

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO

MAYARA FERNANDA AMO LUNA

**REVISTA UNIVERSITÁRIA: PROGRAMA
RADIOFÔNICO PARA JOVENS UNIVERSITÁRIOS**

BAURU
2013

MAYARA FERNANDA AMO LUNA

**REVISTA UNIVERSITÁRIA: PROGRAMA
RADIOFÔNICO PARA JOVENS UNIVERSITÁRIOS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob a orientação da Profa. Ma. Daniela Pereira Bochembuzo.

BAURU
2013

L961r	<p>Luna, Mayara Fernanda Amo</p> <p>Revista Universitária: programa radiofônico para jovens universitários / Mayara Fernanda Amo Luna -- 2013. 69f. : il.</p> <p>Orientadora: Profa. Me. Daniela Pereira Bochembuzo.</p> <p>Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social - Jornalismo) – Universidade do Sagrado Coração – Bauru – SP.</p> <p>1. Rádio. 2. Jornalismo. 3. Entretenimento. 4. Estudante universitário. 5. Bauru. I. Bochembuzo, Daniela Pereira. II. Título.</p>
-------	--

MAYARA FERNANDA AMO LUNA

**REVISTA UNIVERSITÁRIA: PROGRAMA RADIOFÔNICO PARA
JOVENS UNIVERSITÁRIOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob a orientação da Profa. Ma. Daniela Pereira Bochembuzo.

Banca examinadora:

Profa. Ma. Daniela Pereira Bochembuzo
Universidade do Sagrado Coração

Prof. Me. Vitor Pachioni Brumatti
Universidade do Sagrado Coração

Ricardo Bizarra
Jornalista- 96 FM Bauru

Bauru, 12 de dezembro de 2013.

Dedico este trabalho a minha família e amigos, que me ajudaram nesta importante conquista.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente quero agradecer a Deus, por ter me dado forças para chegar ao final deste trabalho. Agradeço a Ele por estar comigo em todos os momentos, seja eles bons ou ruins. Obrigada por sempre estar presente na minha vida.

À minha família, em principal minha mãe, Rosangela, e meu pai, Sergio, que me apoiam em tudo que faço, e que me incentivam todos os dias a nunca desistir. Vocês são meus exemplos, minhas riquezas, minha vida. Obrigada por tudo o que fazem por mim, e por serem os melhores pais do mundo.

Ao meu namorado, Gabrenon, que esteve presente em todos os meus momentos difíceis, e que me ajudou a vencer todos eles com muita garra. Você é mais que um namorado, é meu companheiro, meu amigo, meu amor. Obrigada por sempre estar ao meu lado.

Às minhas queridas amigas que fiz durante a faculdade, e que vou levar para a vida toda, Jéssica, Lídia e Mariana. Vocês foram mais que essenciais durante todos esses anos, obrigada pela parceria, pelo apoio, e pela amizade.

Aos meus amigos em geral da faculdade, da nataçãõ e do serviçõ, em especial vocês: Thais, Laris, Carol, Débora, Aline, Carlos, Tati, Josi, Léo e Cakis. Vocês, mesmo de longe, eu sei que estão por perto. Agradeço por sempre me confortarem com palavras ou com simples gestos de carinho e amizade.

A todos os professores da USC, que fizeram parte desta minha caminhada. Em especial à minha orientadora, Daniela Bochembuzo, que me ajudou e me incentivou durante todos esses meses de trabalho. Sem você eu não conseguiria ter chegado até aqui, sua competência e dedicação me fazem admirá-la e tê-la como exemplo em minha vida.

A Alex Costa e Leandro Zacarin, os famosos meninos da rádio, que me ajudaram em diversos trabalhos e principalmente neste. Obrigada por me ajudarem e me divertirem. Nunca vou esquecer de vocês.

Agradeço a todos que sempre acreditaram em mim, e me ajudaram a nunca desistir.

Nenhum obstáculo será grande se a sua vontade de vencer for maior. (Autor desconhecido)

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso tem como objetivo a produção de um programa radiofônico para jovens universitário. A escolha se deve à constatação de inexistência de programa específico somente para jovens universitários nas emissoras de rádio de Bauru. Outra justificativa envolve o fato de Bauru ser uma cidade universitária, possuindo 11 instituições de ensino superior. Tal contexto motivou a autora a elaborar pesquisa para conhecer hábitos de consumo de rádio e interesse de conteúdo de universitários, e atender o que os jovens universitários de Bauru e região desejam ouvir, de forma a pautar o programa. A pesquisa envolveu 200 universitários em quatro Universidades, a saber: USC, UNESP, USP e ANHANGUERA. A partir dos resultados, foi produzido o Revista Universitária, um programa semanal, que tem como principal objetivo informar este público, não deixando de lado os demais ouvintes. Um programa que traz recursos informativos, com entretenimento, sob formato jovem, e linguagem coloquial. Durante todo o desenvolvimento desta monografia foi utilizado autores ligados ao rádio e sua produção. A partir do produto produzido, é viável para veiculação em rádio FM.

Palavras-chave: Rádio. Jornalismo. Entretenimento. Estudante universitário. Bauru.

ABSTRACT

This Work Completion Course aims to produce a radio program for university students. The choice is due to the finding of unspecific program only for college kids on the radio of Bauru. Another explanation involves the fact Bauru is an university town, having 11 institutions of higher education. This context motivated the author to develop research to understand consumer habits and interest radio content university, and meet what the university students of Bauru region want to hear, so guided the program. The research involved 200 students in four universities, namely: USC, UNESP, USP and ANHANGUERA. From the results, we created the University Magazine, a weekly program that has as main objective to inform this audience, leaving aside the other listeners. A program that brings informative features with entertainment format in young and colloquial language. During the entire development of the authors was used manograph connected to the radio and their production. From the product produced , it's feasible to run in FM radio

Keywords: Radio. Journalism. Entertainment. Student university. Bauru

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 -	Universidades participantes.....	31
Tabela 2-	Idade dos universitários.....	31
Tabela 3-	Frequência que ouve rádio.....	32
Tabela 4-	Tempo que ouve durante a semana.....	32
Tabela 5-	Horário que mais ouve.....	32
Tabela 6-	Emissoras mais ouvidas.....	33
Tabela 7-	Conteúdo mais ouvido.....	33
Tabela 8-	Identificação com as emissoras de Bauru.....	33
Tabela 9-	Classificação da programação.....	34
Tabela 10-	Lugar em que mais ouve.....	34
Tabela 11-	Ouviria um programa voltado ao público universitário.....	34
Tabela 12-	Tipo de assunto que gostaria que o programa abordasse.....	34

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
2	RÁDIO E ENVOLVIMENTO COM O PÚBLICO.....	13
3	CARACTERÍSTICAS DA RADIOFUSÃO.....	21
4	ESTUDO DE CASO.....	27
5	PESQUISA.....	31
5.1	ANÁLISE DA PESQUISA.....	35
6	DESENVOLVIMENTO.....	37
6.1	RELATÓRIO DO PROGRAMA REVISTA UNIVERSITÁRIA.....	43
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	45
	REFERÊNCIAS.....	47
	APÊNDICE A – PROGRAMA REVISTA UNIVERSITÁRIA.....	50
	APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO.....	67
	APÊNDICE C – UNIDADE DE CD CONTENDO O PROGRAMA REVISTA UNIVERSITÁRIA.....	69

1 INTRODUÇÃO

O presente projeto visa produzir um programa radiofônico para jovens universitários na cidade de Bauru- SP, a ser veiculado em uma emissora FM. Tal programa se faz relevante uma vez que, dentre as emissoras de Bauru, nenhuma possui programa específico com conteúdo a jovens universitários.

A proposta de um programa segmentado fica mais clara quando se retoma a história do rádio e sua relação com a audiência. O início da história do rádio foi marcada pelas primeiras transmissões radiofônicas, mundialmente em 1906, nos EUA, por Lee de Forest, e no Brasil em sete de setembro de 1922, na cidade do Rio de Janeiro, por Eptácio Pessoa.

Tais atividades somente foram possíveis porque o cientista italiano Guglielmo Marconi, no final do século XIX, realizou alguns testes de transmissão de sinais sem fio, e também descobriu o funcionamento da antena. Ele ficou conhecido em todo o mundo como o “descobridor do rádio”.

No Brasil, quase na mesma época, o padre Roberto Landell de Moura testou a primeira transmissão de fala por ondas eletromagnéticas, sem fio, e foi graças a ele que a Marinha Brasileira realizou testes de mensagens telegráficas.

A radiofusão como serviço de transmissão regular surgiu em novembro de 1920, nos EUA. Seu sucesso foi imediato e em outubro 1921 foram registradas nove emissoras; em janeiro de 1922, 26 novas emissoras entravam no ar; ao final de 1924 os americanos já contavam com 530 emissoras (CALABRE, 2004).

O aumento expressivo dos números de emissoras contou com a ajuda da publicidade, por meio de anúncio de produtos no rádio. O conteúdo publicitário ampliou o impacto do meio na vida em sociedade, uma vez que o rádio foi o primeiro meio de comunicação a falar individualmente com cada pessoa, (CALABRE, 2004) assim cada ouvinte podia sentir de forma diferente o que era dito, e assim permanece até hoje, o meio rádio tem a capacidade de fazer com que o ouvinte expresse de diversas formas o que está sendo dito, e possa sentir a emoção vocal do locutor. Por isso, o rádio, entre os meios de comunicação de massa, pode ser considerado o mais popular e de maior alcance público, é caracterizado por sua instantaneidade, simplicidade e flexibilidade.

No Brasil, o rádio começou a ter seu espaço no ano de 1923, quando foi fundada a primeira emissora de rádio, por Edgard Roquete Pinto: a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro.

No início, era um meio de elite, portanto de difícil acesso à classe de menor poder aquisitivo. O rádio passou por dificuldades financeiras no país, além do que os textos publicitários eram proibidos, o que dificultava ainda mais sua sobrevivência.

Aos poucos o rádio começou a ganhar seu espaço pelo Brasil. A década de 1930 foi de grande marco para o rádio no Brasil. Com a participação do público nos programas e os programas de auditório, o rádio foi encontrando a si próprio, definindo sua linha de atuação (BARBOSA FILHO, 2003). Contribuiu para isso a autorização para veiculação de conteúdo publicitário, por Getúlio Vargas, em decreto de 1930, favorecendo a sustentabilidade financeira do meio.

A Era de Ouro do rádio brasileiro, registrada entre a década de 30 e de 50, é marcada pelo surgimento do Repórter Esso, que trouxe para o meio rádio uma estrutura inovadora do noticiário (KLOCKNER, 2011).

Mas nos anos 60 o rádio, que sofreu uma forte crise devido à emergência da televisão, teve que se reestruturar, a segmentação do público-ouvinte, foi o principal fator a fim de aumentar a audiência. Com isso, aos poucos foram surgindo diversos tipos de programas.

Desde então, a segmentação vem ganhando espaço entre as emissoras. Hoje, as programações são voltadas a um público específico, a fim de atender os interesses dos ouvintes. E é baseado na segmentação que o público universitário foi escolhido como objeto de estudo deste trabalho, por ser um público com a qual a autora se identifica, e por estar presente no dia a dia da mesma.

Outra razão da escolha deve-se à aproximação do meio com o ouvinte, e a partir dos estudos de rádio e sua produção. Além de dar maior acessibilidade ao ouvinte e passar informações de forma rápida e clara, a emoção vocal toma conta, fazendo com que a audiência se prenda à notícia ou matéria, pois, ao ouvir o som, o receptor tenta visualizar o que ouve, criando em sua mente uma imagem.

Soma-se a isso o fato de que Bauru é considerada uma cidade universitária por possuir 11 instituições de ensino superior, a maioria delas com grande diversidade de cursos, totalizando aproximadamente 30.000 universitários, segundo dados do último censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) realizado em 2010. Os estudantes universitários movimentam a economia da cidade principalmente no setor imobiliário, pois a maioria deles vem de outras cidades. Por conta desses fatores, a escolha de um programa de rádio para universitários é viável, uma vez que o rádio é um dos veículos de comunicação de maior abrangência, podendo atingir quase toda a população, por seu baixo custo.

Avalia-se que o rádio possa conseguir atender o segmento universitário, que necessita de um espaço para ser informados, ligado e atualizado em questão de notícias informativas e culturais.

A proposta é que o programa tenha 90 minutos de duração, divisão por blocos, apresentação realizada por uma locutora, e conteúdo composto por informações e notícias de interesse a esse determinado público. Para tanto foi realizado uma pesquisa de campo, entre quatro Universidades de Bauru, a fim de obter informações que ajudarão a pautar o programa.

No jornalismo radiofônico, os programas são divididos por gêneros, são eles: jornalístico, entretenimento, educativo-cultural, publicitário, propagandístico, de serviço e, por fim, o especial (BARBOSA FILHO, 2003).

Para atender as necessidades do programa objeto deste trabalho, será utilizado de forma predominante o gênero jornalístico, pois o programa apresentará notícias e informações de interesse a esse determinado público, e com recursos do gênero de entretenimento, que permite que o universo imaginário cause proximidade e empatia entre a mensagem e o receptor.

A estrutura do programa permite adequação ao formato definido pela emissora, uma vez que algumas utilizam gravações durante as programações, e outras possuem diferentes formatos durante sua programação, como participação do público, mesa-redonda, entrevistas, etc. (HAUSMAN, 2010).

Hoje o Brasil possui aproximadamente 9.400 emissoras de rádio em funcionamento, incluindo emissoras comerciais AM e FM e rádios comunitárias, o que mostra que o meio rádio se mantém ativo dentre os outros meios de comunicação (BRASIL, 2013). Em Bauru existem sete emissoras transmissoras, de acordo com a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (2008), mas o alvo deste trabalho é a frequência FM, por possuir emissoras de gênero mais jovem, a qual o programa proposto se adequaria.

Após analisar a grade das emissoras FM, a proposta do programa para universitários se justifica pela ausência de um produto jornalístico similar. Sendo assim, torna-se relevante tal proposta, uma vez que o programa abordará assuntos e matérias que os jovens universitários gostam de ouvir, com temas e discussões pertinentes a esse público.

2 RÁDIO E ENVOLVIMENTO COM O PÚBLICO

No Brasil, a implantação do rádio se deu oficialmente em 7 de setembro de 1922, na cidade do Rio de Janeiro, onde alguns componentes da sociedade carioca ouviram o discurso de Epitácio Pessoa. Logo, em 1923, a instalação da radiodifusão trouxe o início da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Roquette Pinto e Henry Morize; o caráter educativo marcou a emissora. Segundo Barbosa Filho (2003), como qualquer meio tecnológico em sua fase inicial, o rádio foi um “meio de elite”, os equipamentos eram caros, e a programação era voltada somente a esse público, pois a classe mais baixa não era atingida, fosse pelo conteúdo elitizado ou pela dificuldade de acesso aos receptores.

Anos mais tarde, o rádio começou a ter seu espaço ampliado pelo Brasil. As primeiras emissoras nasceram em clubes ou associações; o rádio se mantinha com mensalidades pagas pelos que possuíam o aparelho receptor, por doações de entidades e raramente por anúncios pagos. As emissoras lutavam com dificuldades financeiras, o que atrapalhava seu desenvolvimento.

Por volta dos anos 30, à publicidade foi permitida, o que indicou uma preocupação do governo federal com o novo meio. Com a introdução de mensagens comerciais, aos poucos o rádio ganhou uma forma mais popular, e passou de “erudito”, “educativo” e “cultural”, a um formato mais voltado ao lazer e à diversão.

Segundo Ortriwano (1985), os empresários aos poucos foram percebendo que o rádio era muito mais eficiente para divulgar seus produtos do que os veículos impressos. Da mesma forma, o rádio se mostrou eficiente para as funções ligadas à política e à economia.

Seguindo adiante, o rádio, que vivia do improviso, teve de mudar sua estrutura, e passou a contratar artistas e produtores. Partindo desta linha, os programas eram preparados com antecedência e voltados cada vez mais ao público, popularizando-se com linguagem coloquial, direta e de fácil entendimento, de forma a obter grandes audiências.

Ortriwano (1985) completa que, como a publicidade passou a ser um suporte da programação, um dos principais objetivos era alcançar uma elevada audiência. Assim, “[...] opera-se radical mudança na forma e no conteúdo dos programas, buscando-se uma linguagem eclética, de maior apelo às emoções, intimista, livre, comunicativa. Inicia-se a profissionalização na área da criatividade radiofônica” (MADRID, 1972 apud ORTRIWANO, 1985, p. 16).

Em meados de 1935 dois fatos marcaram a programação nas emissoras brasileiras: a rádio Kosmos, de São Paulo, exibiu transmissões com a participação do público e programas de auditório. Segundo Barbosa Filho (2003, p. 43), “Com essas iniciativas, o rádio brasileiro foi encontrando a si próprio, definindo sua linha de atuação, e assumindo um papel cada vez mais importante na vida política e econômica do país”. Nessa época, o Brasil já contava com 29 emissoras.

No mesmo ano, o governo criou o programa Hora do Brasil, “[...] que transmitia, inicialmente, informações, pronunciamentos e música popular. O grande objetivo era a divulgação das realizações do governo” (FERRARETO 2001, p. 108).

Nessa época, o país vivia um clima de perseguição política, e com a ditadura o programa Hora do Brasil torna-se obrigatório, e assim se mantém até o momento.

