais de Viçosa, sendo dois apresentadores de programas matinais com tradição de audiência – Bom Dia Cidade e Cidade Alerta – e dois gestores, um da rádio Montanhese e outro da Viçosa 95.1 FM. As entrevistas foram transcritas e analisadas por meio do *software* Iramuteq, o que permitiu a verificação do sentido das falas dos entrevistados e a identificação de seis categorias analíticas, conforme detalharemos adiante. Nossa investigação, então, parte do olhar desses sujeitos para revelar de que forma são constituídos os vínculos entre a produção e o público, principalmente em torno da cobertura de um assunto de extremo interesse da população: a pandemia do novo coronavírus.

Nesse sentido, buscamos compreender de que forma esses profissionais de rádio pensam a prestação de serviços de informações sobre a Covid-19. Como sensores, analisamos a perspectiva dos entrevistados em relação aos

vínculos da audiência e a mobilização da noção de comunidades afetivas em torno da programação.

O presente artigo está estruturado da seguinte forma: na primeira parte, apresenta-se uma discussão teórica acerca da temática deste estudo; na segunda, a metodologia adotada e a análise de dados da pesquisa qualitativa; por fim, são expostas as considerações finais.

A construção de comunidades afetivas no rádio

O vínculo criado entre os ouvintes e as emissoras de rádio no cenário de emissoras locais permeia a sensação de pertencimento a uma “comunidade” (BAUMAN, 2003), constituída em torno de um programa em especial ou de uma emissora de rádio. Movida pelo bem-estar coletivo e pela solidariedade, comunidade é, segundo Bauman (2003), o lugar de aconchego, proteção, conforto, segurança.

Esse espaço “cálido” da comunidade pressupõe confiança mútua, estabilidade e boa vontade, além de amparo em momentos de dificuldade. “Se tropeçarmos e cairmos, os outros nos ajudarão a ficar de pé outra vez”, referenda Bauman (2003, p. 133), indicando que nesse clima de solidariedade mútua sempre haverá alguém para nos dar a mão em momentos de tristeza. Mas Bauman adverte não estar ao nosso alcance esse tipo de comunidade por ser uma espécie de paraíso perdido ou projetado; portanto, algo imaginado.

Trazendo essa discussão para o cenário radiofônico, percebemos que a existência de uma comunidade de ouvintes formada em torno de um programa radiofônico é possível em termos de uma “comunidade imaginada”, como apontado por Benedict Anderson (1989). Ao pensar nas formações nacionais, Anderson afirma que uma comunidade é imaginada “porque nem mesmo os membros das menores nações jamais conhecerão a maioria de seus patriotas, nem os encontrarão, nem sequer ouvirão falar deles, embora na mente de cada um esteja viva a imagem de sua comunhão” (ANDERSON, 1989, p. 14).

Sob essa ótica, o autor considera que “as comunidades não devem ser

distinguidas por sua falsidade/autenticidade, mas pelo estilo em que são imaginadas" (ANDERSON, 1989, p. 14). Isso, na concepção de Anderson, faz parte de uma criação de vínculos estabelecidos diante da alteridade, já que essa "vinculação imaginada" é decorrente de "fontes indiretamente relacionadas".

Essa relação com a alteridade, mesmo na comunidade imaginada, gera vinculação por sentimentos compartilhados no contexto midiático radiofônico. Cria-se, a partir daí, uma comunidade tanto imaginada quanto afetiva, como preconiza Maurice Halbwachs (1990). Quando adultos, segundo esse autor, fazemos parte de vários grupos relacionados à nossa vida afetiva ou profissional. O que nos conecta a essa ou aquela pessoa são interesses, impressões, ideais, sonhos, desejos e outras condicionantes. Conforme Halbwachs (1990, p. 64), as pessoas podem se sentir estreitamente ligadas umas às outras e ter em comum todos os seus pensamentos, mesmo que tenham convivido em grupos totalmente distintos e desconhecidos. A "comunidade de afeto" (HALBWACHS, 1990) surge da identificação com a alteridade a partir de experiências, reflexões, paixões e sensações comuns.

Assim, essa comunidade imaginada e afetiva no âmbito radiofônico seria composta pelos ouvintes, espalhados e anônimos, constituindo a massa que compõe a audiência, ligada pelos interesses comuns e pela identificação com um programa, um(a) apresentador(a) ou uma emissora em especial. Tal identificação com a programação pode ser considerada uma espécie de "confiança", traduzida por Giddens (1991, p.35-37) como "uma forma de fé na qual a segurança adquirida em resultados prováveis expressa mais um compromisso com algo do que apenas uma compreensão cognitiva". O autor explica que a confiança é devotada a um "sistema de peritos", que significa "sistemas de excelência técnica ou competência profissional" que organizam "grandes áreas dos ambientes material e social em que vivemos hoje" (GIDDENS, 1991, p. 35).

Dessa forma, podemos entender a constituição de comunidades em torno das rádios locais em função de essas mídias mais tradicionais tornarem-se

espaços de aconchego e segurança, gerando uma sensação de pertencimento. As emissoras locais de rádio estão, portanto, imbricadas com o cotidiano (CERTEAU, 2014) dos viçosenses, uma vez que o esforço estratégico por parte da produção de programas para que os ouvintes se reconheçam numa comunidade do tipo “familiar” é percebido claramente na identificação do público perante a alteridade. O cotidiano, segundo o autor, estabelece a centralidade do tempo e do espaço de vida e se processa nas práticas sociais, nas “maneiras de fazer” e de tecer as atividades do dia a dia, permitindo aos agentes sociais demarcarem seus lugares no mundo por meio de suas formas de agir (CERTEAU, 2014).

No cotidiano de Vitória, capital capixaba, Fraga (2005) constatou a construção de uma comunidade de afeto em torno de um programa radiofônico popular líder de audiência pelos laços imaginários de envolvimento sentimental estabelecidos entre o locutor e o ouvinte. Neste trabalho, fizemos o estudo de caso de duas emissoras do interior de Minas Gerais para analisar, a partir do olhar de locutores e gestores de duas emissoras locais, o afeto na perspectiva do sentimento e também nos sentidos de bem querer e de carinho e de se afetar no e pelo cotidiano de Viçosa.