Para Miranda ([198-?] apud ORTRIWANO, 1985, p.19),

“[...] o rádio comercial e a popularização do veículo implicaram a criação de um elo entre o indivíduo e a coletividade, mostrando- se capaz, não apenas de vender produtos e ditar modas, como também de mobilizar massas, levando-as a uma participação ativa na vida nacional [...]”.

Essa característica de mobilização pode ser percebida na chamada época de ouro do rádio brasileiro, que em meados de 1940 trouxe consigo a guerra entre as emissoras pela audiência, por meio de que procuravam mostrar sua popularidade, a fim de que os anunciantes optassem pelo investimento de suas verbas. Um ano após, surge o Repórter Esso, uma síntese noticiosa de cinco minutos que transformou o radiojornalismo brasileiro.

Com o noticioso foi implantado o lide, a objetividade, a exatidão, o texto sucinto, direto e vibrante, a pontualidade, a noção do tempo exato de cada notícia, aparentando imparcialidade e contrapondo-se aos longos jornais falados na época. No entanto estrutura inovadora do noticiário não influiu somente na área profissional, mas também nas disputas políticas, ideológicas e culturais da época (KLOCKNER, 2011 p. 24).

Assim o noticiário que foi ao ar pela Rádio Nacional, do Rio de Janeiro logo conquistou credibilidade e respeito jornalístico. Segundo Klockner (2011), no início as informações mundiais chegavam à UPA (United Press Associations), no Rio de Janeiro, que vinham diretamente dos Estados Unidos. O texto era redigido com quase uma hora de antecedência e enviado por um contínuo até a rádio.

O Esso apresentou um novo estilo a informação; a partir daí, o rádio começou a desenvolver sua linguagem própria, como locução vibrante, pontualidade, objetividade e

credibilidade, e foi na voz de Heron Domingues que o noticiário jornalístico ficou marcado. Seu empenho e dedicação durante a guerra na Europa (1930-1945) foram os principais fatores. Aos poucos, diversas emissoras passaram a transmitir o Repórter Esso.

No Repórter Esso, as notícias eram organizadas por ordem de chegada, podendo transmitir ao ouvinte a sensação de instantaneidade. O famoso noticiário, após um tempo, começou a veicular informações locais, estaduais e nacionais, mas essas não eram suas prioridades .

Segundo Santos (1994 apud KLOCKNER, 2011), no Brasil havia duas justificativas para não se aplicar tais notícias e sim continuar com as internacionais: uma delas era não criar atritos com o governo brasileiro, pela associação que se tinha do nome ao programa, outro fator seria a censura no rádio, cujos interesses dos donos dos veículos eram incompatíveis com os do poder público.

Definitivamente o “Repórter Esso” e o “Grande Jornal Falado Tupi” foram de grande importância para que o radiojornalismo brasileiro encontrasse sua definição, sua linguagem adequada e enfim deixasse de ser apenas a “leitura ao microfone” das notícias dos jornais impresso (ORTRIWANO, 1985, p 21).

O Repórter Esso marcou o radiojornalismo brasileiro, e foi através dele que os grandes conflitos mundiais da época foram transmitidos aos ouvintes.

O Repórter Esso foi o noticiário de maior importância naquele tempo [...] Ele interrompia qualquer programa para dar um notícia que fosse considerada de alta necessidade. Interrompia-se qualquer coisa: programa de música, programa de teatro, o que fosse. Se a notícia merecesse realmente isso, ele interrompia (LONDRES, [199-?] apud FERRARETO, 2001, p. 128).

O prestígio crescente do Repórter Esso exemplifica como a audiência aumentava a cada dia; a programação se tornava cada vez mais organizada e diversificada. Para facilitar ainda mais a veiculação da notícia no rádio, o transistor foi criado no ano de 1947, trazendo uma comunicação ágil, noticiosa e de serviços.

Assim, “Aliado a outros avanços tecnológicos, o transistor deu ao rádio sua principal arma de faturamento: é possível ouvir rádio a qualquer hora e em qualquer lugar, não precisando liga-lô as tomadas” (ORTRIWANO, 1985, p. 22).

Ao final da década de 40, o autor Barbosa Filho (2003) afirma que o rádio da época, enfrentou uma grave crise com a emergência da televisão, assim o universo audiovisual fez com que o rádio repensasse sua forma e estrutura.

Em 1950, foi inaugurada a primeira emissora de televisão brasileira, a TV Tupi de São Paulo, de Assis Chateaubrind. Os reflexos dessa implantação fazem com que o rádio termine sua “época de ouro” com uma forte concorrente, que buscou no rádio uma maneira de se consolidar, imitando seus quadros, carregando consigo a publicidade e até mesmo os profissionais. O impacto da mídia televisiva provocou mudanças na estrutura das emissoras radiofônicas, e uma das soluções foi a veiculação de músicas gravadas.

Ferrareto (2001, p. 137) completa:

O espetáculo começa a migrar para o novo meio, que, ao acrescentar a ele a imagem, obrigava a busca de um caminho diferente sinalizado por itens até então minoritários dentro da programação- o jornalismo, as transmissões esportivas, o serviço para a população e a música gravada.

No ano de 1954, o radiojornalismo ganhou um grande impulso. A Rádio Bandeirantes lançou um novo tipo de programação noticiosa: as notícias entravam no ar durante toda a programação.

É que com a ida dos profissionais do rádio para TV, o rádio buscou pela segmentação do público-ouvinte, com o objetivo de aumentar a audiência. A partir daí surgiram diversos tipos de emissoras, jornalísticas, populares, musicais, religiosas e também as que se destacavam por classes sociais e faixas etárias.

Outro passo tomado para que o rádio deixasse de perder seu espaço foram os serviços de utilidade pública lançados pela Rádio Jornal do Brasil, em 1959. Ortriwano (1985) completa que os serviços se ampliaram, e foram criados setores exclusivos dentro das emissoras.

Nos anos 60 programas esportivos e musicais foram implantados com o objetivo aumentar cada vez mais sua audiência, ressaltando que foi a partir dessa década que as primeiras emissoras FM (frequência modulada) começaram a funcionar. Segundo Ortriwano (1985), a programação musical se tornava cada vez mais presente na grade de programação das emissoras.

A Rádio Imprensa, do Rio de Janeiro, foi a primeira emissora a utilizar esse tipo de serviço. Já nos anos 70 a transmissão passou a ser feita em canais abertos, e aos poucos várias emissoras operavam em FM. Segundo Ferrareto (2001), as transmissões no início eram desorganizadas, mas quando o regime militar (1964-1985) torna a expansão das FMs como

prioridade, os incentivos começam a motivar a indústria eletro-eletrônica a produzir transmissores e receptores.

Na mesma década, o governo militar usa o rádio e a TV em programas de ensino a distância, em busca de respostas ao movimento de educação popular anteriores ao golpe militar. É o chamado projeto Minerva, que ficou no ar por quase 20 anos.

Ainda nos anos 70, Ortriwano (1985, p. 24) completa que “As emissoras passaram a identificar-se com determinadas faixas socioeconômicas-culturais, procurando dirigir-se a eles e buscando sua linguagem nos próprios padrões das classes que desejavam atingir.”

Aos poucos, as emissoras ampliaram ainda mais seus serviços, e a participação dos repórteres ao vivo ficou cada vez mais presente nas unidades móveis. Segundo Moreira (1991), em pouco tempo os ouvintes aprenderam a conviver com o novo estilo descontraído de programação radiofônica, cuja caracterização era exclusivamente musical.

No ano de 1976, o governo mostrou preocupação com a expansão da radiofusão sonora e criou a Radiobrás – Empresa Brasileira de Radiofusão, cujas principais finalidades eram: organizar emissoras; operá-las e explorar os serviços de radiofusão do Governo Federal; montar e operar sua própria rede de repetição, e diversos outros fatores a fim de contribuir com a ampliação das emissoras. A Radiobrás chegou a contar com 38 emissoras de rádio e duas de televisão. Por volta dos anos 80, a maioria delas foi privatizada.

Segundo Ortiwano (1985, p. 25),

Outra inovação criada nos anos 70 foram as agências de produção radiofônica, que produzem programas com artistas famosos e assuntos de interesses no momento, vendendo as gravações para emissoras de menor porte, que não têm condições de realizar produções desse tipo.

No final da década de 70, Ferrareto (2001, p. 168) afirma que, “Com a consolidação comercial da frequência modulada, começa um processo crescente de divisão entre as emissoras musicais que exploravam a qualidade de som FM e as rádios AM cuja programação girava em torno do jornalismo, do esporte e do serviço”.

Baseado nesses fatos, Moreira (1991, p. 40) completa que “no Brasil tanto o rádio AM como a FM exercem grande influencia sobre o ouvinte, apesar da diversidade de estilo, finalidade e linguagem hoje presente nas duas faixas”.

Partindo de outra linha a ideia de segmentação, que se iniciou na metade dos anos 70 e começou a se consolidar na metade da década de 80. A concorrência entre as emissoras foi

um forte fator para que cada emissora ou programa fosse definindo sua própria linha de atuação.

A segmentação nas emissoras radiofônicas é explicada por Ferrareto (2001), como um processo que parte dos interesses dos ouvintes e dos objetivos da emissora, adaptando-se a uma programação voltada a um público específico.

E é nos anos 80 também que o processo de divisão do público se consolida. Nesta nova fase, o rádio, que passou por tempos ruins, volta a se reestruturar, retomando melhor posição no mercado.

No ano de 1982, a radiofusão sonora brasileira começou a fazer parte das redes via satélite. Com essa tecnologia a Bandeirantes AM, de São Paulo, passou gerar seu radiojornal que levava o nome Primeira Hora, usando o tempo ocioso do subcanal que a Rede Bandeirantes havia alugado no Intelsat 4.

No mesmo ano, Ferrareto (2001) afirma que o governo integra as emissoras educativas de rádio e de televisão, partindo da linha que a radiofusão comercial seguia, com utilização de satélites e de forma cada vez mais segmentada.

Nesse tempo, Barbosa Filho (2003, p.44) lembra que “o Rádio Jornal do Brasil FM, do Rio de Janeiro, se tornava pioneira na utilização da *compact disc áudio digital*, ou seja, o disco digital com leitura a laser, o famoso CD”.

A Rede L&C, fundada no ano de 1969, é apresentada como rede em 1982, e no ano seguinte lança o primeiro Jornal Nacional de Rádio, transmitido por 60 emissoras implantadas em 16 estados.

Anos mais tarde, o Brasil adquire seu próprio satélite de comunicações, o Brasilsat A1, e logo após o A2, que facilitou às transmissões a longa distância para o rádio. Já em 1989, o início de operação do serviço Radiosat da Embratel começou a modificar o quadro da radiofusão. Segundo Ferrareto (2001, p. 166),

[...] um sistema de transmissão de rádio via satélite, em estéreo e com alta qualidade de áudio as grandes emissoras capitais estão se unindo a pequenas emissoras do interior para formação de redes nacionais de rádio. Além de cobertura nacional, um custo mais baixo e um som de melhor qualidade, as novas redes prometem oferecer o público mais informações, porque as pequenas emissoras, que ainda fazem seus noticiários, à base de radioescuta das grandes, agora poderão se dedicar mais ao jornalismo regional (ODRI, 1991 apud FERRARETO, 2001, p. 166).

Nas décadas de 80 e 90, com interesse nas mudanças políticas e econômicas, nacionais, como exemplo da política federal de FMs, a rádio reforça o papel informativo em

sua programação e, algumas emissoras adotam o jornalismo 24 horas por dia. As igrejas radiofônicas também passam a ocupar cada vez mais espaço no rádio.

Na mesma época, surge o serviço de radiofusão comunitária, operado em baixa potência e cobertura restrita, concedido a fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos e sem nenhum vínculo com partidos políticos, instituições religiosas etc.

De acordo com Ministério das Comunicações, a rádio comunitária dá condições à comunidade de ter um canal de comunicação dedicado somente a ela, com oportunidades para divulgação de ideias, tradições, manifestações culturais e hábitos sociais (BRASIL, 2013).

Assim, com o passar dos anos, o desenvolvimento tecnológico e o surgimento da comunicação móvel e a internet fizeram o rádio se adequar ao ritmo das novas tecnologias da sociedade, o que possibilitou a transmissão via satélite e internet, e a digitalização do rádio. Mas a concorrência da TV a cabo e da internet levou o rádio a utilizar a prestação de serviços.

Baseado nas características que o rádio tem, a autora Ortriwano (1985, p. 28) completa: “O rádio de caráter nacional, com a programação de uma única emissora atingindo diretamente todo o território, deixou de ter razão de existir, voltando-se mais para aspectos regionais, ligado à comunidade em que atua”.

Hoje, o rádio procura ter uma relação cada vez mais próxima com o ouvinte, através das redes sociais e sites das emissoras convencionas e virtuais, a fim de fidelizar a sua audiência. A emissão e a sintonia de tais emissoras podem ser feita em computadores e outros dispositivos fixos e móveis.

Para Ferrareto (2010) hoje a tecnologia digital traz promessas de revolucionar o rádio, a diversificação do conteúdo programático, cuja digitalização permite a divisão da frequência em dois ou três canais operando simultaneamente. Entende-se a atualização tecnológica é uma chance para o rádio voltar a competir comercialmente como veículo, tendo em vista que ter perdido mercado desde o surgimento da televisão.

Almeida e Magnoni (2010, p. 276) afirmam que:

Afinal, mesmo que a digitalização transforme bastante o rádio, ele continuará a ser um veículo predominantemente sonoro. Então o fim do rádio não será agora! O hábito de ouvir áudio, seja de discos, de rádio, de televisão e de outras fontes comunicativas sonoras, está profundamente arraigado na forte tradição oral-auditiva dos brasileiros.

Segundo dados do site do Ministério das Comunicações, a digitalização do rádio é uma nova oportunidade de negócio para as emissoras, e representa um meio de

desenvolvimento adequado de políticas públicas governamentais, segundo essas informações, é possível afirmar que o:

Melhor aproveitamento do uso do espectro de radiofrequências, da ampliação da cobertura do serviço de rádio no território nacional e, principalmente, da promoção de ações de cidadania com alcance em áreas mais isoladas do país, fazendo uso dos serviços adicionais permitidos por tais tecnologias (BRASIL, 2013).

Dentro dessa premissa, no ano de 2007, foi criado o Conselho Consultivo do Rádio Digital, com o objetivo de assessorar o Ministro das Comunicações no planejamento da implantação do Rádio Digital no Brasil. De 2010 em diante, o Ministério das Comunicações tem executado testes técnicos, juntamente com emissoras que realizam o serviço de radiofusão, para comparar o desempenho dos diferentes modelos que já existem.

De acordo com o Ministério, o rádio digital é a tecnologia que permite a transmissão do sinal de rádio na forma digital (em bits). O áudio digital tem uma qualidade superior ao analógico, em função do uso de ferramentas de processamento digital, permitindo correções nas informações transmitidas (BRASIL, 2013).

A interatividade e a portabilidade estiveram e estão presente no rádio nos dias de hoje, e a internet somente veio para ajudar para que o rádio continue mantendo seu papel na sociedade. A digitalização pode provocar mudanças significativas no rádio, o que, segundo Almeida e Magnoni (2010) deve impactar na linguagem, nas formas de emissão e recepção e também em toda a cadeia produtiva do antigo veículo.

Sobre isso, Barbeiro e Lima (2001, p. 34) completam:

Com o advento da Internet, os aparelhos de rádio e televisão, como conhecemos hoje, vão desaparecer e passarão para o computador. É nele que as atuais emissoras de rádio e TV vão ser ouvidas e assistidas. Isto aconteceu no passado, quando imagem e áudio ocupavam um único móvel da sala. Desta vez, a máquina de receber a comunicação também a envia, uma vez que sua maior característica é a interatividade. Ela pode, ao mesmo tempo, receber e gerar dados, som, imagem, textos, e correio.

Hoje o mundo está cada vez mais móvel e interativo. Nesse sentido, avalia-se que a internet só veio para agregar ao meio rádio, tanto que muitas emissoras utilizam o website que permite a utilização de podcasts, fotos e vídeos, com o intuito de estimular e fidelizar seu público. É nesse contexto que se encaixa a proposta de programa radiofônico deste trabalho.

3 CARACTERÍSTICAS DA RADIOFUSÃO

Rapidez, simplicidade, baixo custo são algumas das características do meio rádio, que, além de ser um meio cego que estimula a imaginação, permite ao ouvinte sentir o conteúdo emocional. Robert Mcleish (2001, p. 19) completa que “a locução é capaz de gerar grande sensibilidade e um alto grau de confiança ao ouvinte”.

Por conta dessas características, o rádio é um dos meios de comunicação de maior abrangência, podendo atingir quase toda população por seu baixo custo, além de possuir um caráter imediato. Segundo Chantler e Harris (1998, p. 21), o rádio “trabalha melhor com os fatos que exigem uma reação rápida, e possui uma flexibilidade que não existe em nenhum outro meio de comunicação [...]”.

Segundo Balsebre (2005, p. 327),

O rádio é um meio de comunicação, difusão e expressão que tem duas metas importantes: a reconstituição e a recriação do mundo real e a criação de um mundo imaginário e fantástico, “produtor de sonhos para espectadores, perfeitamente desperços”. É um veículo que foi capaz de criar uma nova poesia: a poesia do espaço.

Assim, o rádio se torna atrativo por sua instantaneidade, que é o diferencial em relação aos demais meios de comunicação. Barbeiro e Lima (2001) dizem que o ouvinte só tem uma chance para entender o que está sendo dito, por isso o texto escrito deve ser coloquial, conquistando o ouvinte.

Barbosa Filho (2003, p. 37) completa:

O rádio nos oferece serviços variados no campo da informação e do conhecimento: entretenimento, notícias etc. Há mais de um século faz história e estabelece vínculos mediadores com as pessoas em diferentes localidades, com suas diferentes culturas e práticas.

Isso ocorre, segundo Chantler e Harris (1998), porque o rádio de certa forma é um meio pessoal, por meio do qual o locutor fala para cada ouvinte como se fosse uma única pessoa. É basicamente uma conversa com o ouvinte permitindo que ele sinta as sensações mais fortes transmitidas pelo texto locutado sobre tal acontecimento.

Comunicar é o principal objetivo carregado pelo rádio. O jornalista precisa saber o que dizer e como dizer, de forma direta, simples e precisa, chegando ao ouvinte de maneira em que se sinta envolvido pelos fatos, notícias e acontecimentos. “Hoje em dia o rádio cria a ilusão nas pessoas que o programa são só para elas, individualmente. Cada uma pensa que o

locutor está falando com ela, e isso toma alta importância numa época em que comenta muito a solidão do ser humano” (ALVES 2005, p. 165).

O dinamismo é o principal fator que o rádio possui, por isso o uso do verbo sempre no presente dá ao ouvinte a impressão de que o fato aconteceu naquele momento, levando mais emoção e entusiasmo ao ouvinte.

Tais características estão presentes na rádio comercial, alvo deste trabalho. A radiofusão comercial, segundo dados encontrados no site do Ministério das Comunicações, é um serviço destinado à geração e transmissão de sons (rádio) e sons e imagens (TV), por meio do qual o público pode usufruir de um serviço livre, direto e gratuito (BRASIL, 2013).

Segundo a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (2013), as rádios comerciais são destinadas à transmissão de programas especialmente para atender seus públicos alvos. Estas rádios possuem grades de programação que prestam serviços diferenciados, ou seja, existem rádios que tocam música clássica, sertaneja, etc., Já outras emissoras transmitem notícias de diferentes assuntos, como esporte, cultura, polícia etc. As emissoras são mantidas pela publicidade que veiculam, diferente das rádios comunitárias e educativas. Tais rádios comerciais podem apresentar propagandas pagas, pois a concessão é feita pelo Governo à título oneroso.

Assim os serviços de radiofusão com finalidade comercial, de acordo com o Ministério, podem ser em Frequência Modulada (FM), em Onda Média (OM), em Onda Tropical (OT), em Onda Curta (OC), e o serviço de radiofusão de sons e imagens (TV), acrescentando a tecnologia digital (TVD).

Segundo órgão executivo, os instrumentos legais que tratam a radiofusão com finalidade comercial, parte das concorrências para a outorga dos serviços de radiodifusão em caráter comercial, que são regidas pelas disposições contidas na Lei nº 8.666/93 e no Regulamento de Serviços de Radiodifusão - Decreto nº 52.795/63 (BRASIL, 2013).

O processo de outorga de radiofusão de sons ou de sons e imagens em espécie comercial ocorre por meio do processo licitatório, cujos procedimentos envolvem princípios constitucionais como legalidade, moralidade, impessoalidade e publicidade. Este último item tem o intuito de proporcionar à administração da emissora a aquisição, a venda, ou uma prestação de serviço de forma vantajosa, a fim de favorecer a sua sustentabilidade financeira (BRASIL, 2013).

As emissoras, de acordo com Mcleish (2001), possuem um método de financiamento, que pode ser serviço público, emissora comercial, emissora estatal etc. Cada método atua sobre cada programação que uma emissora está preparada para oferecer. Assim, as emissoras

combinam diferentes formas de financiamento, e acrescentam sua renda utilizando diversos meios, como eventos geradores de lucros, publicações e vendas de programas.

Husman (2010, p. 3) completa:

O objetivo da programação de uma emissora comercial é colocar algo no ar que atraia a audiência, para poder então ser “vendido” aos anunciantes. Se a programação não atingir este objetivo, haverá poucos interessados em investir, o que, logicamente, resultará em pouco dinheiro entrando nos cofres da emissora.

De acordo com o Decreto 7.670/2012, quem pode executar os serviços de radiofusão comercial no Brasil são: a União; os Estados e Territórios; os Municípios; as Universidades; sociedades anônimas ou de responsabilidade limitada, observado o disposto no § 1o do art. 222 da Constituição; e as Fundações. Têm preferência para a execução de serviços de radiodifusão as pessoas jurídicas de direito público interno, inclusive universidades (BRASIL 2013).

Passando para a linha de programação radiofônica, Hausman (2010, p. 391) afirma que “A programação diz respeito simplesmente à seleção e ao arranjo da música, locução e outros elementos do programa, de maneira atraente aos ouvintes da emissora”.

De uns anos pra cá, a grade de programação das emissoras vem sofrendo alterações positivas, hoje com as propostas radiofônicas na internet, podcasts e a programação por satélite. Isto porque tem se mostrado essencial para que o produto satisfaça as necessidades do público, razão em meio a públicos mais específicos, motivo pelo quê as emissoras estão se voltando mais para o lado segmentado, buscando seu diferencial entre a concorrência.

Dentro de sua programação, cada emissora deve definir a natureza do público, pois é ele que trará a audiência para cada emissora. Portanto, o público deve ser bem definido, pois os anunciantes que procuram emissoras para divulgar seus produtos partem de uma linha específica, já que uma população abrangente e mal definida acarreta dificuldades, de identificação do consumidor com o produto e a marca.

Não que o tamanho seja importante. Uma vez que se tem um público claramente definido, quanto maior a audiência melhor. Entretanto, como o público é hoje supersegmentado, o programador ou produtor quer poder “capturar” o segmento certo. Um segmento lucrativo pode fazer que uma emissora tenha um público menor do que outra na mesma região, mas com mais lucro (HAUSMAN, 2010, p. 393).

No rádio, a segmentação é um fator que ganhou espaço devido à concorrência entre as emissoras, cujas programações são voltadas a atender gostos específicos de determinado público. Sobre segmentação, o autor Ferrareto (2001, p. 54) completa:

[...] é processo em que, a partir dos interesses dos ouvintes e dos objetivos da empresa de radiodifusão sonora, se adapta parte ou a totalidade de uma programação a um público específico. Considera-se assim não apenas classe social, faixa etária, sexo e nível de escolaridade, mas sim interesses determinados como, por exemplo, as preferências do grupo ao qual o indivíduo pertence.

Hoje, diversas emissoras adotam programas segmentados, a fim de fidelizar-se com o ouvinte. A Jovem Pan FM, por exemplo, voltada ao público jovem, adota programas com gêneros musicais com presença de DJs, caso do programa Festa Pan, já o JP Morning Show apresenta matérias atuais e descontraídas que fazem com que o jovem se identifique ao ouvi-las.

A rádio Rock 89 FM, na grande São Paulo, também volta sua programação para um público jovem, mas atrai a atenção para aqueles que amam o rock. O programa Hora dos Pedidos, por exemplo, é um bate-papo sobre rock e ainda tem interação com ouvinte.

Já as rádios Tupi FM e Nativa FM são emissoras voltadas ao público sertanejo, e apresentam audiência expressiva. A emissora Vida FM é voltada a quem gosta e aprecia a música gospel, já a Transcontinental FM volta o foco para o pagode.

Com essa tendência, o ouvinte hoje tem a opção de escolher o que deseja ouvir e com o que mais se identifica. Com base nessa premissa, o programa proposto apresentará informações e notícias de interesse de público determinado, sendo utilizado como forma de entreter e prender a atenção do ouvinte.

Partindo da segmentação no meio rádio, se fez a escolha por um público específico, os universitários, por terem perfil jovem, e estarem presentes no dia a dia da autora do projeto.

Segundo Hausman (2010, p. 8), “As emissoras definem seus formatos de diferentes maneiras. Algumas simplesmente adquirem gravações e programam em algum tipo de sequência durante toda a programação. Outras possuem formatos para distintos momentos do dia”.

Os programas apresentados dentro das emissoras podem ser informativos ou de entretenimento, e podem envolver programas de debates, ter a participação do público, ou adotar formato de documentário, humorísticos, mesa-redonda etc.

Dentro do jornalismo radiofônico, pode-se dizer que os programas são divididos em gêneros e formatos. Gênero é definido para Barbero (1987 apud Barbosa Filho, 2003, p. 54) como um “[...] o elo de ligação dos diferentes momentos da cadeia que une espaços da produção, anseios dos produtores culturais e desejos do público receptor [...]”.

Os gêneros podem ser definidos em jornalístico; que inclui notas, notícias, boletins, reportagens, entrevistas, comentários, etc, de entretenimento, que pode conter programação musical, programa musical, ou ficcional, programete artístico, evento artístico e programa interativo de entretenimento. O educativo-cultural, que pode apresentar programa instrucional, audiobiografia, programa temático e documentário educativo-cultural. Já o gênero publicitário pode conter, esporte, jingle, testemunhal e peça de promoção. O propagandístico, com peça radiofônica de ação pública, programas eleitorais e programa religioso. O gênero de serviço apresenta notas de utilidade pública, programete de serviço e programa de serviço e, por fim, o gênero especial; que contem programas infantis e de variedades (BARBOSA FILHO, 2003).

O jornalístico é a base de gênero que o programa objeto deste trabalho será desenvolvido, com o uso de recursos do gênero entretenimento, pois avalia-se que este se adequa melhor a um produto para jovens universitários.

Para Barbosa Filho (2003, p. 89), o gênero jornalístico:

É o instrumento de que dispõe o rádio para atualizar seu público por meio da divulgação, do acompanhamento da análise dos fatos. Os seus relatos podem possuir características subjetivas do ponto de vista dos conteúdos e, portanto, acrescentar ao ato de informar opiniões particulares sobre acontecimentos.

Já o gênero de entretenimento segundo o autor permite que o universo imaginário, causem proximidade e empatia entre a mensagem e o receptor.

Os formatos de entretenimento possuem características e possibilidades peculiares, entre as quais destacamos: a de ter a capacidade de se combinar com outros formatos de outros gêneros e de servir de ferramenta para a informação, o anúncio, a prestação de serviços, para a educação e, até mesmo, para o entretenimento (BARBOSA FILHO, 2003, p. 115).

A cidade de Bauru, de acordo com a Associação das Emissoras de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo (2008), conta com sete emissoras transmissoras, 96 FM, 94 FM, Auri Verde AM, Bandeirantes AM, Unesp FM, Líder FM, e Rádio Bauru 107 FM.

Além das emissoras transmissoras, a população bauruense também pode ouvir as retransmissoras como Jovem Pan, Tupi FM, e outras, dependendo de seu aparelho de rádio. Entre as rádios FM de Bauru, a 94 FM e a 96 FM, se fazem presentes junto à população jovem, foco da proposta do programa universitário a ser apresentado.

O programa Geração 94, veiculado na emissora 94 FM, é segmentado para o público adolescente e jovem, e apresenta enquetes, promoções, fofocas, além de bate papo com os ouvintes. A 96 FM também apresenta programas segmentados. O Oradulanche é de gênero humorístico e atrai o público jovem e adulto; já o Túnel do Tempo resgata o passado, tendo o público adulto como alvo.

Para poder elaborar o programa tema deste trabalho, faz-se necessário compreender o contexto local e o perfil do segmento-alvo, itens sobre os quais trata o capítulo a seguir.

4 ESTUDO DE CASO

Bauru, cidade localizada no interior do estado de São Paulo, apresenta 362.062 habitantes, segundo a estimativa realizada em julho de 2013 pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

É considerada uma cidade universitária por possuir 11 instituições de ensino superior; são elas: USC (Universidade Sagrado Coração), UNESP (Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”), ITE (Instituição Toledo de Ensino), USP (Universidade de São Paulo), UNIP (Universidade Paulista), FATEC (Faculdade de Tecnologia de Bauru), FIB (Faculdades Integradas de Bauru), UNINOVE (Universidade Nove de Julho), UNIESP/ IESB (Instituto de Ensino Superior de Bauru), ANHANGUERA, e COC totalizando aproximadamente 30.000 universitários, de acordo com dados do censo 2010. Com grande variedade de cursos, os estudantes universitários movimentam a economia da cidade, principalmente no setor imobiliário, pois a maioria deles vem de outras cidades.

Levando em conta esses fatores, a escolha de um programa de rádio para universitários se mostra viável, uma vez que o rádio é o meio de comunicação historicamente definido como o mais popular e de rápida veiculação, e se mostra um dos meios de maior abrangência geográfica e de público, podendo atingir quase toda a população, de acordo com a potência da antena localizada em determinada região.

Diante disto, avalia-se ser possível elaborar um programa para ouvintes universitários em Bauru. Tal proposta que será desenvolvida após pesquisa de campo a ideia é contar com notícias, músicas, notas, boletins e reportagens, de forma a praticar formas variadas de jornalismo no rádio.

Para descobrir hábitos e interesses de conteúdo deste determinado público, será realizada uma pesquisa de campo entre quatro das 11 Universidades, sendo duas particulares e duas estaduais: USC, UNESP, USP e Anhanguera. Tais Universidades foram escolhidas por possuírem mais cursos, e por serem mais conhecidas na cidade de Bauru e região. Desta forma, será aplicado um questionários com dez questões, para um total de 200 universitários, 50 em cada instituição.

A pesquisa de opinião é a que será utilizada, conhecida também como método quantitativo, o que irá possibilitar a coleta de dados originados de grande número de entrevistados.

Este método, para Novelli (2010, p. 164):

Dentre seus aspectos positivos, podem-se destacar possibilidade de que a investigação do problema ocorra em ambientes reais, sem a necessidade de se lançar mão de recursos de laboratório; a viabilidade de realização de análises estatísticas de variáveis como dados sociodemográficos, de atitude, dentre outras; a quase inexistência de barreiras geográficas para a realização das entrevistas e o baixo custo de aplicação ao se considerar a quantidade de informações recolhidas.

As pesquisas quantitativas utilizam uma amostra representativa do universo para mensurar a qualidade, portanto Trujillo (2001, p. 61) afirma que “Nem sempre é possível ou viável entrevistar todas as pessoas que fazem parte no universo pesquisado. Assim, a utilização de uma amostra justifica-se economia de tempo e dinheiro”.

Baseado nestes fatores se fez a escolha por uma entrevista com 200 universitários, pois diante do expressivo número de universitários que a cidade de Bauru apresenta, tal extrato será uma amostra representativa, como o autor afirma.

O tipo de amostra que será utilizado é a não-probabilística, cujo procedimento de seleção da população universitária não tem a mesma probabilidade de ser escolhida para formar a amostra. Assim, ela será estratificada, pois o questionário será aplicado em algumas instituições de ensino superior. As informações obtidas sobre a população universitária ajudarão a elaborar a linha editorial e a pautar o programa.

Diante disto, “Uma pesquisa quantitativa não revelará nada mais do que quantidades de incidência de diferentes qualidades. Portanto, uma pesquisa quantitativa só revelará as informações que foram determinadas previamente” (TRUJILLO, 2001, p. 94).

Nesse sentido, a amostragem é uma etapa de grande importância no delineamento da pesquisa capaz de determinar a validade dos dados obtidos.

O questionário elaborado possui dez questões, oito de caráter fechado, e duas de caráter mista. Segundo Pierre (2008, p. 44), “A pergunta fechada é apropriada ao tratamento de dados de fato, quantitativos e objetivos”. Já a pergunta mista oferece grande variedade de respostas que ajudam a memória do entrevistado, além de facilitar na apuração dos dados (PIERRE, 2008).

Partindo para a aplicação do questionário, o instrumento será aplicado nas quatro universidades, uma de cada vez, de forma informal, o intervalo será o horário mais apropriado. Assim como serão 50 entrevistados, o questionário será distribuído entre os alunos, e recolhido após o término, a fim de que não haja interferência da pesquisadora nas respostas.

Para a autora Pierre (2008), esse questionário pode ser chamado de questionário auto-aplicado, onde sua grande vantagem fica no custo reduzido, além de ajudar na aplicação por ser uma amostra grande.

Desta forma, Pierre afirma que :

O pesquisador social reconhece que o questionário não vai apreender a realidade social em si, mas a maneira como ela é experimentada pelos indivíduos. O confronto desses dados subjetivos com as características sociais e culturais desses indivíduos desvenda os “porquês” e as significações da realidade vivenciada (PIERRE, 2008, p. 41).

O método estatístico utilizado permite comprovar as relações dos fenômenos, e obter generalizações sobre sua natureza, tendo em vista que a população universitária da cidade de Bauru será avaliada a partir de um questionário inicial, para obter dados a fim de ajudar na produção do programa radiofônico.

O questionário que será aplicado foi desenvolvido para obter informações sobre os gostos, hábitos e interesses deste determinado público, a fim de obter respostas que possam contribuir, e ajudar a pautar o programa piloto.

O método dedutivo é o que será utilizado como forma de abordagem, pois é um processo que parte das verdades estabelecidas para análise dos fatos e fenômenos particulares, ou seja, advém uma generalização para uma questão mais particularizada (LAKATOS; MARCONI, 1991), assim pode-se aplicar a proposta do programa para jovens universitários, pois foi partindo de princípios verdadeiros que iremos chegar ao particular, no caso, o programa radiofônico.

Como método procedimental, o estudo exploratório foi utilizado. Segundo Gil (2002, p. 41), “As pesquisas exploratórias têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses [...] têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições”.

Portanto, a escuta dos programas radiofônicos que possuem as emissoras de Bauru é essencial para a criação do modelo proposto, a fim de contribuir para novas ideias, e busca por diferenciais.