A vinculação dos viçosenses a emissoras de rádio local

Como ponto de partida desta etapa do estudo, tomaremos como exemplo a Rádio Montanhesa para contextualizar o vínculo dos moradores de Viçosa com essa mídia de longa trajetória na vida dos brasileiros. Com 70 anos de existência, a RM é a emissora pioneira na cidade de Viçosa. Foi fundada em 16 de julho de 1949 por iniciativa de um grupo de empresários e, a partir de 1976, o radialista João Bosco Torres assumiu o controle acionário da emissora (FRAGA, 2010). Com o *slogan* “A rádio amiga da cidade”, a RM abrange aproximadamente 20 municípios da microrregião⁴⁹, incluindo áreas rurais da

⁴⁹ Viçosa, Araponga, Divinésia, Canaã, São Miguel do Anta, Ervália, Coimbra, Guiricema, Visconde do Rio Branco, São Geraldo, Paula Cândido, Senador Firmino, Porto Firme, Presidente Bernardes, Guaraciaba, Teixeiras, Pedra do Anta, Amparo do Serra, Cajuri e região. Informações obtidas na página do Facebook da emissora:

Zona da Mata mineira, alcançando, no total, cerca de 500.000 habitantes. Há sete décadas, segundo a direção da emissora, a Rádio Montanhese sempre foi fonte de informação para a população de Viçosa e região.

A Rádio Montanhese integra a história do rádio AM, primeiro meio de comunicação de massa e importante veículo na irradiação de notícias sociais, políticas e econômicas nos contextos mundial e nacional. Emissora tradicional, a RM implementou uma série de mudanças no processo de migração do rádio AM para FM, ocorrido em 17 de agosto de 2017 (FRAGA, 2019; LOPEZ, PRATA, DEL BIANCO, ZUCULOTO e FARIAS, 2018). Ademais, acompanhando a tendência de “rádio expandido” (KISCHINHEVSKY, 2016), a direção da Rádio Montanhese adotou uma série de estratégias para se adequar ao movimento. O conteúdo jornalístico da rádio foi ampliado para um portal de internet⁵⁰ e para as redes sociais com o objetivo de intensificar a interação com a audiência.

A Rádio Viçosa 95.1 FM⁵¹, outra mídia tradicional em Viçosa, entrou no ar em 17 de junho de 1988⁵². O seu primeiro estúdio funcionou no edifício Panorama, localizado na região central do município, e, depois de alguns anos, a sede da emissora mudou para o Viçosa Shopping, também no centro da cidade. Sua programação busca cativar o ouvinte com “carinho e informação aos lares de Viçosa pelas ondas do rádio”, e nela há promoções, participações ao vivo e prestação de serviços, como destaca o *site* da emissora. Com penetração em Viçosa e em cidades da microrregião, como Araponga, São Miguel, Canaã, Teixeiras, Porto Firme, Paula Cândido, Cajuri, Coimbra, Ervália e parte de Ouro Preto e Mariana, a 95.1 FM também se expandiu para a internet por meio do seu *site*, oferecendo transmissões *on-line*. Nessa emissora, o

https://www.facebook.com/pg/radiomontanhese/about/?ref=page_internal (acesso em 4 de julho de 2019).

⁵⁰. <https://primeiroasaber.com.br/> é um site de notícias voltado principalmente para Viçosa e região, mantido pelo grupo Montanhese de Comunicação, conforme informação do próprio portal.

⁵¹. A emissora tem penetração em Viçosa e cidades da microrregião como Araponga, São Miguel, Canaã, Teixeira, Porto Firme, Paula Cândido, Cajuri, Coimbra, Ervália e parte de Ouro Preto e Mariana.

⁵². Informações obtidas no site <http://www.radiovicosafm.com.br/a-radio/> (acesso em 2 de maio de 2020).

público também estabelece contato com a produção via redes sociais, sendo possível conversar diretamente com o apresentador.

As emissoras de rádio, todavia, disputam a audiência do público com outras mídias disponíveis na “comunicação em rede”, definida por Cardoso (2007) como um novo sistema de comunicação em sucessão ao da comunicação em massa. Esse novo paradigma mescla os veículos do sistema anterior, agrega novos, de base digital, e contempla, ainda, as conexões entre mídias *on* e *off-line*. A comunicação em rede constitui-se, portanto, em uma rede de mídias articuladas por conexões técnicas e, também, por circulação de conteúdos, proporcionando uma diversidade de ofertas midiáticas de informação e entretenimento, como *sites*, jornais, televisão, redes sociais e programas radiofônicos de mídias nacionais.

Isso posto, questiona-se o que faz com que, mesmo diante da “comunicação em rede” (CARDOSO, 2007), os viçosenses continuem sintonizados em rádios locais para se informar sobre a Covid-19 e buscar orientações acerca das formas de prevenção da doença.

Procedimentos metodológicos

Como metodologia, utilizamos a pesquisa qualitativa centrada na análise de conteúdo (MINAYO, 2001) das entrevistas em profundidade realizadas com quatro profissionais das rádios Montanhese e Viçosa 95.1 FM: dois apresentadores de programas matinais com tradição de audiência – Bom Dia Cidade e Cidade Alerta – e dois gestores.

A técnica da pesquisa em profundidade foi utilizada para responder a questões particulares, voltando-se para a percepção dos significados, motivações, aspirações, crenças, valores e atitudes dos entrevistados em relação aos meios de comunicação (MINAYO, 2001). As entrevistas foram desenvolvidas com base em um roteiro de quinze perguntas relacionadas ao rádio local, incluindo a cobertura sobre o coronavírus, a audiência e as formas de participação do público. Em função do isolamento social, recomendado na fase de pandemia, o contato prévio com as fontes ocorreu por meio de ligações

telefônicas, a fim de explicar o objetivo da pesquisa, e, em seguida, o roteiro foi encaminhado para os entrevistados por *e-mail*. Dois deles preferiram responder por *e-mail* e os demais pelo aplicativo WhatsApp, via áudio.

Os áudios encaminhados pelo WhatsApp foram então decupados, ou seja, transcritos, e analisadas via *software* Iramuteq⁵³ (Interface R⁵⁴ para análise Multidimensional de Texto e Questionário), um programa de análise de conteúdo textual que possibilitou a averiguação das falas, expressões e palavras relacionadas às questões da pesquisa, bem como a verificação do sentido das falas dos entrevistados e identificação de categorias analíticas.

As respostas dos entrevistados foram agrupadas e organizadas em um único texto nomeado pelo *software* como *corpus*. Com o *corpus* formatado, realizou-se uma análise textual para verificar o sentido das falas e auxiliar no estudo do conteúdo dos textos processados (BARDIN, 2012), utilizando o método da Classificação Hierárquica Descendente (CHD) do mesmo *software*.

O programa reparte o *corpus*, no caso, o conjunto das entrevistas realizadas, agrupando-as de acordo com as classes temáticas formadas a partir das palavras que obtiveram mais frequência e maior associação (χ^2) entre si (CAMARGOS E JUSTOS, 2013). Em outras palavras, o *corpus* é "cortado" em segmentos de texto (STs) constituídos por pequenos trechos, destacados no texto analisado. Esses segmentos de texto são organizados em "classes" temáticas formadas a partir da junção das palavras mais similares, permitindo, assim, uma compreensão ampliada dos grupos de discursos das ideias lançadas pelos entrevistados.