O método experimental também será utilizado para esta pesquisa. Para Gil (2002), a pesquisa experimental consiste em determinar um objeto de estudo, selecionar as variáveis que seriam capazes de influenciá-lo, definir as formas de controle e de observação dos efeitos que a variável produz no objeto. Assim a pesquisa se encaixa neste método devido ao experimento que será o programa em si.

Por fim, outro método que será utilizado é o monográfico, a partir da pesquisa realizada, dos resultados obtidos, e da produção do programa, o projeto será desenvolvido e proposto em formato radiofônico e acadêmico, e ficará disponível posteriormente para análise e consulta dos interessados.

5 PESQUISA

A presente pesquisa foi submetida ao Comitê de Ética pela Plataforma Brasil no dia 20 de maio de 2013. Foram apresentados documentos como: folha de rosto; TCLE- Modelo de termo de consentimento livre e esclarecido, e o projeto detalhado. No dia 20 de junho de 2013, foi obtida a aceitação do Projeto de Pesquisa (PP) e no dia 3 de setembro de 2013 o parecer foi liberado. Sendo assim, a autora do projeto elaborou o questionário, entregou em cada Universidade uma carta de apresentação, pois o responsável por cada unidade precisaria ter o conhecimento da pesquisa, e posteriormente obteve a autorização para aplicação do questionário.

Partindo da aprovação e do conhecimento das Universidades, a aluna aplicou o questionário no dia 9 de setembro de 2013 na Universidade Estadual Paulista (UNESP), e no dia seguinte na Universidade Sagrado Coração (USC). Logo no dia 10 de outubro foi realizada a pesquisa na Universidade de São Paulo (USP), e no dia 20 na Anhanguera Educacional.

A pesquisa realizada contou com a opinião de 50 universitários em cada Universidade, o que corresponde a 200 pessoas (100%). Os resultados seguem detalhados nas tabelas:

Tabela 1 – Universidades participantes.

Universidades participantes	Homens	Mulheres	TOTAL
UNESP	50%	50%	100%
USC	66%	34%	100%
ANHANGUERA	58 %	42%	100%
USP	76%	24%	100%

Fonte: Elaborado pela autora.

As idades dos estudantes foram distribuídas por faixa etária. Assim, no total, foram entrevistados em cada universidade:

Tabela 2 – Idade dos universitários.

Instituição	18 a 20 anos	20 a 25 anos	25 a 30 anos	Mais de 30 anos	TOTAL
UNESP	44%	52%	4%	0%	100%
USC	58%	28%	8%	6%	100%
ANHANGUERA	22%	32%	26%	20%	100%
USP	16%	58%	22%	4%	100%

Fonte: Elaborado pela autora

O resultados das respostas serão apresentados e analisados separadamente. A primeira pergunta questionada foi: Com que frequência você ouve rádio? As respostas foram:

Tabela 3 – Frequência que ouve rádio.

Instituição	Nunca ouvem	Diariamente	Semanalmente	2 ou mais vezes por semana	TOTAL
UNESP	20%	24%	32%	24%	100%
USC	20%	30%	30%	20%	100%
ANHANGUERA	8%	34%	30%	28%	100%
USP	16%	26%	46%	12%	100%

Fonte: Elaborado pela autora

Seguindo nas próximas questões os universitários que responderam que não ouvem rádio não responderam as questões de número 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 e somente voltaram a responder as questões 9 e 10.

Na segunda questão abordou o tempo de acesso ao veículo por meio da pergunta: Quanto tempo durante a semana você ouve rádio?

Tabela 4 – Tempo que ouve durante a semana.

Instituição	1 hora	2 horas	3 horas	4 horas ou mais	Não responderam	TOTAL
UNESP	40%	12%	18%	10%	20%	100%
USC	40%	12%	8%	20%	20%	100%
ANHANGUERA	36%	22%	16%	18%	8%	100%
USP	58%	14%	6%	6%	16%	100%

Fonte: Elaborado pela autora

A Terceira questão tratou do período dedicado à audiência sonora. A questão foi: Qual horário você mais costuma ouvir?

Tabela 5 – Horário que mais ouve.

Instituição	6:00 às 12:00	12:00 às 18:00	18:00 às 00:00	Não responderam	TOTAL
UNESP	24%	30%	26%	20%	100%
USC	14%	32%	34%	20%	100%
ANHANGUERA	36%	24%	32%	8%	100%
USP	10%	24%	50%	16%	100%

Fonte: Elaborado pela autora

Já na quarta questão os universitários tiveram a opção de responder mais de um item, portanto os resultados não concluíram 100% devido a escolha dos entrevistados por mais de

uma opção. A pergunta foi: Dentre as emissoras cujo sinal chega a Bauru qual você mais ouve?

Tabela 6– Emissoras mais ouvidas.

Instituição	94 FM	96 FM	JOVEM PAN	TUPI FM	AURI VERDE	UNESP FM	Out.	Não	TOTAL
UNESP	18%	12%	40%	4%	2%	14%	14%	20%	-----
USC	12%	22%	28%	8%	2%	4%	18%	20%	-----
ANHAN.	32%	36%	22%	16%	4%	4%	12%	8%	-----
USP	30%	30%	48%	2%	0%	6%	4%	16%	-----

Fonte: Elaborado pela autora

Na quinta questão os entrevistados também tiveram a opção de responder mais de um item, por meio da pergunta: Qual conteúdo você mais costuma ouvir no rádio?

Tabela 7 – Conteúdo mais ouvido.

Instituição	Noticiário	Músicas	Humor	Esportes	Outros	Não	TOTAL
UNESP	18%	68%	10%	12%	0%	20%	-----
USC	20%	66%	8%	2%	2%	20%	-----
ANHANGUERA	36%	72%	12%	6%	8%	8%	-----
USP	8%	80%	8%	0%	0%	16%	-----

Fonte: Elaborado pela autora

Na questão seis, os universitários responderam: Você se identifica com a programação das emissoras de bauru?

Tabela 8 – Identificação com as emissoras de Bauru.

Instituição	Sim	Não	Não responderam	TOTAL
UNESP	46%	34%	20%	100%
USC	54%	26%	20%	100%
UNIP	64%	28%	8%	100%
US	60%	24%	16%	100%

Fonte: Elaborado pela autora

Na próxima questão, a sete a pergunta foi: Como você avalia a programação que você ouve?

Tabela 9 – Classificação da programação.

Instituição	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Não responderam	TOTAL
UNESP	10%	40%	28%	2%	20%	100%
USC	14%	56%	10%	0%	20%	100%
ANHANGUERA	14%	66%	10%	2%	8%	100%
USP	8%	54%	20%	2%	16%	100%

Fonte: Elaborado pela autora

Logo, na questão oito, a pergunta feita aos universitários foi: Onde você mais ouve rádio?

Tabela 10 – Lugar em que mais ouve.

Instituição	Casa	Carro	Internet	Celular	Outros	Não responderam	TOTAL
UNESP	12%	44%	12%	8%	4%	20%	100%
USC	10%	42%	10%	8%	10%	20%	100%
ANHANGUERA	28%	42%	8%	6%	8%	8%	100%
USP	18%	58%	8%	8%	0%	16%	100%

Fonte: Elaborado pela autora

Na questão nove, os universitários que tinham dito não ouvir rádio voltaram a responder o questionário. A pergunta foi: Se tivesse um programa voltado somente para o público universitário você ouviria?

Tabela 11– Programa voltado para público universitário, ouviria?

Instituição	Sim	Não	TOTAL
UNESP	82%	18%	100%
USC	84%	16%	100%
ANHANGUERA	84%	16%	100%
USP	86%	14%	100%

Fonte: Elaborado pela autora

A última questão, de número dez foi a seguinte: Que tipo de assunto você gostaria que o programa abordasse? A maioria dos universitários responderam mais de uma opção, portanto o resultado não somou 100%.

Tabela 12 – Tipo de assunto que gostaria que o programa abordasse

Instituição	Informações de eventos	Programações das Instituições	Noticiário	Músicas	Outros	TOTAL
UNESP	56%	52%	50%	78%	10%	-----
USC	18%	38%	30%	62%	0%	-----
ANHANGUERA	32%	38%	44%	56%	6%	-----
USP	42%	38%	24%	66%	4%	-----

Fonte: Elaborado pela autora

5.1 ANÁLISE DA PESQUISA

Analisando as respostas dos universitários de todas as instituições, pode-se ter como resultado em cada questão:

Questão 1- Baseado na somatória das universidades entrevistadas, os universitários ouvem mais rádio semanalmente. A UNESP apresentou 32%, USC 30%, Anhanguera 30% e a USP 46%. Hoje, os universitários têm seus dias cercados de afazeres e obrigações, e muitos acabam não tendo tempo de parar diariamente para sintonizar uma emissora. Ainda assim também existe uma minoria que não ouve rádio nunca, a UNESP apresentou 20%, a USC também 20%, já a Anhanguera apenas 8% nunca ouvem, e a USP 16%. Outro resultado encontrado é o fato das mulheres ouvirem mais rádio que o homem, o que favorece a locução feminina no programa proposto.

Questão 2- A maioria dos universitários ouve rádio durante 1 hora na semana, o que reforça o que foi analisado na questão anterior, muitos acabam ouvindo durante seu tempo de livre de mobilidade, ou seja, em casa, no carro, celular ou internet.

Questão 3- Os universitários ouvem rádio em horários alternados durante o dia, o que indica que há jovem ligado em rádio o tempo todo, mas o horário que ganha maior espaço é das 18:00 as 00:00. Pode-se concluir com esse dado que a caminho das universidades ou até mesmo aqueles que estudam em período diurno ou integral passam tempo maior ligados ao rádio neste horário.

Questão 4- A Jovem Pan é a emissora mais ouvida entre três, das quatro Universidades pesquisadas. As emissoras locais, como 94 FM e 96 FM, dividem a atenção do universitário. Como há uma diversidade de gêneros nas emissoras, pode-se concluir que o ouvinte procura escolher a qual ele mais se identifica e a Jovem Pan, por ser uma emissora com mais músicas internacionais, e com programas de informações e entretenimento, atrai a atenção do público universitário pela diversidade de conteúdo.

Questão 5- As músicas ganham um enorme espaço entre os conteúdos mais ouvidos pelos universitários, que reforça a relação entre o jovem e a música como identidade de grupo e de consumo. Além disso, as músicas caracterizam o formato híbrido, diversional. O noticiário é o segundo conteúdo mais ouvido e somente o é porque, se cruzado com informação sobre hábito, horário, a oferta de notícias se resume a informações no horário de maior acesso a esse público de interesse.

Questão 6- A maioria dos universitários se identifica com as emissoras de Bauru, as características apresentadas, pela opção que o entrevistado tinha de explicar o porquê se

identificam foram: identificação com a programação das emissoras, e gosto pelas músicas, informações locais, e notícias intercaladas com músicas, espaço a população, programação diversificada, dinâmica, e divertimento.

Já os que disseram não se identificam com as emissoras de Bauru alegaram que é porque não acompanham regularmente a programação, e não moram na cidade. Ressaltam-se as críticas pelo excesso de propaganda na programação e a repetição de músicas.

Questão 7- A aceitação pelas emissoras se expressa nessa questão, a programação é avaliada pela maioria dos universitários como boa. A universidade UNESP apresentou 40%, a USC 56%, Anhanguera 66% e a USP 54%, muitos ainda avaliaram como ótimo, e isso mostra que a maioria deles se identificam com os programas apresentados nas emissoras.

Questão 8 - O carro é, sem dúvida, o equipamento pelo qual os universitários mais ouvem rádio. Atualmente o carro reforça a questão da mobilidade. O celular e a internet são novos meios hoje que vem ganhando espaço aos poucos.

Questão 9- A maioria dos jovens respondeu que gostaria de ouvir um programa de rádio para jovens universitários, o que indica a viabilidade da criação de um programa segmentado para este determinado público.

Questão 10- A partir das opções indicadas pelos universitários, reforça-se a decisão pelo formato do programa híbrido, revista, pois a maioria dos jovens deseja ouvir conteúdos diversos. Os entrevistados sugeriram a veiculação de conteúdo esportivo, cultura e empregos.

Realizada a análise dos resultados, o capítulo seguinte trata da aplicação desses dados ao desenvolvimento do programa.

6 DESENVOLVIMENTO

Após a análise das respostas dos questionários aplicados junto aos universitários, foi definido pela autora que o gênero radiofônico mais adequado ao desenvolvimento do produto é o especial. Segundo Barbosa Filho (2003) é chamado de formato especial o que não possui função específica como os dos outros gêneros radiofônicos, e sim várias funções simultâneas. A escolha se deve ao fato de que o público de interesse deseja ouvir um programa de variedades ou radiorevista. Segundo Ferraretto (2001, p.57),

Na realidade, a radiorevista ou programa de variedades reúne aspectos informativos e de entretenimento. Engloba da prestação de serviços à execução de músicas, passando por temas diversificados, como notícias policiais sensacionalistas, horóscopo ou entrevistas com atores e atrizes de telenovelas. Nas emissoras dedicadas ao jornalismo, pode aparecer na forma de espaços voltados à cultura e o lazer, intercalados algumas vezes com orientações nas áreas de Medicina e Direito.

Além disso, Ferraretto (2001) completa que este pode ser considerado um formato híbrido, em que elementos informativos e musicais se complementam. Segundo essa premissa, o programa apresentará informações pertinentes a esse determinado público em forma de notícias, boletins informativos, notas, reportagens e execuções musicais, comandado por uma locutora.

Prado (2006) afirma que uma das maiores preocupações de um produtor de rádio é o público, portanto, para conquistar um público diferente, é preciso acrescentar mudanças que atendam aos interesses desse segmento. Tendo em vista que tal programa será uma proposta para veiculação em rádio FM, por esta possuir uma linguagem mais direta e objetiva, o ouvinte busca informações, sempre ligada à música, razão pelo qual o programa trará tais elementos, o que configura o programa, segundo Barbosa Filho (2003) como do tipo variedades, que é uma variação jornalística, sendo caracterizado pela multiplicidade de informações diferenciadas apresentada em seus roteiros.

“Tais programas e formatos contornam, com suas particularidades e especificidades, o panorama do rádio brasileiro. As características que apresentam são fundamentais para pensarmos o rádio na contemporaneidade, em suas infinitas possibilidades” (BARBOSA FILHO, 2003, p. 144).

Sobre o título do programa, Mcleish (2001, p. 142) afirma:

Esse é o sinalizador óbvio e deve ativar lembranças da edição anterior, além, de dar uma indicação de seu conteúdo para os não-iniciados [...] O título do

programa de variedades deve ser derivado diretamente do seu objetivo, levando em consideração até que ponto o público-alvo limita-se a um grupo especializado.

O programa atenderá pelo nome Revista Universitária. O programa tem o intuito de informar o jovem universitário e trazê-lo para o meio rádio. Tendo em vista que será um programa diferenciado na cidade de Bauru, pois, dentre todas as emissoras de Bauru, não existe nenhum programa específico somente para jovens universitários. A UNESP FM possui um programa de 15 minutos voltado ao público acadêmico e para profissionais que desejam aprimorar seus conhecimentos, sob o nome de Cidade Universitária, por ser uma programa curto e sem a reprodução de músicas, se torna diferente da proposta que a autora pretende apresentar.

O programa Revista Universitária será apresentado por uma locutora. Avalia-se que a voz feminina será um grande diferencial na proposta do programa, tendo em vista que no rádio bauruense existem poucas vozes femininas na locução. Esse diferencial é reforçado pelo fato de hoje, segundo dados do IBGE as mulheres serem a maioria entre os universitários. Desta forma, acredita-se que tal escolha irá estimular o diálogo com o ouvinte, a fim de que o conteúdo se torne interessante para o mesmo, por meio da identificação sonora.

Para McLeish (2001), o papel do apresentador é um dos fatores mais importantes para a criação de um estilo, pois é ele que regula o tom do programa com a maneira pela qual aborda o ouvinte. Logo, a apresentadora pode ser sociável e amigável, discretamente camarada, o que estabelece vínculo e confiança com os ouvintes.

O produto desenvolvido será apresentado em 90 minutos divididos em quatro blocos de aproximadamente 20 minutos, os outros dez minutos serão os comerciais, obrigatórios em emissoras comerciais, seja em emissora AM ou FM, como forma de sustentabilidade financeira.

O produto será apresentado todas as quartas-feiras, das 17:30 às 19:00; a opção por um dia de semana e pelo horário no final da tarde, foram baseados de acordo com o resultado da pesquisa, o horário veiculado permite que os universitários possam ouvir a caminho da Universidade, seja por quem acabou de sair do serviço ou por questão de hábito mesmo. Lembrando que a proposta por um programa semanal também foi baseada no dado da pesquisa de que os universitários, no geral, ouvem mais rádio semanalmente. E, por ser um programa semanal de formato radorrevista, se justifica a escolha por 90 minutos de programa, comum ao rádio comercial.

A escolha pelo horário e dia teve grande influência do resultado da pesquisa, uma vez que a maioria dos jovens ouve rádio semanalmente, e por mais que esteja ligado no rádio o tempo todo, grande parte ouve das 18:00 às 00:00. O carro, de acordo com as respostas dos universitários na pesquisa, é o lugar em que mais costumam ouvir rádio.

A linguagem a ser utilizada é a coloquial, dentro do discurso radiofônico, a fim de criar proximidade com o ouvinte. O caráter informal fará com que a autora possa utilizar gírias, de modo que haja maior fluidez na comunicação oral.

Quando nos referimos à língua coloquial do radiojornalismo não consideramos notícias como sendo unidades isoladas, mas subunidades interdependentes, que formam uma unidade maior: o programa informativo. Isso quer dizer que os nossos conceitos devem ser aplicados ao noticiário como um todo, através de um encadeamento entre os assuntos (MEDITSCH, 2005, p. 166).

Com a transmissão ao vivo do programa, a apresentadora poderá contar com improvisos. Prado (2006, p. 121) afirma que importante “no imprevisto é ter jogo de cintura, raciocínio rápido para saber como agir”. Atenta a isso, as inserções das vinhetas com as trilhas serão sincronizadas na locução.

Hausman (2010, p. 185) diz que “A principal tarefa numa situação ao vivo é mixar as fontes sonoras na mesa. Essas fontes, logicamente, vão para o transmissor e entram no ar, em vez de para um arquivo sonoro HD. Obviamente, é preciso evitar erros a qualquer custo. Não há como voltar atrás [...]”. Isto indica a necessidade de um pré-roteiro como guia.

Como o programa será dividido em blocos, neles serão apresentados notícias e programações universitárias, além das notícias diárias, locais, nacionais e internacionais, pois conhecimentos gerais e atualidades integram o universo dos jovens universitários, e também permitirá que fiquem atualizados e informados sobre as principais notícias.

Durante toda a programação, o programa contará com músicas que poderão ser pedidas pelos ouvintes pela Fan Page Revista Universitária, e poderão deixar seus recados e dedicatórias. As músicas serão intercaladas com as notícias, e têm também as funções de favorecer a identificação e a interatividade.

Além disso, o programa contará com agenda cultural, oportunidades de emprego, pequenas notícias do esporte de Bauru e previsão do tempo. Essas escolhas foram feitas baseadas no resultado da pesquisa.

Os formatos a serem utilizados serão notas, notícias, boletins e reportagens. As notas e notícias serão utilizadas sobre eventos das universidades e as notícias do dia.

A nota é o resumo da notícia, Segundo Marques de Melo, ([199-?] apud Barbosa Filho, 2003, p. 90) “[...] corresponde ao relato dos acontecimentos que estão em processo de configuração [...]”. Já a notícia é o módulo básico da informação, com tempo de exposição curto, Marques de Melo ([199-?] apud Barbosa Filho, 2003, p. 90) completa que “[...] é o relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social [...]”,

O boletim será apresentado por um repórter.

É a informação que, depois de apurada, será transmitida pelo próprio jornalista que fez a coleta de dados, sempre que possível no momento em que o fato ocorre e direto do chamado palco de ação. Embora carregue em si uma grande carga das impressões pessoais do repórter, o boletim, de modo geral, constitui-se em uma ampliação quantitativa da notícia, ou seja, situa-se no âmbito do jornalismo informativo (FERRARETO, 2001, p. 265).

A reportagem também será apresentada pelo repórter. Para Barbosa Filho (2003, p. 92), a reportagem é:

Considerado uma narrativa que engloba, ao máximo, as diversas variáveis do acontecimento, a reportagem consegue ampliar o caráter minimalista do jornalismo e oportunizar aos ouvintes, leitores, telespectadores ou internautas uma noção mais aprofundada a respeito do fato narrado.

A proporção entre a locução e as músicas serão basicamente iguais. Cada programa contará com informações novas, o que se pretende é que o ouvinte universitário se sinta animado para ouvir o programa na próxima semana. Para isso, o produto proposto tem a lauda para acompanhamento e um roteiro padronizado.

A partir do roteiro, segue o espelho do programa:

1 VHT ABERTURA DO REVISTA UNIVERSITÁRIA

2 Trilha – Apresentação da locutora.

3 VHT NOTÍCIAS UNIVERSITÁRIAS

4 Notícias universitárias.

5 Trilha- apresentação dos pedidos de músicas da Fan Page.

7 VHT PASSAGEM

6 Música.

8 VHT PASSAGEM

7 Música.

8 VHT PASSAGEM

9 Música.

- 10 VHT DEIXA DE BLOCO
- 11 Comercial.
- 12 VHT VOLTA DE BLOCO
- 13 VHT NOTÍCIAS UNIVERSITÁRIAS
- 14 Notícias universitárias.
- 15 VHT OPORTUNIDADE ESTÁGIO E EMPREGO
- 16 Trilha- oportunidade estágio e emprego.
- 17 Trilha- apresentação dos pedidos de músicas da Fan Page.
- 18 VHT PASSAGEM
- 19 Música.
- 20 VHT PASSAGEM
- 21 Música.
- 22 VHT PASSAGEM
- 23 Música.
- 24 VHT DEIXA DE BLOCO
- 25 Comercial.
- 26 VHT VOLTA DE BLOCO
- 27 Trilha- apresentação de reportagem.
- 28 VHT ENTREVISTA
- 28 Entrevista.
- 29 VHT Notícias Regionais
- 30 Notícias regionais.
- 31 Trilha- apresentação dos pedidos de músicas da Fan Page
- 32 VHT PASSAGEM
- 33 Música.
- 34 VHT PASSAGEM
- 35 Música.
- 36 VHT PASSAGEM
- 37 Música.
- 38 VHT DEIXA DE BLOCO
- 39 Comercial.
- 40 VHT VOLTA DE BLOCO
- 41 VHT NOTÍCIAS NACIONAIS
- 42 Notícias Nacionais.

43 VHT NOTÍCIAS INTERNACIONAIS

44 Notícias Internacionais.

45 VHT ESPORTE

46 Trilha- Notícias do esporte.

47 VHT TEMPO E TEMPERATURA

48 Trilha- previsão do tempo.

49 VHT AGENDA CULTURAL

50 Agenda Cultural.

51 Música.

51 VHT ENCERRAMENTO

52 Música.

A parte plástica foi produzida e editada através do software Sony Vegas. O processo envolveu a produção e finalização das vinhetas de abertura, passagem, encerramento, entrevista, notícias universitárias, notícias regionais, notícias nacionais, notícias internacionais, deixa de bloco, volta de bloco, esportes, previsão do tempo e agenda cultural. Todas foram criadas com o intuito de segmentar o programa e aproximar o ouvinte.

Seguem abaixo as vinhetas, gravadas, com a voz do Locutor Guilherme Dias, de Bauru, e produzidas pelo produtor técnico Leandro Cayres Zacarin, do Laboratório de Rádio da USC.

VINHETA DE ABERTURA: Começa agora o Revista Universitária. Uma hora e meia de notícia, música e entretenimento.

VINHETA PASSAGEM: Você está ouvindo o Revista Universitária.

VINHETA DE ENCERRAMENTO: Você ouviu o Revista Universitária. A melhor hora da sua semana.

VINHETA ENTREVISTA: Entrevista.

VINHETA NOTÍCIAS UNIVERSITÁRIAS: Notícias universitárias.

VINHETA DEIXA DE BLOCO: Revista Universitária, fique ligado.

VINHETA VOLTA DE BLOCO: Voltamos a apresentar Revista Universitária.

VINHETA DE NOTÍCIAS REGIONAIS: Notícias regionais.

VINHETA DE NOTÍCIAS NACIONAIS: Notícias nacionais.

VINHETA DE NOTÍCIAS INTERNACIONAIS: Notícias internacionais.

VINHETA DE ESPORTES: Esportes.

VINHETA DA PREVISÃO DO TEMPO: Tempo e temperatura.

VINHETA DA AGENDA CULTURAL: Agenda cultural.

6.1 RELATÓRIO DO PROGRAMA REVISTA UNIVERSITÁRIA

A gravação do programa Revista Universitária, produto elaborado para este trabalho de conclusão de curso, foi feita no dia 11 de Novembro de 2013, utilizando o programa Sound Forge, no Laboratório de Rádio da Universidade Sagrado Coração, em Bauru.

Antes da gravação, a autora do trabalho fez a lauda do programa, com as principais notícias, programações e eventos das Universidades, notícias locais, nacionais e internacionais, notícias do esporte, previsão do tempo, oportunidades de estágio e emprego e agenda cultural. A seleção de músicas apresentada no programa também foi feita antes da gravação. A lauda que foi corrigida pela orientadora do trabalho contou com alguns ajustes antes da realização da gravação do programa.

As notícias e informações apresentadas no programa Revista Universitária foram divididas em: no primeiro bloco, notícias, programações e eventos das Universidades; no segundo bloco, mais notícias sobre as Universidades, e oportunidades de estágio e emprego. Já no terceiro bloco: reportagem, entrevista no estúdio e notícias regionais. No quarto e último bloco, notícias nacionais e internacionais, notícias do esporte, previsão do tempo e agenda cultural.

A sequência das informações e de músicas foi dividida pela própria apresentadora, as músicas são apresentadas no final de cada bloco. A criação para os universitários pedirem suas músicas na Fan Page do programa é uma forma de interagir com o ouvinte e também de prender a atenção dos mesmos, pois a música pedida pelo ouvinte poderá ser tocada durante o programa.

Logo, a principal proposta é que o ouvinte universitário, ao ouvir o programa Revista Universitária, fique informado e atualizado sobre o que acontece nas Universidades e sobre notícias locais, nacionais e internacionais. Deste modo, as músicas equilibram o conteúdo do programa, fazendo com que o ouvinte fique ligado durante a uma hora e meia de programação.

A gravação foi realizada em aproximadamente 50 minutos, e também contou com participação de um Mateus Pessoa, aluno do 4º ano de jornalismo da USC, para a introdução de matéria ilustrativa, boletins e reportagem. Após a gravação, a autora foi auxiliada pelos técnicos Leandro Zacarin e Alex Costa para editar o programa, atividade que durou cerca de

seis horas. Esse tempo foi aplicado na introdução de sonoras, inserção de músicas, trilhas, vinhetas e entrevista.

Assim, a aluna deixou seu programa da maneira que foi proposto inicialmente. A avaliação é que a gravação e produção do programa ocorreram a contento. Durante o tempo todo que estava presente na produção do programa, a autora se identificou com cada parte que estava sendo produzida.

Após o término de produção, foram feitas algumas observações pela orientadora; a aluna pode realizá-las e, por fim, concluir o programa.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema proposto neste trabalho foi a produção de um programa radiofônico para jovens universitários. A escolha pelo rádio se deu pela aproximação que a autora teve a partir das disciplinas sobre o jornalismo radiofônico durante o curso de jornalismo. Uma das principais características que levaram a autora a optar por um trabalho ligado ao rádio é a interação com o ouvinte e também por se identificar com a locução, formato e linguagem.

Baseada nisso, a autora ponderou sobre um estilo de programa que estivesse ligado ao seu dia a dia e também em algo que fosse um diferencial entre as emissoras de rádio de Bauru. Logo, pensou no público universitário, e a partir de uma pesquisa realizada anteriormente, comprovou-se que dentre as emissoras de Bauru não existia nenhum programa próprio somente para o público universitário, com formato e conteúdo sugeridos pela autora.

Diante disto, a ideia da autora, se mostrou relevante, além disso, baseados no fato de que Bauru é uma cidade universitária por possuir 11 instituições de ensino superior, necessita de um espaço para esses jovens estarem ligados e informados sobre o que acontece nas Universidades e também no dia a dia.

A pesquisa se mostrou fundamental para a definição de conteúdo e tipo de programa. Após a tabulação dos dados e análise das respostas, a autora pode, então, definir um gênero, para elaboração do produto, o especial, cuja preferência do público se deu por um programa de variedades ou radorrevista, em que elementos informativos e musicais se complementam (FERRARETO, 2001).

Tendo como base o formato do programa, a autora definiu a duração, o dia e o horário, da veiculação, baseado também nas respostas apresentadas pelos universitários. Assim o programa será apresentado em 90 minutos, no horário as 17:30 às 19:00, e será transmitido todas as quartas-feiras. A proposta se encaixa na grade de programação tendo em vista que o programa será semanal, de formato radiorevista.

O nome Revista Universitária foi escolhido por se encaixar no programa semanal. A escolha também foi motivada pela identificação que o próprio ouvinte poderá ter logo na vinheta de abertura do programa.

Da mesma forma, foram pensados temas e assuntos pertinentes que o programa poderia apresentar para este público, o que foi igualmente amparado nas respostas dos universitários.

Diante disto, o programa foi criado com o intuito de informar o jovem universitário, não deixando de lado os demais ouvintes. Avalia-se que a criação de um espaço para pedido

de música através da Fan Page, durante a programação, ao final de cada bloco, poderá favorecer essa interatividade.

Tal programa será uma proposta para veiculação em rádio FM, uma vez que o estilo proposto se encaixa nas emissoras FM, por ser um formato mais jovem e dinâmico. A locução feminina será uma grande aposta a ser apresentada, pois se tornou um diferencial, visto que hoje nas emissoras de Bauru não existem muitas vozes femininas na locução.

Durante a gravação do programa, apesar das dificuldades encontradas em não ter o ambiente do ao vivo, pode-se afirmar que a proposta atingiu seu objetivo de caráter inovador e segmentado.

De acordo com a metodologia apresentada nesta pesquisa, exploratória, a escuta dos programas radiofônicos das emissoras de Bauru se mostrou importante para a produção e estruturação do programa Revista Universitária, confirma a hipótese sobre a ausência de um programa somente para o público universitário.

Percorrida todas as etapas deste trabalho, tal como proposto o projeto de pesquisa, o método experimental Gil (2002) está presente nesta pesquisa, pois primeiro determinou um objeto de estudo, realizou-se uma pesquisa de campo observou e analisou os dados, para então ocorrer o experimento, que é o programa Revista Universitária. E, por fim, o método monográfico, pois os resultados obtidos ficarão disponíveis para análises e consultas.

Baseado no fato sobre a ausência de um programa radiofônico para este público específico nas emissoras de Bauru, e por esta ser uma cidade universitária, a veiculação deste programa, se faz relevante entre as emissoras FM, e uma ferramenta para o processo de fidelização da audiência. Assim, entende-se como cumprido o objetivo deste trabalho acadêmico.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Ana Carolina; MAGNONI, Antonio Francisco. Rádio e internet: recursos proporcionados pela web ao radiojornalismo. In MAGNONI, Antonio Francisco; CARVALHO, Juliano Mauricio. (Orgs). **O novo rádio: cenário da radiofusão na era digital**. São Paulo, SP: Senac, 2010.
- ALVES. Rosental Calmos. Radiojornalismo e linguagem coloquial. In MEDITSCH. Eduardo. (Org). **Teorias do Rádio**, textos e contextos. Volume 1. Florianópolis, SC: Insular, 2005. p. 165.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO. **ABERT**, [2013?]. Site oficial da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão. Disponível em: <<http://www.abert.org.br/web/>>. Acesso em: 21 maio 2013.
- ASSOCIAÇÃO DAS EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO. Emissoras AESP. **AESP**, 2008. Disponível em <http://www.aesp.org.br/mapa/cidade_generica.asp?cidade_site=114>. Acesso em: 1 nov 2013.
- BALSEBRE. Armand. A linguagem radiofônica. In MEDITSCH. Eduardo. (Org). **Teorias do Rádio**, textos e contextos. Volume1. Florianópolis, SC: Insular, 2005. p. 327.
- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo. **Manual de Radiojornalismo: produção, ética e Internet**. 2. ed. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 2001.
- BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo, SP: Paulinas, 2003.
- BRASIL. **Ministério das Comunicações**, [2013?]. Site oficial do Ministério das Comunicações. Disponível em: <<http://www.mc.gov.br/>>. Acesso em: 20 maio 2013.
- CALABRE, Lia. **A era do rádio**. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2002.
- CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. **Radiojornalismo**. São Paulo, SP: Summus, 1998.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre, RS: Sagra Luzzatto, 2000.
- FERRARETO, Luiz Artur. O rádio e as formas do seu uso no início do século XXI: uma abordagem histórica. In MAGNONI, Antonio Francisco; CARVALHO, Juliano Mauricio. (Orgs). **O novo rádio: cenário da radiofusão na era digital**. São Paulo, SP: Senac, 2010.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2002 .
- HAUSMAN, Carl. **Rádio: produção, programação e performance**. São Paulo, SP: Editora Cengage Learning, 2010.

- KLOCKNER, Luciano. **O Repórter Esso**: a síntese Radiofônica Mundial que fez história. 2.ed. Porto Alegre, RS: AGE: Edipucrs, 2011.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo, SP: Atlas, 1991.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 7. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2010.
- MCLEISH, Robert. **Produção de rádio**: um guia abrangente de produção radiofônica. São Paulo, SP: Summus, 2001.
- MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação**: teoria e técnica do novo radiojornalismo. Florianópolis: Insular, 2001.
- MOREIRA, Sonia Virginia. **O Rádio no Brasil**. Rio de Janeiro, RJ : Rio Fundo, 1991.
- NOVELLI, Ana Lucia Romero. Pesquisa de opinião. In DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. (Orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo, SP: Atlas, 2006. p. 164.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no Rádio** : os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo, SP: Summus, 1985.
- PRADO, Magaly. **Produção de rádio**: um manual prático. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier 2006.
- PIERRE, Maria Clarie Angosto. **Pesquisa social por questionário**. Goiânia, GO: da UCG, 2008.
- RÁDIO 94 FM. **Rádio 94 FM**. Site oficial da emissora 94 FM de Bauru. Disponível em: < <http://www.94fm.com.br/>>. Acesso em: 20 ago 2013.
- RÁDIO 96 FM. **Rádio 96 FM**. Site oficial da emissora 96 FM de Bauru. Disponível em: <<http://www.96fmbauru.com.br/>>. Acesso em: 20 ago 2013.
- RÁDIO UNESP FM. **Rádio Unesp FM**. Site oficial da emissora Unesp FM de Bauru. Disponível em:< <http://radio.unesp.br/>>. Acesso em: 21 ago.
- TRUJILLO, Victor. **Pesquisa de mercado qualitativa e quantitativa**. São Paulo, SP: Scortecci, 2001.