Análise dos resultados

Utilizou-se a Classificação Hierárquica Descendente para verificar a

⁵³ O *software* Iramuteq, de origem francesa, com licença livre (GLU), possibilita, a partir da análise lexicográfica, um aprofundamento na sistematização dos dados sobre a temática estudada (CAMARGOS E JUSTOS, 2013).

⁵⁴ O Iramuteq funciona utilizando paralelamente o *Software* livre R, que é uma linguagem com foco em análises estatísticas e gráficas. Informações obtidas no site: https://rstudio-pubs-static.s3.amazonaws.com/106363_3cdd7d2bedb74c32a5ae86b4bdefb435.html (Acesso em 10 de abril de 2020).

frequência e os agrupamentos das palavras e discussões presentes nas entrevistas, pois o *software* organiza a análise em um dendrograma que apresenta visualmente as relações entre as classes. Ao importar o *corpus* para o Iramuteq e realizar a análise de Classificação Hierárquica Descendente, o *software* informou um aproveitamento de 84,76% do total do *corpus*. O esperado e viável é uma taxa acima de 70%, o que aponta que o processamento de aproveitamento correspondeu à expectativa. Sendo assim, pode-se observar, na Figura 1, que o processamento do Iramuteq repartiu o *corpus* em seis classes de acordo com as narrativas presentes em cada uma delas.

O Iramuteq foi a estratégia usada para ordenar a combinação das quatro entrevistas, formando uma classificação em palavras que remeteu ao sentido geral entre rádio, prestação de serviços e comunidades afetivas. Entretanto, a análise foi feita tensionando as palavras geradas pelo *software* a lentes teóricas associadas à noção de comunidades afetivas. A referência qualitativa para discussão dos resultados continuou sendo as entrevistas transcritas originalmente.

Depois de as classes resultantes do processamento do Iramuteq estarem organizadas no dendrograma, procedeu-se à nomeação, ou seja, à indicação de seis classes analíticas: Classe 1 (Rádio no cotidiano local); Classe 2 (Rádio como agente informativo); Classe 3 (Vínculo com o rádio); Classe 4 (Responsabilidade e parceria do comunicador); Classe 5 (Participação e interação do ouvinte); e Classe 6 (Comunidade de afeto em torno do rádio). Nas seis classes analíticas, criadas em função das palavras mais expressivas e de maior frequência, foram observadas semelhanças, estando todas gravitando a Classe 6, referente à comunidade de afeto em torno do rádio – fato evidenciado nas narrativas dos respondentes.

Apresentamos a seguir três subdivisões das categorias, cada uma abarcando as duas classes que mais dialogam entre si:

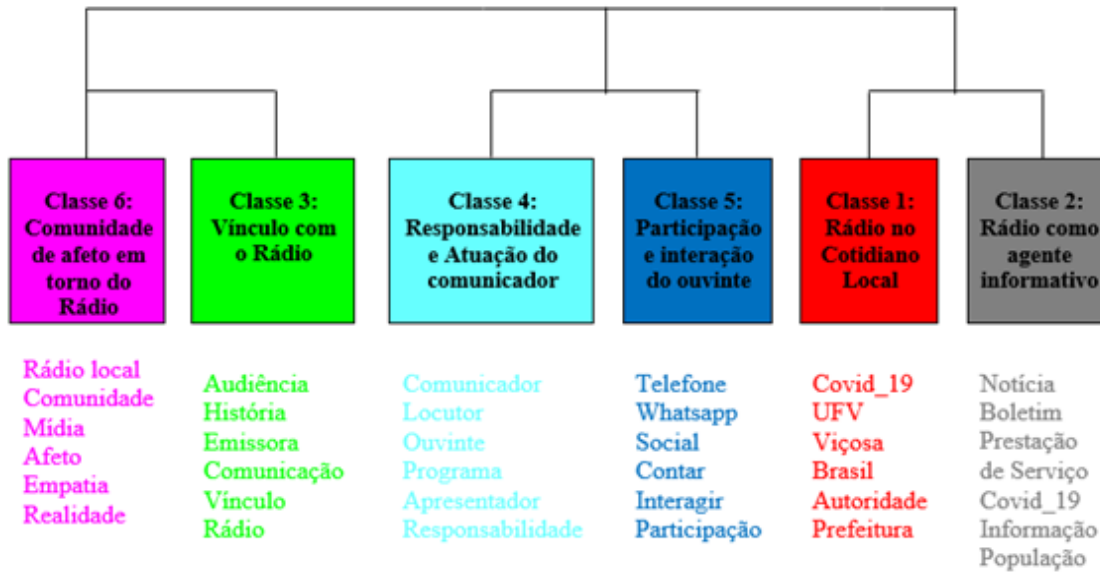


Figura 01 – Dendrograma da Classificação Hierárquica Descendente (CHD)

Fonte: Informações do relatório de análise do software Iramuteq, 2020

Rádio no cotidiano local e rádio como agente informativo

A Classe 1, categorizada como “Rádio no Cotidiano Local”, e a Classe 2, nomeada “Rádio como Agente Informativo”, estão imbricadas na perspectiva de apontar segmentos de textos dos entrevistados que indicam o diferencial de rádios locais de Viçosa em relação a outras mídias. As palavras refletidas na Classe 1, a partir das expressões destacadas pelo *software* Iramuteq nas perguntas relacionadas à rádio local – Covid-19, UFV, Viçosa, Prefeitura, Brasil, autoridade –, correspondem a questões diretamente ligadas à vida dos viçosenses.

Nas palavras mais expressivas e frequentes nessas duas classes e nos depoimentos dos gestores e locutores que veremos a seguir, observamos que as rádios localizadas em grandes centros urbanos não são capazes de estabelecer vínculos de proximidade tão eficazes quanto as rádios locais. A sensação de proximidade e a confiança depositada nas emissoras viçosenses estão em sintonia com o cotidiano dos ouvintes.

Um exemplo disso é o contato pessoal da população com os locutores que frequentam as mesmas padarias, supermercados e comércio em geral, o

que possibilita uma “prosa” nesses encontros. Em emissoras nacionais, dificilmente o ouvinte terá a chance de conhecer o locutor de perto, exceto em uma eventual visita à emissora. Esse bate-papo ao encontrar o apresentador na rua e até mesmo a sugestão de pautas para o programa em um contato informal são típicos de cidades do interior, como é o caso de Viçosa.

Outro fator que denota confiança é a predominância de notícias locais na programação, o que contribui para a interação mais efetiva do ouvinte. Falar sobre o cotidiano dos moradores estreita os laços entre ouvinte, emissora e locutor. A partir dessa reflexão, destacamos aqui algumas menções dos quatro entrevistados presentes na Classe 1 e, posteriormente, na Classe 2, intrinsecamente ligadas.