APÊNDICES

APÊNDICE A – PROGRAMA REVISTA UNIVERSITÁRIA

Lauda para o Programa REVISTA UNIVERSITÁRIA

<p>Texto: Programa Revista Universitária Data: 05/11/13 Veiculação: Rádio FM Locutores: Mayara Luna Redatores: Mayara Luna</p>	
Técnica	Locução:
<u>VH Abertura</u>	
Trilha 1	
LOC 1 MAYARA	<p>OLÁ/ BOA TARDE/ SEJA BEM VINDO A MAIS UM PROGRAMA REVISTA UNIVERSITÁRIA// EU/ MAYARA LUNA/ TRAGO PARA VOCÊ AS PRINCIPAIS NOTÍCIAS/ PROGRAMAÇÕES E EVENTOS DAS UNIVERSIDADES/ ALÉM DOS PRINCIPAIS ACONTECIMENTOS DA SEMANA/ E/ É CLARO MUITA MÚSICA// É ISSO AI/ FIQUE LIGADO ATÉ AS 7 DA NOITE//</p> <p>E AGORA SÃO CINCO E MEIA DA TARDE/ HOJE É QUARTA FEIRA/ 16 DE OUTUBRO// COMO ESSA SEMANA PASSOU RÁPIDO/ VOCÊ NÃO ACHA? SEXTA-FEIRA ESTA AÍ E AQUI NO REVISTA UNIVERSITÁRIA VOCE TAMBÉM PODE FICAR POR DENTRO DE TUDO O QUE VAI ROLAR NO FINAL DE SEMANA//</p> <p>E COMO VOCÊS SABEM/ DURANTE TODA NOSSA PROGRAMAÇÃO ROLA MUITA MÚSICA/ PARA PEDIR A SUA É SÓ ENTRAR NA NOSSA FAN PAGE REVISTA UNIVERSITÁRIA// FACEBOOK.COM/PROGRAMAREVISTAUNIVERSITÁRIA// ANTES/ ANTES VAMOS ÀS PRINCIPAIS NOTÍCIAS E INFORMAÇÕES DAS UNIVERSIDADES DE BAURU//</p>
<u>VH Notícias universitárias</u>	
LOC 1 MAYARA	<p>COM O TEMA “USC- 60 ANOS ENSINANDO CIÊNCIAS”/ A USC/ UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO/ REALIZA AMANHÃ/ DIA 17/ E DIA 18 UMA MOSTRA DE ENSINO DE CIÊNCIAS// O EVENTO FAZ PARTE DAS COMEMORAÇÕES DO JUBILEU DE DIAMANTE (60 ANOS) DA INSTITUIÇÃO/ E APRESENTARÁ OS INSTRUMENTOS UTILIZADOS AO LONGO DOS ANOS PARA O DESENVOLVIMENTO DE CAPACIDADE/ E FORMAÇÃO DOS ESTUDANTES// DESTA FORMA/ OS VALORES HISTÓRICOS E O INTERESSE DE PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA DA UNIVERSIDADE SERÃO APRESENTADOS</p>

<p>CORTINA 1</p>	<p>PARA TODA A COMUNIDADE DE BAURU E REGIÃO// A MOSTRA FUNCIONARÁ DAS NOVE E MEIA DA MANHÃ AO MEIO-DIA E MEIA/ DAS DUAS AS CINCO DA TARDE/ E DAS SEIS E MEIA AS NOVE DA NOITE/ SETOR VIVENCIA/ PRÓXIMO AO BLOCO C// A USC FICA NA RUA IRMÃ ARMINDA/ 10-50/ JARDIM BRASIL/ BAURU// INFORMAÇÕES PELO TELEFONE 014 21077070/ A ENTRADA É GRATUITA//</p>
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>GALERA DE ODONTO DA USP (UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO)/ ESTÃO ABERTAS AS INSCRIÇÕES PARA O SIMPÓSIO INTERDISCIPLINAR VIGÉSIMO SÉTIMO COB (CONGRESSO ODONTOLOGICO DE BAURU)// O TEMA SERÁ QUALIDADE DE VIDA: A IMPORTÂNCIA DE ATENDER INTEGRALMENTE SEU PACIENTE/ E CONTARÁ COM PALESTRAS DURANTE TODO O DIA// PARA SABER MAIS SOBRE O EVENTO E SE INSCREVER/ ENTRE EM CONTATO PELO EMAIL COBUSP2014@FOB.USP.BR/ OU PELO TELEFONE 014 3235 8000//</p>
<p>CORTINA 1</p>	
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>INICIAM- SE HOJE AS INSCRIÇÕES PARA A 13ª JORNADA DE FISIOTERAPIA DA UNIVERSIDADE PAULISTA (UNIP)/ O REPÓRTER MATEUS PESSOA TRAZ MAIS INFORMAÇÕES//</p>
<p>LOC 2 MATEUS</p>	<p>A JORNADA DE FISIOTERAPIA DA UNIP/ QUE ACONTECE TODOS OS ANOS/ SERÁ REALIZADA ESTE MÊS DO DIA 29 AO DIA 31/ PROFESSORA E ORGANIZADORA DO EVENTO/ LUCIANA MARÇAL DA SILVA/ FALA SOBRE O PRINCIPAL OBJETIVO DA JORNADA//</p>
<p><u>(Áudio) Luciana Marçal editado:</u> Tempo: 30s.</p>	<p>D.I:O PRINCIPAL OBJETIVO DA JORNADA.../ D.F: O DIA DA FISIOTERAPIA//</p>
<p>LOC 2 MATEUS</p>	<p>A JORNADA/ QUE É COMPOSTA DE PALESTRAS E MINICURSOS/ DESDE O ANO PASSADO TEVE A INTRODUÇÃO DE APRESENTAÇÃO DE TRABALHOS DE CONCLUSÃO DE CURSOS/ E TAMBÉM APRESENTAÇÃO DE TRABALHOS EM FORMATO DE BANNER// AS VAGAS ESTÃO ABERTAS AOS ESTUDANTES DE FISIOTERAPIA DA UNIP/ A ALUNOS EXTERNOS/ E PROFESSORES// O EVENTO É GRATUITO/ E AS INSCRIÇÕES PODEM SER FEITAS NA SALA DE COORDENAÇÃO DE FISIOTERAPIA NA UNIP// A UNIP FICA NA RUA LUIZ LEVORATO 2-140- CHÁCARAS BAURUENSES/ RODOVIA MARECHAL RONDON KM 335// MAIS INFORMAÇÕES PELO TELEFONE 14 33127000//</p>
<p>CORTINA 1</p>	
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>SERÁ REALIZADA NA PRÓXIMA SEMANA/ DOS DIAS 21 A 24</p>

	<p>DE OUTUBRO/ A 13ª SEMANA DE EDUCAÇÃO MUNICIPAL/ E O 3º CONGRESSO MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO DE BAURU// O EVENTO TERÁ COMO TEMA GESTÃO DEMOCRÁTICA: RESPONSABILIDADE DE TODOS NO PROCESSO EDUCATIVO// E CONTARÁ COM PALESTRAS/ OFICINAS/ RODAS DE CONVERSA/ ENTRE OUTRAS ATIVIDADES DURANTE TODO O DIA// MAIS INFORMAÇÕES PODEM SER OBTIDAS NO SITE HOTSITE.BAURU.SP.GOV.BR/SEMANAEDUCA/ OS ALUNOS DO IESB/ UNESP E USC JÁ CONFIRMARAM PRESENÇA NESTE EVENTO//</p> <p>E A IESB/ NO ANO ÚLTIMO DIA 14/ REALIZOU A ENTREGA DE 265 TABLETS AOS ALUNOS FIES DO INSTITUTO SUPERIOR DE BAURU// A CERIMÔNIA OCORREU NO TEATRO EDSON CELULARI//</p>
CORTINA 1	
LOC 1 MAYARA	<p>A PARTIR DE HOJE ATÉ O DIA 18/ ACONTECE O EMET/ ENCONTRO DE METERELOGIA DA UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA (UNESP)/ O PRINCIPAL OBJETIVO SERÁ APRESENTAR E DEBATER OS DESAFIOS E SOLUÇÕES PARA QUESTÕES SOBRE A METERELOGIA// A PROGRAMAÇÃO INCLUI PALESTRAS/ MINICURSOS/ E SESSÕES DE FILMES// PARA QUEM SE INTERESSAR AINDA DÁ TEMPO DE PARTICIPAR/ BASTA FAZER SUA INSCRIÇÃO NO SITE SAMBA-DF.FC.UNESP.BR/EMET/ A UNESP FICA NA AVENIDA ENGENHEIRO LUIZ EDMUNDO CARRIJO COUBE/ 14-01/ NÚCLEO HABITACIONAL PRESIDENTE GEISEL//</p>
CORTINA 1	
LOC 1 MAYARA	<p>PARA OS ESTUDANTES DA UNIP QUE DESEJAM FAZER INTERCÂMBIO ESTA AÍ UMA ÓTIMA OPORTUNIDADE// A UNIP ESTÁ PRÉ-SELECIONANDO ESTUDANTES PARA PARTICIPAREM DO PROGRAMA CIÊNCIA SEM FRONTEIRAS// O PROGRAMA BUSCA PROMOVER A CONSOLIDAÇÃO/ EXPANSÃO E INTERACIONALIZAÇÃO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA/ DA INOVAÇÃO E DA COMPETITIVIDADE BRASILEIRA POR MEIO DE INTERCÂMBIO/ E DA MOBILIDADE INTERNACIONAL// OS CANDIDATOS INTERESSADOS DEVEM REALIZAR AS INSCRIÇÕES NO SITE DO PROGRAMA WWW.CIENCIASSEMFROTEIRAS.COM.BR ATÉ O DIA 29 DE NOVEMBRO/ E DEPOIS ENCAMINHAR A DOCUMENTAÇÃO SOLICITADA PARA O SETOR DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS ATÉ O DIA 2 DE DEZEMBRO//</p>
CORTINA 1	
LOC 1 MAYARA	<p>A TRADICIONAL JORNADA CIENTÍFICA DA FIB (FACULDADES INTEGRADAS DE BAURU) ESTE ANO</p>

<p>LOC 2 MATEUS</p> <p><u>(Áudio) Samir Jasper editado:</u> Tempo: 24s.</p>	<p>CONTARÁ COM MAIS DE 220 TRABALHOS INSCRITOS// O REPÓRTER MATEUS PESSOA TRAZ MAIS INFORMAÇÕES//</p> <p>NOS DIAS 8 E 9 DE NOVEMBRO A FIB REALIZARÁ NO CAMPUS DE BAURU/ SUA 8ª EDIÇÃO DA JORNADA CIENTIFICA// O PROFESSOR E COORDENADOR DO EVENTO SAMIR PAULO JASPER FALA SOBRE O PRINCIPAL OBJETIVO DA JORNADA //</p> <p>DI: O OBJETIVO MAIOR.../ DF: PROS ALUNOS//</p>
<p>LOC 2 MATEUS</p> <p><u>(Áudio)Samir Jasper editado:</u> Tempo: 17s.</p>	<p>SAMIR AINDA RESSALTA SOBRE OS TRABALHOS INSCRITOS NA JORNADA//</p> <p>DI: ESSE ANO A GENTE.../ DF: FACULDADES DA REGIÃO//</p>
<p>LOC 2 MATEUS</p> <p>Trilha 2</p>	<p>OS TRABALHOS SERÃO DIVIDIDOS ENTRE GRADUAÇÃO/ TRABALHOS DE CONCLUSÃO DE CURSO(TCC)/ PÓS-GRADUAÇÃO E PROFISSIONAIS// O PRAZO PARA INSCRIÇÃO DE TRABALHOS TERMINOU HOJE// MAS PARA QUEM TEM INTERESSE EM PARTICIPAR COMO OUVINTE/ AS INSCRIÇÕES PERMANECEM ATÉ O DIA 31// PARA SE INSCREVER ACESSE WWW.FIBBAURU.COM.BR// A PROGRAMAÇÃO DOS TRABALHOS ESTARÁ DISPONÍVEL NO SITE A PARTIR DO DIA 22 DE OUTUBRO// A FIB FICA NA RUA JOSÉ SANTIAGO/ QUADRA 15/ JARDIM FERRAZ/ BAURU//</p>
<p>LOC 1 MAYARA</p> <p><u>VH Passagem</u></p> <p>Música Bruno Mars- Treasure</p>	<p>CHEGOU A HORA DE SABER OS PEDIDOS QUE COMEÇARAM A ROLAR NA NOSSA FAN PAGE/ QUEM AÍ ESTÁ A FIM DE OUVIR?// E FALANDO EM FIB/ A QUERIDA CAROLINE FARID/ ESTUDANTE DO SEGUNDO ANO DE FISIOTERAPIA/ PEDIU A MÚSICA TREASURE/ DE BRUNO MARS/ VAMOS OUVIR//</p>
<p>LOC 2 MAYARA</p> <p><u>VH Passagem</u></p>	<p>MUITO BOM ESSE SOM/ FALA SERIO/ NA SEQUÊNCIA FIQUE COM OS PEDIDOS DE MARCOS GOMES/ ESTUDANTE DE QUÍMICA DA USC/ E VIVIANE LIMA/ ELA DIZ QUE AINDA NÃO É UNIVERSITÁRIA/ MAS PRETENDER COMEÇAR A CURSAR O ANO QUE VEM/ ELA DIZ QUE ADORA O PROGRAMA/ QUE COISA BOA NÉ/ BEIJO PRA VOCÊ//</p>

<p>Música Milley Cyrus- We can't stop</p>	
<p><u>VH Passagem</u></p>	
<p>Música Roberta Campos e Nando Reis- De Janeiro a janeiro</p>	
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>VOCÊ ACABOU DE OUVIR ROBERTA CAMPOS E NANDO REIS/ DE JANEIRO A JANEIRO/ E ANTES MILLEY CYRUS- WE CAN'T STOP// FIQUE LIGADO PORQUE NO PROXIMO BLOCO TEM MAIS MÚSICAS E INFORMAÇÕES PRA VOCÊS //</p>
<p><u>VH Deixa de bloco</u></p>	
<p>Comercial</p>	
<p><u>VH Volta de bloco</u></p>	
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>É ISSO AÍ/ GALERA/ ESTAMOS DE VOLTA E AGORA CINCO HORAS E CINQUENTA E DOIS MINUTOS//</p>
<p><u>VH Notícias Universitárias</u></p>	
<p>LOC 2 MAYARA</p>	<p>ESTÃO ABERTAS AS INSCRIÇÕES PARA O SIMPÓSIO DE AERONÁUTICA EM BAURU/ QUE TEM COMO OBJETIVO DESENVOLVER A PREVENÇÃO DE ACIDENTES AERONÁUTICOS// O SIMPÓSIO CONSTARÁ COM A PRESENÇA DAS PRINCIPAIS ENTIDADES AERONÁUTICAS DO INTERIOR DO ESTADO DE SÃO PAULO/ QUESTÕES DE INTERESSES DA AVIAÇÃO SERÃO DEBATIDOS// O EVENTO SERÁ REALIZADO NA INSTITUIÇÃO TOLEDO DE ENSINO- ITE/ NO DIA 23 DE OUTUBRO/ DAS OITO E MEIA DA MANHÃ ÀS CINCO DA TARDE/ OS PARTICIPANTES RECEBERÃO CERTIFICADOS AO FINAL DO EVENTO/ A ITE FICA NA PRAÇA NOVE DE JULHO/ 1-52/ VILA FALCÃO// MAIS INFORMAÇÃO PODEM SER OBTIDAS PELO TELEFONE 014 21075044 OU 21075057//</p>
<p>CORTINA 1</p>	
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>NÁ PRÓXIMA SEMANA/ DOS DIAS 21 A 25/ SERÁ RELIZADA A SECOM- SEMANA DE COMUNICAÇÃO/ QUE ACONTECE NA FAAC DA UNESP/ CAMPUS DE BAURU// O EVENTO REUNIRÁ ESTUDANTES/ PROFESSORES E PROFISSIONAIS DA ÁREA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL PARA DISCUTIR A FORMAÇÃO PROFISSIONAL/ O PAPEL SOCIAL E AS TRANSFORMAÇÕES NO MERCADO DE TRABALHO// PARA OS CINCO DIAS DE</p>