O sócio-gerente da rádio 95.1 FM (Gestor 1) disse acreditar que existe um diferencial entre as rádios locais e as mídias nacionais: “Uma das grandes diferenças se deve realmente ao posicionamento físico da rádio. A rádio local atende diretamente os interesses da comunidade abrangida, enquanto as demais mídias nacionais vão focar no âmbito geral do país”. Para além da localização física e da facilidade de acesso do ouvinte à emissora, “[...] a rádio local acaba por se tornar uma espécie de porta-voz da comunidade refletindo seus anseios perante aos demais [...]”, sentencia.

O diretor da Rádio Montanhosa (Gestor 2) afirma que o diferencial capaz de manter a conexão entre o viçosense e as emissoras da cidade é a ligação com o cotidiano da população:

As mídias locais têm uma empatia maior com o público local (...). É nas mídias locais, no rádio local que as pessoas se informam sobre o que acontece ali na localidade dela. Os ouvintes acreditam na rádio. Realmente ficam ligados na rádio para terem informações locais, regionais (GESTOR 2, junho, 2020).

A declaração do Gestor 2 nos remete à “confiança” (GIDDENS, 1991) que os ouvintes depositam na emissora, apostando na veracidade das informações recebidas por esse “sistema de peritos” – estas pautadas no dia a dia da região. Essa relação de confiança tem como base, segundo o Gestor 2, o fato de que

“[...] as notícias nacionais, as pessoas veem mais na internet e na televisão [...]”, enquanto “[...] a notícia local, a notícia no rádio local, é forte porque traz a informação para a realidade do ouvinte, próxima da vizinhança”. Isso porque as notícias locais veiculadas nas emissoras pesquisadas tomam como base o cotidiano (CERTEAU, 2014) do viçosense, no qual as práticas de sociabilidade se processam em torno dos interesses comuns, como informações pontuais sobre o coronavírus na realidade da cidade de Viçosa.

O apresentador do programa Cidade Alerta da Rádio 95.1 FM reforça esse argumento:

[...] com toda certeza a rádio local é mais próxima do ouvinte. Uma coisa é o que acontece nos grandes centros; outra é em nossa cidade. Existe uma relação de confiança muito grande do ouvinte de rádio do interior com os seus comunicadores, já que somos nós que trazemos os fatos do cotidiano de nossa cidade e região. Como as redes sociais não têm a mesma credibilidade que o rádio e o comunicador por, muitas vezes, terem seus programas ao vivo, a informação se torna importante para o ouvinte. (APRESENTADOR 1, junho, 2020).

No olhar do Apresentador 2, jornalista e locutor do programa Bom dia Cidade, da Rádio Montanhese, os moradores de Viçosa sentem-se mais seguros em ouvir notícias numa rádio local porque “o rádio tem essa magia” e, durante a pandemia, reforçou seu papel de “companheiro”, principalmente porque grande parte da população permanece em casa, no isolamento social, seguindo as recomendações das instituições de saúde.

Como comunicador que tem um programa segmentado de notícias no jornalismo, eu me vejo também com uma responsabilidade muito grande de passar informação, porque as pessoas vão ouvir determinada notícia e dizer: “Olha, foi o Júlio quem falou”. Então, a gente busca é sempre a veracidade das informações e eu acho que as pessoas estão mais ligadas nas rádios locais do que em mídias nacionais. Eu acho que [...] as pessoas se sentem mais seguras. (APRESENTADOR 2, junho, 2020).

Essa segurança pode ser analisada também na perspectiva de confiança preconizada por Giddens (1991). É a confiança que se deposita no locutor “amigo” que circula nas mesmas ruas, frequenta padarias, supermercados,

comércio e lugares comuns que constitui vínculo. Mesmo que a pandemia da Covid-19 seja um problema mundial, o Apresentador 2 anuncia: “[...] o ouvinte quer saber o que está acontecendo no seu quintal [...]”. Assim, mais uma vez, observamos o interesse dos ouvintes no rádio local em função de este pautar assuntos que afetam diretamente os moradores da região.

Como pontuamos inicialmente, a Classe 2, que tem como palavras e expressões mais mencionadas pelos respondentes “notícia”, “boletim”, “prestação de serviços”, “Covid-19”, “informação” e “população”, corrobora a valorização dessa mídia local. Estabelecer uma imbricação com o cotidiano dos viçosenses é uma estratégia (CERTEAU, 2014) da produção e dos gestores das emissoras. No caso das duas rádios analisadas, a prestação de serviços por meio da informação de interesse local é basilar para afetar a vida dos ouvintes.

O programa Bom Dia Cidade sempre reitera informações de prestação de serviços. Segundo o Apresentador 2: “A gente tem o contato com a Secretaria de Saúde, que é uma fonte, é confiável e também alerta a população para a importância do isolamento neste momento, e fala com os ouvintes que a gente ‘tá’ dando suporte de informação para eles”. As questões relacionadas ao coronavírus são inseridas no programa nos espaços jornalísticos já existentes: o Repórter Montanhese, o Giro de Notícias e os boletins, contendo dados atualizados sobre a situação em Viçosa e outras informações regionais, nacionais e mundiais acerca da doença. O apresentador destaca que essa prestação de serviços é permanente nesses espaços e na programação em geral, por meio da atualização de dados de boletins epidemiológicos e de orientações sobre a importância da higienização das mãos e da utilização de máscara, as formas de prevenção e os cuidados com pessoas de grupos de risco, por exemplo.

Para o Gestor 2, da Rádio Montanhese, “[...] a prestação de serviços vem quando você passa informação com credibilidade [...]” e, para isso, é fundamental apurar bem a notícia e verificar todas as informações antes da veiculação. Utilizar fontes locais, ou seja, entrevistados da cidade, especialistas

e autoridades próximas do público ouvinte é uma estratégia das emissoras:

A prestação de serviços está presente quando você coloca no ar entrevistas com especialistas de saúde para falar sobre o tema, quando você entrevista o prefeito ou o secretário municipal de Saúde para falar sobre ações que estão sendo tomadas sobre a pandemia. A prestação de serviços acontece dessas várias formas na medida em que você leva ao ar uma informação de credibilidade para toda a sociedade. Essa prestação de serviços em Viçosa foi muito importante porque Viçosa teve muitas medidas restritivas. Na Rádio Montanhese, explicamos para a população viçosense todas as medidas sobre o funcionamento das barreiras sanitárias, a flexibilização do funcionamento do comércio por meio do rodízio do CPF dos moradores de Viçosa, a importância do uso de máscara, o funcionamento da Feira Livre para explicar a respeito de quando pode se dar um *lockdown* na cidade, o fechamento de tudo, a situação do atendimento nos hospitais em relação à pandemia do coronavírus. São informações de prestação de serviços com credibilidade para a sociedade. (GESTOR 2, junho, 2020).