<p>CORTINA 1</p>	<p>EVENTO/ ESTÃO PROGRAMADAS ATIVIDADES COMO OFICINA/ PALESTRAS/ VISITAS TÉCNICAS/ GRUPOS DE DISCUSSÕES/ ENTRES OUTROS// AS INSCRIÇÕES ESTÃO ABERTAS ATÉ O DIA 18 E PODEM SER FEITAS PELO SITE SEMACOM.WIX.COM/SECOM2013//</p>
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>A USC/ INICIA NA PRÓXIMA SEGUNDA FEIRA/ DIA 21/ O TORNEIO DE DEBATES/ O EVENTO IRÁ ATÉ O DIA 25/ SEXTA-FEIRA// O REPÓRTER MATEUS PESSOA TRAZ MAIS INFORMAÇÕES//</p>
<p>LOC 2 MATEUS</p>	<p>A TERCEIRA EDIÇÃO DO TORNEIO DE DEBATES DA USC REÚNE EQUIPES DE ESTUDANDES DE DIVERSOS CURSOS/ OS ALUNOS INSCRITOS DEBATERÃO SOBRE TEMAS ATUAIS DA SOCIDADE// MARILETE PREVIERO/ COORDENADORA DO EVENTO/ EXPLICA O OBJETIVO DA INICIATIVA//</p>
<p><u>(Áudio) Marilete</u> <u>Previero editado:</u> Tempo: 33s.</p>	<p>DI: O PRINCIPAL OBJETIVO.../ DF: DURANTE 4 MINUTOS//</p>
<p>LOC 2 MATEUS</p>	<p>ESTE ANO O TORNEIO CONTARÁ COM A PARTICIPAÇÃO DE DEZ EQUIPES/ CADA UMA COM CINCO ESTUDANTES E UM ORIENTADOR// MARILETE COMENTA SOBRE A PREPARAÇÃO DOS ALUNOS //</p>
<p><u>(Áudio) Marilete</u> <u>Previero editado:</u> Tempo: 28s.</p>	<p>DI: TO CONTENTE.../ DF: O RESULTADO NÃO SAI//</p>
<p>LOC 2 MATEUS</p>	<p>DOS DIAS 21 A 23 ACONTECE A DISPUTA DE DEBATES/ A DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS DA ETAPA CLASSIFICATÓRIA SERÁ NO DIA 23/ QUARTA-FEIRA/ JÁ NO DIA 24 OS GRUPOS SE REUNIRÃO PARA UM TORNEIO INDIVIDUAL// MODALIDADE NOVA NOS TORNEIOS DE DEBATES// OS VENCEDORES DA PRIMEIRA ETAPA DEBATERÃO NO DIA 25 A ETAPA FINAL// O TORNEIO PREMIARÁ OS TRÊS PRIMEIROS LUGARES COM UM TABLET PARA CADA INTEGRANTE DA EQUIPE// O EVENTO É ABERTO A TODO PÚBLICO/ E A ENTRADA É GRÁTIS PARA OS ESTUDANTES DA USC QUE DESEJAM OBTER CERTIFICADO/ E HORAS DE AACC (ATIVIDADE ACADÊMICO CIENTÍFICO CULTURAIS) DEVERÃO FAZER SUA INSCRIÇÃO PELO SITE WWW.USC.BR/ NO LINK EVENTOS USC// O TORNEIO DE DEBATES SERÁ REALIZADO TODOS OS DIAS NO TEATRO VÉRITAS DA USC// MAIS INFORMAÇÕES PELO TELEFONE 2107 7000 //</p>
<p>CORTINA 1</p>	

<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>A USP ESTÁ PROMOVEDO OFICINAS DE VOZ PARA CANTORES E ATORES DURANTE OS MESES DE OUTUBRO E NOVEMBRO/ AS OFICINAS SÃO GRATUITAS E MINISTRADAS POR ALUNOS DO 4º ANO DE GRADUAÇÃO DO CURSO DE FONOAUDIOLOGIA DA FOB/USP// OS INTERESSADOS PODEM SE INSCREVER PELO TELEFONE 014 32358394/ A USP FICA NA AVENIDA ALAMEDA DR. OCTÁVIO PINHEIRO BRISOLA 9-75/ NA VILA UNIVERSITÁRIA//</p>
<p>CORTINA 1</p>	
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>DO DIA 28 DESTE MÊS ATÉ O DIA PRIMEIRO DE NOVEMBRO/ ACONTECE A JORNADA DE ENGENHARIAS E ARQUITETURA E URBANISMO E TAMBÉM A 5ª JORNADA DE QUÍMICA/ REALIZADA NA USC/ QUE ESTE ANO TERÁ COMO TEMA MERCADO DE TRABALHO/ AS INSCRIÇÕES VÃO DO DIA DEZOITO AO DIA VINTE E OITO// OS INTERESSADOS PODEM SE INSCREVER PELO SITE WWW.USC.BR/EVENTOS_USC//</p>
<p>CORTINA 1</p>	
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>FOI APROVADO DA NA ÚLTIMA REUNIÃO DE CONGREGAÇÃO DA FATEC DOIS CURSOS DE PÓS-GRADUAÇÃO/ UM EM ENGENHARIA CLÍNICA/ E O OUTRO NA AREA DE SEGURANÇA EM REDE DE COMPUTADORES// AINDA NÃO HÁ DATA CERTA PARA O ÍNICIO DAS INSCRIÇÕES//</p>
<p>VH Oportunidade estágio e emprego</p>	<p>E AS INSCRIÇÕES PARA O VERTIBULAR DA FATEC PERMACEM ABERTAS ATÉ O DIA 7 DE NOVEMBRO DE 2013/ AS INSCRIÇÕES PODEM SER FEITAS PELO SITE WWW.VESTIBULARFATEC.COM.BR//</p>
<p>Trilha 3</p>	
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>ALUNOS DE ADMINISTRAÇÃO/ CIÊNCIAS CONTÁBEIS/ QUÍMICA ENGENHARIA DE PRODUÇÃO/ AMBIENTAL/ E ENGENHARIA QUÍMICA/ A RH ASSESSORIA DISPONIBILIZA VAGAS DE ESTÁGIO PARA ESTES CURSOS// OS INTERESSADOS DEVEM SE CADASTRAR NO SITE WWW.RHASSESSORIA.COM.BR//</p>
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>A TV TEM DE BAURU ESTÁ EM PROCESSO PARA VAGAS DE ESTÁGIO PARA O ANO DE 2014/ APENAS PARA ALUNOS QUE ESTÃO NO ÚLTIMO ANO DO CURSO DE JORNALISMO/ OS INTERESSADOS PODEM ENCAMINHAR SEUS CURRÍCULOS PELO EMAIL: ESTAGIO.BAU@TVTEM.COM//</p>
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>AS REGIONAIS DO CIEE DE BAURU E REGIÃO ESTÃO OFERECENDO 200 VAGAS DE ESTÁGIO/ AS</p>

	<p>OPORTUNIDADES SÃO VOLTADAS A ALUNOS DO ENSINO MÉDIO E UNIVERSITÁRIOS/ OS INTERESSADOS PODEM ACESSAR O SITE WWW.CIEE.ORG.BR E SE CADASTRAR GRATUITAMENTE/ OU PODEM COMPARECER AO CIEE NA RUA VIRGÍLIO MALTA, 10-5//</p> <p>A BARBOSA DALL'AGLIO SOCIEDADE DE ADVOGADOS OFERECE OPORTUNIDADE PARA CARGO DE AUXILIAR JURÍDICO/ INTERESSADOS DEVEM ENVIAR CURRÍCULO PARA MICHELLE.ANTONELO@BDSA.COM.BR OU LIGAR PARA 014 3366 0000//</p>
Trilha 4	
LOC 1 MAYARA	<p>MAIS MÚSICAS CHEGANDO GALERA/ OUÇA AGORA ANJOS O RAPPA/ PEDIDO DE ALEXANDRE MARQUES/ ESTUDANDE DE EDUCAÇÃO FISICA DA ANHANGUERA// NA SEQUÊNCIA/ FIQUE COM DAFT PUNK-GET LUCK/ PEDIDO DA CAMILA DO TERCEIRO ANO DE PUBLICIDADE DA UNIP/ E WAKE ME UP/ DO AVICII/ PEDIDO DO NOSSO OUVINTE LUCAS PRADO //</p>
<u>VH Passagem</u>	
Música O Rappa- Anjos	
<u>VH Passagem</u>	
Música Daft Punk- Get Luck	
<u>VH Passagem</u>	
Música Avicii- Wake me up	
LOC 1 MAYARA	<p>VOCÊ ACABOU DE OUVIR WAKE ME UP/ DE AVICII/ ANTES TEVE DAFT PUNK COM GET LUCK E ANJOS/ O RAPPA// E NÃO SAIA DAÍ/ PORQUE NO PRÓXIMO BLOCO TEM ENTREVISTA E AS PRINCIPAIS NOTÍCIAS DA SEMANA//</p>
<u>VH Deixa de bloco</u>	
Comercial	
<u>VH Volta de bloco</u>	
Trilha 5	
LOC 1 MAYARA	<p>JÁ VOLTAMOS E AGORA SEIS E DEZOITO// FINAL DO ANO CHEGANDO/ EPÓCA DE PROVAS/ E É MUITO COMUM QUE</p>

<p>LOC 2 MATEUS</p> <p><u>(Áudio)</u> <u>Alexandre Silva</u> <u>editado:</u> Tempo: 20s.</p>	<p>OS ESTUDANTES PASSEM POR CRISES DE ESTRESSE E ANSIEDADE/ MUITAS VEZES ISSO SE DEVE AO ACÚMULO DE COISAS A FAZER/ E A RESPONSABILIDADE DE TIRAR NOTAS BOAS// O REPÓRTER MATEUS PESSOA TRAZ INFORMAÇÕES//</p> <p>PASSAR A NOITE EM CLARO PARA ESTUDAR/ TOMAR RÉMEDIOS PARA FICAR ACORDADO/ OU PARA DORMIR/ ESTRESSE/ ANSIEDADE E PREOCUPAÇÕES// MUITOS ESTUDANTES CERTAMENTE JÁ PASSARAM POR ISSO// O FATO É QUE MUITOS ACABAM DEIXANDO PARA ESTUDAR NA VÉSPERA DA PROVA/ O QUE PODE PIORAR O ESTADO EMOCIONAL// O IDEAL É MANTER O RITMO DE ESTUDOS DURANTE TODOS OS DIAS/ PARA NÃO GERAR UM ACÚMULO NA SEMANA DE PROVAS// O ESTUDANTE DE ADMINISTRAÇÃO DO 1 ANO ALEXANDRE SILVA CONTA COMO É PARA ELE A SEMANA DE PROVAS//</p> <p>DI: PRA MIM A SEMANA.../ DF: TIRAR BOAS NOTAS//</p>
<p>LOC 2 MATEUS</p> <p><u>(Áudio) Fabiano</u> <u>Azevedo editado:</u> Tempo: 49s.</p>	<p>HOJE MUITAS PESSOAS TRABALHAM E ESTUDAM AO MESMO TEMPO/ E ACABAM DEIXANDO O LAZER E DESCANSO DE LADO/ E ESTES SÃO OS MAIORES MOTIVOS DO AUMENTO DO ESTRESSE// O MÉDICO FABIANO AZEVEDO SERAFIM EXPLICA MELHOR SOBRE ISSO//</p> <p>DI: O ESTRESSE NÃO É .../ DF: É SER FELIZ//</p>
<p>LOC 2 MATEUS</p> <p><u>(Áudio) Fabiano</u> <u>Azevedo editado:</u> Tempo: 37s.</p>	<p>FABIANO AINDA FALA SOBRE OS MOTIVOS QUE PODEM LEVAR OS ESTUDANTES AO ESTRESSE//</p> <p>DI: NO CASO DE ALUNOS.../ DF: FAZENDO CORRETAMENTE//</p>
<p>LOC 2 MATEUS</p> <p><u>VH Entrevista</u></p>	<p>O MÉDICO COMPLETA QUE A ORGANIZAÇÃO DO TEMPO/ UMA BOA ALIMENTAÇÃO/ A PRÁTICA REGULAR DE ATIVIDADES FÍSICAS/ E UMA BOA NOITE DE DESCANÇO/ AJUDAM NO BEM ESTAR E AMENIZAM O ESTRESSE DOS ALUNOS//</p>
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>BOM E QUEM ESTÁ AQUI HOJE PARA FALAR UM POUCO SOBRE ESTE ASSUNTO É A PSICÓLOGA E PROFESSORA DA UNIVERSIDADE SAGRADO CORAÇÃO LUCIANA ZANELATO// LUCIANA/ BOA NOITE// OBRIGADA POR TER</p>

	ACEITADO NOSSO CONVITE//
LOC 3 LUCIANA	RESPOSTA//
LOC 1 MAYARA	ENTÃO/ LUCIANA/ COMO VOCÊ OUVIU NA NOSSA REPORTAGEM OS ESTUDANTES NO PERÍODO DE PROVAS ACABAM FICANDO MAIS ESTRESSADOS// ISSO SE DEVE A QUE/ LUCIANA? A REPONSABILIDADE? AO ACÚMULO DE COISAS A FAZER?
LOC 3 LUCIANA	RESPOSTA//
LOC 1 MAYARA	O QUE OS ESTUDANTES DEVEM FAZER PARA LIDAR COM A SEMANA DE PROVAS?
LOC 3 LUCIANA	RESPOSTA//
LOC 1 MAYARA	E VOCÊ AVALIA QUE ESTUDO DIÁRIO PODE AMENIZAR O ESTRESSE?
LOC 3 LUCIANA	RESPOSTA//
LOC 1 MAYARA	E DURANTE A PROVA TEM ALGUM TRUQUE PARA O ESTUDANTE NÃO TRAVAR?
LOC 3 LUCIANA	RESPOSTA//
LOC 1 MAYARA	HÁ ALGUMA OUTRA DICA?
LOC 3 LUCIANA	RESPOSTA//
LOC 1 MAYARA	BOM/ LUCIANA/ MUITO OBRIGADA PELA SUA PRESENÇA AQUI NO REVISTA UNIVERSITÁRIA/ ESPERO QUE VOCÊ POSSA VOLTAR MAIS VEZES//
LOC 3 LUCIANA	RESPOSTA//
<u>VH Notícias</u> <u>Regionais</u>	
LOC 1 MAYARA	E PARA QUEM GOSTA DE PEDALAR/ A EQUIPE “BIKE BROTHER’S” PROMOVE NESTE DOMINGO/ DIA 20/ A PARTIR DAS NOVE DA MANHÃ/ O 1º “PEDAL ROSA”// SEGUNDO O ORGANIZADOR/ ÍTALO TEIXEIRA/ O OBJETIVO DO EVENTO É CONSCIENTIZAR A POPULAÇÃO SOBRE A IMPORTÂNCIA DA PREVENÇÃO DO CÂNCER DE MAMA/ E TAMBÉM UMA FORMA DE SE EXERCITAR// O “PEDAL ROSA” TEM INÍCIO NA QUADRA 15 DA AVENIDA GETÚLIO VARGAS E VAI PERCORRER 8 KM// PARA SE INSCREVER BASTA COMPARECER A QUALQUER UM DOS POSTOS MRV

<p>CORTINA 1</p>	<p>INSTALADOS NA CIDADE COM UM LITRO DE LEITE// TODO O LEITE ARRECADADO SERÁ DOADO PARA A APAE//</p>
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>E PRA VOCÊ QUE CURTE MODA/ NO PRÓXIMO DIA 24/ O SOCIAL BAURU/ MÍDIA ONLINE DEDICADA À COBERTURA DE EVENTOS/ ENTREVISTAS/ E MATÉRIAS SOBRE O QUE MOVIMENTA A CIDADE/ IRÁ REALIZAR O SEU PRIMEIRO DESFILE DE MODAS// O EVENTO SERÁ NO BUFFET ROCCAPORENA/ A PARTIR DAS SETE DA NOITE// O DESFILE FOI PRODUZIDO POR VINICIUS FERNANDES E CONSTARÁ COM SEIS LOJAS PARTICIPANTES: SLA/ UNIVERSO FITNESS/ CHICA BRASIL/ CARMEN STEFFENS/ HOPE LINGERIE E CARMELINA// PARA PARTICIPAR/ O PÚBLICO PODE RETIRAR OS CONVITES EM UMA DAS SEIS LOJAS PARTICIPANTES// A ENTRADA É UM LITRO DE LEITE/ QUE DEVERÁ SER ENTREGUE NO DIA DO EVENTO// ALÉM DE PODER CONFERIR DE PERTO TODAS AS TENDÊNCIAS/ O DESFILE AINDA CONSTARÁ COM DUAS SURPRESAS//</p>
<p>CORTINA 1</p> <p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>COM O OBJETIVO DE ATUALIZAR E APRIMORAR O CONHECIMENTO DE PROFISSIONAIS E ESTUDANTES DA ÁREA DE CONTABILIDADE/ E FINANÇAS// O SENAC BAURU REALIZA AMANHÃ/ A PARTIR DA SETE E MEIA DA NOITE/ O ENCONTRO NORMAS CONTÁBEIS BRASILEIRAS APLICADAS ÀS MICROEMPRESAS/ E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE// NA OCASIÃO FLÁVIO MANGILI FERREIRA/ PROFESSOR DA PÓS-GRADUAÇÃO CONTROLADORIA E FINANÇAS/ DISCUTIRÁ SOBRE A DETERMINAÇÃO DA ITG 1000/ QUE É UMA NORMA CONTÁBIL PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS// O ENCONTRO É GRATUITO E AS INSCRIÇÕES PODEM SER FEITAS NO SITE WWW.SP.SENAC.BR/BAURU/ OU DIRETAMENTE NA UNIDADE LOCALIZADA NA AVENIDA NAÇÕES UNIDAS 10-22// INFORMAÇÕES PELO TELEFONE 014 3321-3199//</p>
<p>Trilha 6</p>	
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>FIQUE AGORA COM MAIS PEDIDOS DA GALERA QUE ACESSOU A NOSSA FAN PAGE/ E VOCÊ TAMBÉM QUER PEDIR A SUA?! NÃO DEIXE DE ACESSAR A NOSSA FAN PAGE/ FACEBOOK.COM/REVISTAUNIVERSITÁRIA/ OUÇA AGORA SWEDISH HOUSE MAFIA/ DON'T WORRY CHILD//</p>
<p><u>VH Passagem</u></p> <p>Música Swedish house mafia- Don't you worry child</p>	