Além da Prefeitura de Viçosa, outras fontes são referenciais para a Rádio Montanhese, como prefeituras de cidades vizinhas e a Universidade Federal de Viçosa (UFV). Essas também são fontes referenciais na Rádio 95, 1 FM, conforme afirma o apresentador. As duas emissoras investigadas nesta pesquisa têm muito em comum em relação às suas fontes de informação na fase da pandemia.

O Apresentador 1, assinalando a função de prestação de serviços aos ouvintes, disse: "No meu programa, eu fiz, desde o início da pandemia, uma série de entrevistas com especialistas e autoridades que estão na linha de frente do combate ao coronavírus". Afirmou também:

Eu entrevistei o prefeito de Viçosa várias vezes, entrevistei prefeitos de toda a região vizinha de Viçosa, entrevistei especialistas, pessoas que falavam sobre o coronavírus na UFV, médicos, o pessoal do Centro de Operações de Emergência em Saúde de Viçosa (COE). Retransmitimos várias *lives* da Prefeitura de Viçosa ao vivo com o prefeito falando ao vivo sobre questões importantes na época, como os decretos municipais como forma de prevenção do Covid-19 determinando o isolamento social, o fechamento do comércio. Os ouvintes tinham que entender por que a cidade estava toda fechada. Fizemos essa cobertura ampla e diária sobre o fechamento das fronteiras de Viçosa, sobre os decretos de fechamento do comércio, da cidade. Meu programa Cidade Alerta fez a cobertura das notícias, sobretudo, relacionadas com a Covid-19. (APRESENTADOR 1, junho, 2020).

Em meio às turbulências do cotidiano em função da pandemia do coronavírus, as pessoas têm a necessidade de confiar em agentes sociais especializados. Para a audiência, os locutores, então, passam a ser “peritos” (GIDDENS, 1991, p. 35) com credibilidade para divulgar informações de prestação de serviços sobre a Covid-19 a partir da apuração de dados e de entrevistas com especialistas e autoridades. O Apresentador 1 mencionou ainda que a prestação de serviços do Cidade Alerta mudou de estratégia:

Meu programa estava ficando meio para baixo e algumas pessoas estavam falando isso comigo: “Paulinho, dá uma mudada um pouco, traz algumas notícias boas pra gente. Fala o que está acontecendo sobre a vacina”. É isso que eu faço agora. Nesse momento agora do meu programa, falo de esperança. Vou levar um professor da UFV para falar sobre as vacinas contra a Covid-19. Isso eu vejo como levar esperança ao ouvinte da rádio. A gente mostrou o que o Lar dos Velhinhos de Viçosa está fazendo. Você sabia que os idosos do Lar dos Velhinhos de Viçosa testaram negativo? Viçosa foi a única cidade da região que não registrou casos em asilo. Essas notícias positivas são importantes para trazer esperança à população, aos ouvintes. Inclusive eu tenho um quadro no programa, o “Soletrando e brincando um pouco”, no ar com os ouvintes para sortear prêmios e distraí-los. (APRESENTADOR 1, junho, 2020)

Essa mudança de foco no conteúdo da programação a partir do pedido dos ouvintes pode ser observada como respeito à opinião do ouvinte nessa relação de confiança e, pode-se também dizer, como estreitamento dos laços de afeto com a audiência.

O papel do comunicador e a interação do público

As Classes 4 e 5 estão interligadas pelo que representam as denominações: “Responsabilidade e atuação do comunicador” e “Participação e interação do ouvinte”, respectivamente. Cabe, aqui, iniciar a discussão indagando o que leva o público a optar pela audiência da rádio local mesmo diante de tantas ofertas de mídias na atualidade. O papel do locutor na programação tem importância central para estabelecer essa conexão. A credibilidade da informação serve como bússola para monitorar a responsabilidade do locutor na interação com os ouvintes – o que pode ser conferido nas falas dos entrevistados.

A Classe 4, denominada “Responsabilidade e atuação do comunicador”, tem como destaque as palavras ligadas à forma como o “apresentador”, também chamado “locutor” ou “comunicador”, relaciona-se e tem “responsabilidade” para com seu “ouvinte”. Diante da discussão em torno da motivação de viçosenses ouvirem o rádio local mesmo diante de tantas ofertas de mídias na atualidade da comunicação (CARDOSO, 2007), uma colocação do Apresentador 1 sintetiza essa discussão: “O ouvinte tem uma relação super próxima com nós, apresentadores de rádio. O que faz o ouvinte ter o vínculo com o programa é uma boa programação e novidades que o apresentador possa trazer, incluindo as promoções”. Quanto à “responsabilidade”, o locutor defende ser um dos compromissos com o público:

Fico muito à vontade para falar sobre o tema. Tenho tido muito cuidado ao passar informações sobre o coronavírus, entrevistando autoridades que estão participando da linha de frente do combate ao coronavírus. A população local de Viçosa está preocupada com o que acontece no mundo, no Brasil e no estado, mas ao mesmo tempo o ouvinte da rádio local quer e precisa saber como as nossas autoridades locais de Viçosa estão combatendo e trabalhando o assunto [...]. Por isso, é importante as rádios informarem, e com responsabilidade. (APRESENTADOR 1, junho, 2020).

Essa estratégia (CERTEAU, 2014) de se apresentar como aquele que cuida e tem responsabilidade perante a alteridade é um forte elemento para constituição de vínculos.

Alguns são chamados – eu vou batizar – de “ouvintes fiéis”, que estão com a gente todo dia [...]. O ouvinte fica à vontade até de nos questionar determinadas informações, né, que ele tem dúvida, e o comunicador tem essa responsabilidade de ser amigo do ouvinte. A rádio se torna também amiga do ouvinte [...]. Mas acho que o que faz ter vínculo é justamente a rádio mostrar que ela tá do lado do ouvinte, ou seja, a rádio, ela tem uma missão de informar, de prestação de serviços, de cobrar das autoridades. (APRESENTADOR 2, junho, 2020).

As pontuações apresentadas pelos locutores traduzem uma relação de confiança (GIDDENS, 1991) que se estabelece pela empatia, segundo o gestor da RM. As dimensões de cuidado e de responsabilidade com o conteúdo

também podem ser consideradas basilares para a constituição de uma espécie de comunidade (BAUMAN, 2014) e de laços de afeto em torno da programação (HALBWACHS, 1990).

O Gestor 2 chega a dar um exemplo de que “[...] um jovem vê uma informação na rede social e fala pra avó, pra tia. Mas a avó e a tia só vão acreditar quando ouvirem num veículo de comunicação de confiança delas, que seria a rádio aqui no interior”. E acrescenta que:

O mais importante é se tornar um representante da localidade [...]. Sobretudo com um conteúdo de qualidade e de credibilidade da rádio local, já que a internet cai muito no descrédito por causa das *fake news*. Isso joga a nosso favor, a responsabilidade que sempre se teve de a rádio local ser uma mídia que as pessoas esperam a notícia por ela. Tem uma notícia na cidade, o ouvinte fica esperando veicular a informação na rádio. O viçosense espera. E, se deu na rádio Montanhese, aquilo se torna verdade ou tem um selo de veracidade. (GESTOR 2, junho, 2020)

Aguardar a notícia de uma determinada emissora é sinal de fidelização de um público cativo que cria uma comunidade (BAUMAN, 2003) familiar, mas também imaginada (ANDERSON, 1989) e afetiva (HALBWACHS, 1990) em torno das irradiações. As pessoas fazem parte de uma massa de ouvintes que não se conhecem, mas que se sentem estreitamente ligados uns aos outros por compartilharem pensamentos comuns; é a identificação com base em experiências, reflexões, paixões e sensações comuns.

A Classe 5 tem relação estreita com a anterior. A proximidade dos ouvintes com as emissoras e, em especial, com os apresentadores, deu-se por muito tempo por meio do “telefone”, uma das palavras geradas no *software* nessa categoria, intitulada “Participação e interação do ouvinte”. O telefone permanece como uma das formas de comunicação entre o público e a produção, todavia, com os avanços tecnológicos, a internet viabilizou novas formas de “participação”, como o WhatsApp e/ou redes sociais. O Iramuteq também fez esses destaques na Classe 5, incluindo o verbo “contar”, mencionado pelo Apresentador 2 como mecanismo de aproximação com sua audiência.

Ter esse contato com o ouvinte sempre é deixar o ouvinte contar história, entrar no mundo dele, né. Por exemplo, a Dona Maria tá fazendo um café na hora que ela participa comigo. Eu falo: “Dona Maria, tá fazendo o café aí?” [...] “O que tem aí de gostoso para o almoço hoje?”. É isso que eu tenho aprendido, entrar no mundo do ouvinte, contar história. (APRESENTADOR 2, junho, 2020)

O Apresentador 2 reitera que, em seu programa, os ouvintes podem interagir por telefone e pelas redes sociais: “Tem uma hora que eu abro para eles falarem comigo pelo telefone. Tem o nosso próprio WhatsApp, que fica aberto a todo momento na tela do computador. Temos o Instagram, o Facebook [...]”. Além disso, esse apresentador menciona que as redes sociais são monitoradas por uma jornalista que o alerta quando chegam mensagens como “mandar um abraço”. Antes da pandemia, o Apresentador 2 lembra que “fazia muita questão de visitar o ouvinte” e que as pessoas realizavam visitas ao estúdio para ver de perto como funciona “aquela magia do rádio” e conhecer o locutor.

Na pandemia, os ouvintes atuam inclusive como coprodutores, sugerindo abordagens de dúvidas relacionadas à Covid-19 ao enviarem perguntas quando da realização de alguma entrevista com especialistas ou autoridades da cidade de Viçosa.

Quando estamos com algum entrevistado, os ouvintes imediatamente nos enviam perguntas e a gente deixa eles bem à vontade para poder participar com a gente, para poder interagir, a fim de que eles possam ficar informados e que a gente tire as dúvidas deles. Os ouvintes são bem participativos. (APRESENTADOR 2, junho, 2020)

O Apresentador 1 confirma essa forma de participação:

O ouvinte é o termômetro de qualquer emissora. É o ouvinte quem traz as denúncias, as informações do que está acontecendo em seu bairro, na comunidade, na cidade, para que possamos tentar resolver através de entrevistas com autoridades que poderão ou não solucionar o problema daquela comunidade, inclusive do que se trata sobre o coronavírus. (APRESENTADOR 1, junho, 2020)

A interação pode ainda ser feita quando o público passa a ser fonte:

No começo da pandemia, eu entrevistei vários viçosenses que moram em outros países. Coloquei esses viçosenses ao vivo de outros países na época para

poder mostrar como que a pandemia estava fora do Brasil. Fomos na Itália, Dinamarca, Inglaterra, Espanha, Finlândia [...]. Coloquei no ar vários brasileiros de Viçosa que estão em outros países para mostrar o que que estava sendo feito nessas regiões para combater o coronavírus, como eles estavam vivendo lá e os protocolos que foram implantados lá. Isso é importante também. (APRESENTADOR 1, junho, 2020)

A mesma estratégia (CERTEAU, 2014) foi utilizada pela Rádio Montanhese. É também a expressão da identidade local em um espaço internacional. O gestor salienta, entretanto, que a produção analisa cuidadosamente as informações que chegam à emissora. O Gestor 2 também explicitou a cautela com que tratam as informações repassadas. Nada é levado ao ar sem checagem.

Os ouvintes participam a todo momento da programação da rádio [...]. Damos destaque na participação dos ouvintes na primeira pessoa. O ouvinte que entra no ar, ele fala o que está fazendo como forma de prevenção da Covid-19 [...] para reforçar uma comunicação [...], como a importância de se usar a máscara, a importância de ficar em casa, o que o ouvinte está fazendo em casa na pandemia para passar dicas para outros ouvintes, passar receitas de como passar o tempo no dia a dia [...], né, algumas informações desse tipo, sim. (GESTOR 2, junho, 2020)

A atuação do ouvinte dando sugestões de pautas sobre o coronavírus, ou seja, de temas a serem apurados e inseridos nos programas, além de outras formas de participação, representa a tática estabelecida por Certeau (2014) para os "mais fracos", já que a empresa de comunicação estaria no lugar do "mais forte" por estabelecer a estratégia de definir o conteúdo da programação. Assim, o ouvinte tem a astúcia de buscar mecanismos para participar dessa programação até mesmo como coprodutor.

Vínculo com o rádio local e a constituição de comunidade de afeto

Nesta análise dos resultados, identificamos mais uma imbricação. As Classes 3 e 6 conversam entre si por apresentarem segmentos de texto permeando "vínculo com o rádio" e "comunidade de afeto em torno do rádio", denominações dadas para essas categorias, respectivamente. Na Classe 3, as

palavras que apareceram com maior expressividade – “audiência”, “história”, “emissora”, “comunicação”, “vínculo” e “rádio” – circundam o universo dos vínculos estabelecidos entre a “emissora” e sua “audiência”, como sinaliza o *software*. Para mais, pode-se dizer, a partir da história centenária do “rádio”, perpassada por transformações tecnológicas, que, mesmo no cenário da Comunicação em Rede (CARDOSO, 2007), este permanece no cotidiano da população.

Neste momento, questionamos: o que levaria o ouvinte a estabelecer o vínculo com a rádio? É preciso se identificar não apenas com o conteúdo da informação, mas também com a forma como essa informação chega a esse ouvinte, alcança-o. Na trajetória para conquistar sua confiança, o locutor coloca-se no lugar da audiência para compreender melhor suas necessidades, seus anseios.

De acordo com o sócio-gerente da 95.1 FM, o hábito de ouvir o rádio é perpetuado geracionalmente, já que, em uma família, esse costume passa de uma geração para outra. É importante pontuar que, no caso dos locutores, a atuação profissional também persiste por décadas. “São gerações de pessoas que crescem escutando a rádio e, no caso do locutor, o inverso também é verdade – diversos ouvintes que interagem regularmente. Logo, existe um elo de amizade e confiança entre todos”, relata o Gestor 1. Para o gestor, essa tradição centenária do veículo de comunicação o considera “acessível a qualquer pessoa” e de facilidade de escuta “sem prejuízo em quase qualquer momento em casa, no carro, no trabalho ou andando na rua”, o que torna o rádio “um amigo de qualquer hora ali sempre pronto para lhe atender”.

Percebemos, então, a existência geracional de laços de amizade, de afeto entre moradores da cidade e os “amigos” da rádio local. É um carinho da escuta que passa de pai para filho, de mãe para filha. Com 71 anos de existência, a Rádio Montanhesa marcou gerações ao passar por uma trajetória de adaptações aos cenários midiáticos com diversas inovações nas últimas décadas, incluindo o jornalismo (FRAGA, 2019; LOPEZ, PRATA, DEL BIANCO,

ZUCULOTO e FARIAS, 2018). “Não adianta nada você ter a história se você não se adaptou ao longo do tempo”, enfatiza o Gestor 2, diretor administrativo da pioneira entre as mídias radiofônicas de Viçosa. A RM acompanhou a tendência de “rádio expandido” (KISCHINHEVSKY, 2016), inserindo a emissora no ambiente multiplataforma a partir da ampliação de conteúdo jornalístico para um portal de internet e para as redes sociais.

Pontuamos, por fim, a Classe 6, apresentando ligações estreitas com a Classe 3, embora permaneça presente principalmente na perspectiva da “rádio local” como “mídia” existente na “realidade” dos moradores de Viçosa, gerando “empatia” e constituindo, sobretudo, a “comunidade” de “afeto”, sendo os vocábulos destacados os evidenciados pelo Iramuteq.

Notadamente, como explicitamos anteriormente, a história da rádio local é importante para a criação de vínculos, mas quem possui as condições para alcançar a comunidade é o locutor. É ele que estabelece a interação, que cativa por meio de suas estratégias, dando a sensação de proximidade com a família, tratando do cotidiano, solidarizando-se e possibilitando a criação da comunidade de afeto em torno do rádio.

O papel do locutor na criação da comunidade de afeto é reconhecido pelos entrevistados: “[...] o locutor é o pilar da rádio. Mesmo que a equipe por trás da rádio seja numerosa, apenas o locutor vai ser percebido pelo ouvinte. Logo, ter um ótimo locutor no ar é essencial”, ajuíza o Gestor 1, com sua experiência de 32 anos à frente da rádio. Ele acrescentou que “[...] no rádio, quase tudo é ao vivo; então, ter um bom locutor é necessário para boa fluidez do programa e para cativar o ouvinte”.

O Apresentador 1 reforça esse argumento ao lembrar que muitos apresentadores e locutores, incluindo o próprio comunicador, “[...] têm ouvintes fiéis há anos, seguidores de verdade, mantendo fiel e alta a audiência desse público ouvinte”. O Gestor 2 concorda que, entre o conjunto de fatores para conquistar a audiência, o locutor é um personagem central:

O locutor tem que ter carisma, empatia. Um locutor tem que ter um contexto regional, local. Um locutor de outra cidade, entrar em cadeia sem falar nada da

cidade não cria laços. A comunicação é mais fria. Isso atrapalha muito a audiência. Nós damos preferência para programas locais, locutores locais e cuidamos disso com muito carinho e atenção para que os ouvintes se sintam acolhidos. (GESTOR 2, junho, 2020).

Acolher o ouvinte com carinho é uma estratégia aludida pelos locutores entrevistados nesta pesquisa. O Apresentador 2 frisa, nesse aspecto, seu diferencial:

Sempre lembro o nome dos ouvintes. Eles gostam de ser lembrados na rádio [...] que fala o nome deles. Eu faço muita questão disso. Talvez isso some na minha carreira, na minha performance como locutor, como comunicador. Isso é muito bom, ter esse diálogo, deixar o ouvinte tranquilo, o ouvinte à vontade. (APRESENTADOR 2, junho, 2020)

Este acrescenta, ainda, o papel do comunicador na criação de vínculos, de laços com o público:

Comunicar, falar com as pessoas, é um dom. Mostrar para o ouvinte que ali são os dois, locutor e o ouvinte, os dois que são o centro naquele momento da participação dele [...]. Tem quem diga que locutor de rádio é mentiroso porque dá um bom-dia alegre e às vezes o dia dele não tá legal. Eu procuro sempre levar essa positividade para os ouvintes. (APRESENTADOR 2, junho 2020)

Enfim, percebemos que os dados de todas as classes são permeados pela existência de vínculos, laços, e comunidades de afeto em torno da rádio local – essa ligação pode ser referendada pelos preceitos de Halbwachs (1990). Esse fato também pode ser corroborado com a declaração do Apresentador 1: “O ouvinte tem você como uma pessoa da casa dele, alguém em quem ele confia de verdade”.

Uma das dimensões fundamentais da construção das comunidades de afeto se dá por essa relação entre o locutor e o ouvinte, entre a emissora e a sua audiência, que é emocional, permeada por sentimentos e que não se separa da prestação de serviços. Nesse sentido, esse reconhecimento dos apresentadores e gestores da existência desse vínculo torna-se fundamental para a rádio local. A relação de confiança e constituição de comunidades de afeto no caso da rádio local se dá pela proximidade com o apresentador, intrinsecamente ligada à

prestação de serviços.

Com as investigações deste estudo, percebe-se que a escolha pela escuta do rádio nessa comunicação em rede tem como explicação o vínculo estabelecido com os ouvintes por meio de “estratégias” criadas pela produção dos programas ao apresentar prioritariamente um conteúdo local, voltado para o cotidiano da população de Viçosa e de regiões vizinhas (CERTEAU, 2014). O enfoque das notícias das duas emissoras é sempre o regionalismo, característica importante em programas populares, já que as pessoas se interessam por questões relacionadas ao que representa o cotidiano em que vivem (MARTÍN-BARBERO, 2003; BOURDIEU, 1989).

Essas emissoras locais de rádio estão, portanto, imbricadas com o cotidiano dos viçosenses. Isso porque o esforço estratégico por parte da produção de programas para que os ouvintes se reconheçam numa comunidade do tipo “familiar” é percebido claramente na identificação do público perante a alteridade. Podemos entender essa vinculação de comunidade (BAUMAN, 2003) em função de as mídias locais mais tradicionais tornarem-se espaços de aconchego e segurança, gerando uma sensação de pertencimento. Tal identificação com essas emissoras pode ser considerada uma espécie de “confiança”, traduzida por Giddens (1991, p. 35-37). O que torna o rádio popular, então, é sua ligação com a vida das pessoas. O público ouve o rádio para se divertir, emocionar-se, dialogar, desabafar, pedir ajuda e solidarizar-se (MARTÍN-BARBERO, 2003).

É a sensação de proximidade e de familiaridade que faz com que Viçosa sintonize ou acesse emissoras de rádio como a Rádio Montanha e a 95.1 FM para buscar informações relacionadas à qualidade de vida e, notadamente nos últimos meses, à pandemia da Covid-19.

Considerações finais

Em meio à turbulência da pandemia do coronavírus, emissoras locais de Viçosa/MG – Rádio Montanha e Viçosa 95,1 FM – reforçam os laços com seus

ouvintes, assegurando uma audiência cativa e afetiva, mesmo diante da oferta de outras mídias.

No período desta pesquisa, constatamos nas falas dos entrevistados que, no contexto da pandemia da Covid-19, as emissoras locais intensificaram os vínculos com os ouvintes por meio da prestação de serviços, levando à população informações diretamente relacionadas ao seu dia a dia. Os locutores tiveram papel central na difusão de orientações e notícias sobre como essa doença afeta a cidade, das decisões da prefeitura acerca do isolamento, limites de deslocamento, fechamento e abertura de comércio, bares e restaurantes, das condições dos hospitais, da divulgação de dados sobre número de casos de Covid-19 e de outros temas relacionados. Em Viçosa, cidade que mantém a tradição de vínculos com a mídia radiofônica, o rádio local conta com a vantagem de ser um espaço privilegiado de cumplicidade, interação e proximidade com o público.

Neste estudo, analisamos, a partir do olhar de locutores e gestores de duas emissoras locais, o afeto na perspectiva de sentimento e também nos sentidos de bem querer e de carinho e de se afetar no e pelo cotidiano de Viçosa. Na concepção desses sujeitos sociais, percebe-se uma adesão expressiva de ouvintes que buscam nas emissoras locais informações e orientações sobre o coronavírus, qualidade de vida e entretenimento. As irradiações trazem aos lares de Viçosa, nas áreas urbanas e rurais, o compartilhamento de conhecimento científico e momentos de distração por meio da narrativa amiga dos locutores e da veiculação de músicas e mensagens de esperança e otimismo para acalentar corações e mentes.

Na fase de isolamento social e consequente necessidade de ficar em casa, a rádio local reforçou sua posição de protagonismo no que se refere à prestação de serviços. Constatamos que tal função das emissoras investigadas, voltada para o cotidiano (CERTEAU, 2014) local, ganha destaque, sobretudo por sua relação com o dia a dia dos viçosenses, gerando vínculo de confiança e levando ao ar informações e entrevistas com especialistas e autoridades

presentes nas atividades diárias dos moradores, como os da Prefeitura de Viçosa, da Universidade Federal de Viçosa, de outras instituições e até mesmo das próprias emissoras, como seus locutores, que contam com o reconhecimento popular.

A partir das narrativas dos profissionais de rádio entrevistados, foi possível evidenciar que, no caso das rádios locais, a prestação de serviços tem relevância e centralidade informacional por estar voltada para o cotidiano regional, tornando-se elemento constituinte de comunidades afetivas em torno da programação das emissoras. Assim, a prestação de serviços torna-se um elemento fundamental para as rádios locais se constituírem como um espaço de relevância e centralidade informacional e de construção de comunidades afetivas (HALBWACHS, 1990), gerando vínculo e reconhecimento. Isso foi constatado pelo olhar dos apresentadores e gestores de duas emissoras da cidade, sujeitos que revelaram estratégias e táticas de estreitamento de laços entre a produção e o público, principalmente em torno da cobertura de um assunto de extremo interesse da população: a pandemia do novo coronavírus. Por fim, consideramos importante a realização de outros estudos que possam problematizar as realidades de mídias radiofônicas do interior do país, território fértil de relações de sociabilidade.

Referências

- ANDERSON, Benedict. **Nação e Consciência Nacional**. São Paulo: Editora Ática, 1989.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BARBOSA, Marialva. Prefácio. PRATA, Nair (org.). **Panorama do Rádio no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2011.
- BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil S.A., 1989.

CAMARGO, Brígido Vizeu; JUSTO, Ana Maria. Tutorial para uso do software IRAMUTEQ. 2016. Disponível em: http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/_TutorialIRaMuTeQemportugues_17.03.2016.pdf. Acesso em: 10 nov. 2017.

CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrine, notícias**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

FERRARETTO, Luiz Artur; MORGADO, Fernando. **"Covid-19 e comunicação, um guia prático para enfrentar a crise"**. Porto Alegre: Núcleo de Estudos de Rádio (NER) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), 2020.

FRAGA, Kátia de Lourdes. Ser jovem aos 70: o desafio de uma rádio tradicional mineira na migração do rádio AM para o FM. *In: 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Anais [...]*. São Paulo: SBPjor, 2018.

FRAGA, Kátia de Lourdes. **O rural em rede: rádio, midiaticização e ruralidade no cotidiano da zona da mata mineira**. Tese (Doutorado em Extensão Rural) - Universidade Federal de Viçosa, Viçosa. 2018.

FRAGA, Kátia de Lourdes. **Laços de família: a construção de uma comunidade de afeto no Programa Jairo**. Dissertação de mestrado, Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Rio de Janeiro: UFF, 2005.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Ed. Unesp, 1994.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (1990, 2010). Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/>. Acesso em: 10 jun. 2017.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

LOPEZ, Debora Cristina; PRATA, Nair; DEL BIANCO, Nelia; ZUCULOTO, Valci; FARIAS, Karina. Reposicionamento do radiojornalismo frente aos novos desafios da migração do AM para o FM: análise de caso de quatro emissoras tradicionais. *In: 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Anais [...]*. São Paulo: SBPjor, 2018.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2003.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade**. 18a ed. Petrópolis: Vozes, 2001.