<u>VH Passagem</u>	
Música Mandou bem- Jota Quest	
<u>VH Passagem</u>	
Música Just give me a reason- Pink	
LOC 1 MAYARA	<p>ESSES FORAM OS PEDIDOS MUSICAIS DE CARLA PRADO/ ALUNA DE JORNALISMO DA UNESP/ COM SWEDISH HOUSE MAFIA- DONT YOU WORRY CHILD/ DE RODRIGO MAIA/ DO SEGUNDO ANO DE ADMINISTRAÇÃO DA FIB/ COM JOTA QUEST MANDOU BEM// E ALINE LIMA/ ALUNA DE PUBLICIDADE DA USC/ COM JUST GIVE A REASON- PINK// E NÃO SAIA DAÍ/ JÁ/ JÁ ESTAMOS DE VOLTA//</p>
<u>VH deixa de bloco</u>	
Comercial	
<u>VH volta de bloco</u>	
LOC 1 MAYARA	<p>ESTAMOS DE VOLTA COM O NOSSO ÚLTIMO BLOCO/ AGORA SEIS E QUARENTA E DOIS// BOM/ AGORA/ NOTÍCIAS PARA VOCÊ JOVEM UNIVERSITÁRIO QUE QUER FICAR POR DENTRO DE TUDO QUE ACONTECE NO BRASIL//</p>
<u>VH Notícias nacionais</u>	
LOC 1 MAYARA	<p>APÓS 23 DIAS DE GREVE/ A MAIORIA DOS BANCÁRIOS RETORNARAM ESTA SEGUNDA AO TRABALHO// A GREVE TERMINOU NOS ESTADOS DE SÃO PAULO/ RIO/ MINAS GERAIS/ MATO GROSSO/ PARANÁ/ RORAIMA/ RONDÔNIA/ PARAÍBA/ PIAUÍ E ALAGOAS/ ENTRE OUTROS// PARA RECUPERAR O TEMPO PERDIDO/ OS FUNCIONÁRIOS GREVISTAS ACEITARAM ESTENDER OS TRABALHOS INTERNOS EM 1 HORA ATÉ O DIA 15 DE DEZEMBRO// O ATENDIMENTO NAS AGÊNCIAS NÃO TERÃO ALTERAÇÃO NO EXPEDIENTE DE ATENDIMENTO AO PÚBLICO// A CAIXA ECONÔMICA FEDERAL ESTUDA ALONGAR O ATENDIMENTO AOS CLIENTES PARA DAR CONTA DA DEMANDA DE TRABALHOS INTERROMPIDOS DURANTE A GREVE//</p>
CORTINA 1	
LOC 1 MAYARA	<p>A CÂMARA DOS DEPUTADOS OFICIALIZOU NA ÚLTIMA TERÇA-FEIRA O CORTE DE 1.371 SUPERSALÁRIOS PAGOS A SERVIDORES ATIVOS E INATIVOS// DE ACORDO COM A DIRETORIA GERAL/ A ECONOMIA SERÁ DE R\$80,4 MILHÕES</p>

<p>CORTINA 1</p>	<p>AO ANO/ CERCA DE R\$ 6,7 MILHÕES POR MÊS// SEGUNDO DADOS DA CÂMARA/ 677 SERVIDORES ATIVOS E 695 APOSENTADOS RECEBEM ACIMA DO TETO CONSTITUCIONAL DE R\$ 28 MIL REAIS// A REDUÇÃO SALARIAL SERÁ APLICADA A PARTIR DO PAGAMENTO DESTE MÊS/ QUE É REALIZADO NO DIA 24//</p>
<p>LOC 1 MAYARA</p> <p><u>Fala povo entre universitários editado:</u> Tempo: 1 min. 18s.</p> <p><u>VH Passagem</u></p>	<p>E QUEM GOSTA DO HORÁRIO DE VERÃO AI? BOM EU PARTICULARMENTE NÃO GOSTO/ PARECE QUE AS HORAS PASSAM TÃO DEPRESSA/ MAS GOSTEMOS OU NÃO/ O HORÁRIO DE VERÃO SE INICIA À MEIA NOITE NO PRÓXIMO DOMINGO/ DIA 20/ OS RELÓGIOS DEVEM SER ADIANTADOS UMA HORA EM TODOS OS ESTADOS DAS REGIÕES CENTRO-OESTE/ SUL E SUDESTE DO BRASIL// O PRINCIPAL OBJETIVO DO HORÁRIO DE VERÃO É ALIVIAR AS REDES DE TRANSMISSÃO DE ENERGIA NOS PERÍODOS DO DIA EM QUE O CONSUMO É MAIS INTENSO/ PRINCIPALMENTE DAS SETE ÀS NOVE DA NOITE// A ESTIMATIVA É QUE/ NESTE ANO/ A ECONOMIA PROPORCIONADA PELO HORÁRIO DE VERÃO CHEGUE A 400 MILHÕES DE REAIS// O HORÁRIO DE VERÃO SEGUE ATÉ O DIA 16 DE FEVEREIRO DE 2014//</p> <p>E OS UNIVERSITÁRIOS SERÁ QUE ELES GOSTAM DO HORÁRIO DE VERÃO/ /NÓS FOMOS OUVIR A OPINIÃO DELES://</p> <p>DI: NÃO GOSTO PORQUE.../</p> <p>DF: UM POUCO DESMOTIVADA//</p>
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>ESTUDANTES QUE OCUPAM A REITORIA DA USP DESDE PRIMEIRO DE OUTUBRO/ FECHARAM/ NA MANHÃ DE HOJE/ O PORTÃO PRINCIPAL DO CAMPUS DA CIDADE UNIVERSITÁRIA/ ZONA OESTE DA CAPITAL PAULISTA// SEGUNDO A POLÍCIA MILITAR (PM)/ CERCA DE 80 ALUNOS SAÍRAM EM PASSEATA POR VOLTA DAS 7 DA MANHÃ/ EM DIREÇÃO À ENTRADA PEDINDO A RELIGAÇÃO DA ENERGIA E DA ÁGUA/ CORTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE// OS ESTUDANTES OCUPAM A REITORIA EM PROTESTO POR ELEIÇÕES DIRETAS PARA REITOR/ VOTAÇÃO PARITÁRIA ENTRE ALUNOS/ FUNCIONÁRIOS /E PROFESSORES E O FIM DA LISTA TRÍPLICE// PELO SISTEMA ATUAL/ O GOVERNADOR DO ESTADO ESCOLHE O REITOR A PARTIR DE UMA LISTA COM OS TRÊS CANDIDATOS MAIS VOTADOS//</p>

<p><u>VH Notícias internacionais</u></p>	<p>E AGORA AS PRINCIPAIS NOTÍCIAS INTERNACIONAIS//</p>
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>O GOVERNO DA FRANÇA DEVERÁ EXPULSAR MAIS DE 21 MIL IMIGRANTES ILEGAIS ATÉ O FIM DO ANO// ATÉ SETEMBRO/ 18.128 IMIGRANTES ILEGAIS FORAM EXPULSOS DO PAÍS// A MAIOR PARTE DELES ROMENOS// IMIGRANTES DA ÁFRICA/ DO ORIENTE MÉDIO E DA ROMÊNIA AUMENTARAM A PROCURA PELA FRANÇA NOS ÚLTIMOS ANOS// EM 2012 FORAM 21.841 EXPULSÕES FORÇADAS À FRANÇA// DE ACORDO COM OS DADOS OFICIAIS OS ROMENOS REPRESENTARAM 18% DAS EXPULSÕES// NO ANO PASSADO MAIS DE 12 MIL PESSOAS QUE ESTAVAM EM SITUAÇÃO IRREGULAR NO PAÍS/ APROVEITARAM A AJUDA DE RETORNO HUMANITÁRIO (VOLTA AO PAÍS DE ORIGEM)/ QUE ERA DE 300 EUROS E PASSOU PARA 30 EUROS NO FINAL DE 2012//</p>
<p>CORTINA 1</p>	
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>A REAL ACADEMIA SUECA DE CIÊNCIAS ANUNCIOU OS NOMES DOS TRÊS PESQUISADORES ESCOLHIDOS PARA RECEBER O PRÊMIO NOBEL DE QUÍMICA 2013// OS VENCEDORES SÃO O AUSTRIACO MARTIN KARPLUS/ DE 83 ANOS/ O BRITÂNICO MICHAEL LEVITT/ DE 66/ E O ISRAELENSE ARIEH WARSHEL/ DE 73// ELES DESENVOLVERAM PESQUISAS SOBRE OS MODELOS MULTIESCALA PARA SISTEMAS QUÍMICOS COMPLEXOS// OS TRÊS TRABALHAM EM UNIVERSIDADES NORTE-AMERICANAS// ESPECIALISTAS AFIRMAM QUE O TRABALHO DOS TRÊS É INOVADOR/ POIS ASSOCIARAM A FÍSICA CLÁSSICA COM FUNDAMENTOS DIFERENTES DA FÍSICA QUÂNTICA// OS PRÓXIMOS PRÊMIOS SERÃO DE LITERATURA/ DA PAZ E ECONOMIA// OS DETALHES SOBRE A PREMIAÇÃO SERÃO DIVULGADOS NO SITE WWW.NOBELPRIZE.ORG//</p>
<p>CORTINA 1</p>	
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>A ESTÁTUA DA LIBERDADE/ FECHADA COM A PARALISAÇÃO DO GOVERNO FEDERAL DOS ESTADOS UNIDOS/ FOI REABERTA AOS VISITANTES NESTE ÚLTIMO DOMINGO/ APÓS O GOVERNO DO ESTADO DE NOVA YORK/ CONCORDAR EM DAR O DINHEIRO PARA QUE O SERVIÇO NACIONAL DE PARQUES PAGUE OS FUNCIONÁRIOS QUE TRABALHAM NO MONUMENTO// A ATRAÇÃO ESTÁ ENTRE OS DEZ MONUMENTOS DE PARQUES NACIONAIS QUE REABRIRAM NESTE FIM DE SEMANA DEPOIS DE ACORDOS SIMILARES SEREM FECHADOS COM OS GOVERNOS ESTADUAIS// O FECHAMENTO DO MONUMENTO DE 93 METROS DE ALTURA/ UMA DAS ATRAÇÕES MAIS</p>

<p>CORTINA 1</p>	<p>POPULARES DA CIDADE DE NOVA YORK/ SE DEU PELO PREJUÍZO FINANCEIRO AOS NEGÓCIOS LOCAIS/ E AMEAÇAS A CENTENAS DE EMPREGOS NA ILHA DA LIBERDADE/ ONDE FICA A ESTÁTUA/ E NAS BARCAS QUE LEVAM À ILHA A PARTIR DE MANHATTAN//</p>
<p>LOC 1 MAYARA</p> <p><u>(Áudio) Felipe Duarte editado:</u> Tempo: 29s.</p>	<p>VALE RESSALTAR QUE É IMPORTANTE QUE TODOS OS UNIVERSITÁRIOS ESTEJAM POR DENTRO DE TUDO QUE ACONTECE NO MUNDO/ COMO COMENTA FELIPE DUARTE/ ALUNO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS//</p> <p>DI: É DE FUNDAMENTAL.../ DF: NO NOSSO PAÍS//</p>
<p>LOC 1 MAYARA</p> <p><u>VH Esportes</u></p> <p>Trilha 7</p>	<p>E DEPOIS DAS NOTÍCIAS INTERNACIONAIS VAMOS DE ESPORTE//</p>
<p>LOC 1 MAYARA</p> <p><u>(Áudio) Carlos Gomes editado:</u> Tempo: 15s.</p>	<p>COM INTUITO DE INAUGURAR A QUADRA DE ESPORTES DA ANHANGUERA// INICIA-SE HOJE O PRIMEIRO TORNEIO DE FUTSAL ENTRE UNIVERSITÁRIOS// ALÉM DE PARTIDAS DISPUTADAS POR HOMENS/ O TORNEIO CONTERÁ COM A PRESENÇA DE MULHERES// O ALUNO CARLOS GOMES/ PARTICIPANTE DO EVENTO ESTE ANO/ COMENTA SOBRE OS JOGOS//</p> <p>DI: ESSE É O PRIMEIRO.../ DF: VAI SER LEGAL//</p>
<p>LOC 1 MAYARA</p> <p>CORTINA 1</p>	<p>O PASCHOALOTTO-BAURU CONSEGUIU UM IMPORTANTE RESULTADO ONTEM/ DIA 15/ NO CAMPEONATO PAULISTA AO DERROTAR O QUINZE DE PIRACICABA POR 84 A 75/ NA CASA DO ADVERSÁRIO// O RESULTADO PERMITE QUE O TIME DEPENDA APENAS DE SUAS FORÇAS PARA TERMINAR A FASE DE CLASSIFICAÇÃO NA PRIMEIRA COLOCAÇÃO DO ESTADUAL// BAURU VOLTA A JOGAR HOJE ÀS OITO NA NOITE CONTRA O FRANCA/ SUA ÚLTIMA PARTIDA DE EQUIPE NESTA PRIMEIRA FASE/ ENCERRANDO UMA SEQUÊNCIA DE OITO PARTIDAS EM 15 DIAS (CINCO PELO PAULISTÃO E TRÊS PELA LIGA SUL-AMERICANA)// SOMANDO AS DUAS COMPETIÇÕES/ O TIME BAURUENSE TEM SEIS JOGOS DE INVENCIBILIDADE//</p>

<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>APÓS EMPATAR POR 2 A 2 COM O GRÊMIO MOGIANO/ FORA DE CASA/ A FIB-SEMEL VIU A PENÚLTIMA RODADA DA FASE DE CLASSIFICAÇÃO DA COPA DE FEDERAÇÃO SER BASTANTE FAVORÁVEL AO TIME// A AABB BATEU INDAIATUBA POR 5 A 0 E MANTEVE O TIME DA REGIÃO DE CAMPINAS UM PONTO ATRÁS DOS BAURUENSES/ A FIB DEPENDERÁ APENAS DE SI NA ÚLTIMA RODADA PARA AVANÇAR// O JOGO DECISIVO SERÁ DIA PRIMEIRO DE NOVEMBRO CONTRA O BARUERI/ NO GINÁSIO DUDUZÃO// UMA VITÓRIA CLASSIFICA OS BAURUENSES//</p>
<p>CORTINA 1</p>	
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>A EDIÇÃO DE NÚMERO 77 DOS JOGOS ABERTOS/ QUE ESTE ANO ESTÃO SENDO REALIZADOS EM MOGI DAS CRUZES/ DEU INÍCIO AS COMPETIÇÕES HOJE DIA 16/ ÀS MODALIDADES DE VOLÊI FEMININO E TÊNIS DE MESA MASCULINO FORAM AS ESTREANTES PARA BAURU// ATLETAS BAURUENSES DE DIVERSAS MODALIDADES PARTICIPARAM DA COMPETIÇÃO/ QUE SEGUE ATÉ O DIA 26//</p>
<p><u>VH Previsão do tempo</u></p>	
<p>Trilha 8</p>	
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>A PREVISÃO DO TEMPO PARA AMANHÃ É DE MUITO SOL/A MÍNIMA É DE 21 GRAUS/ E A MÁXIMA PODE CHEGAR À CASA DOS 32 GRAUS// E PARA QUEM QUER CURTIR O FINAL DE SEMANA COM A FAMÍLIA/ E AMIGOS/ A PREVISÃO TAMBÉM É DE MUITO SOL // MAS NÃO ESQUEÇAM DE SE CUIDAR/ HEIN GALERA PASSANDO PROTETOR SOLAR//</p> <p>E AGORA FIQUE POR DENTRO DO QUE VAI ROLAR NA SEMANA//</p>
<p><u>VH Agenda cultural</u></p>	
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>A 3^a REVIRADA CULTURAL ACONTECE NESTE FINAL DE SEMANA NOS DIAS 19 E 20// A FESTA DA CULTURA REGIONAL TEM LUGAR GARANTIDO NO TEATRO MUNICIPAL E NO PARQUE VITÓRIA REGIA// TEATRO INFANTIL/ ESPETÁCULOS DE DANÇA/ APRESENTAÇÕES MUSICAIS DE VÁRIOS ESTILOS/ SHOW DE PALHAÇO/ E FEIRA ARTESANAL FAZEM PARTE DA PROGRAMAÇÃO// O EVENTO TERÁ INÍCIO ÀS SETE E MEIA DA NOITE NO SÁBADO E NO DOMINGO AS ATRAÇÕES COMEÇAM AS NOVE DA MANHÃ/ E SEGUE DURANTE O DIA//</p>
<p>CORTINA 1</p>	
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>E PRA QUEM GOSTA DE FESTA/ NO PRÓXIMO SÁBADO/ DIA</p>

<p>Música Combinado- João Neto e Frederico</p>	<p>25/ A FIB IRÁ COMEMORAR SEUS 15 ANOS EM GRANDE ESTILO/ TATI ROMERO/ SYPZER E A DUPLA JOÃO NETO E FREDERICO SERÃO AS GRANDES ATRAÇÕES DA FESTA// OS SHOWS PROMETEM ABALAR A GALERA UNIVERSITÁRIA/ OS INGRESSOS AINDA ESTÃO À VENDA NO FLIPPER LANCHES/ JO CALÇADOS/ MUSIC SOUND E LOJA CAVALERA/ OU PELO SITE: WWW.TKINGRESSOS.COM.BR// E AI BORA CURTIR UM SOM DA DUPLA//</p>
<p><u>VH passagem</u></p>	
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>ESSE FOI O SOM DE COMBINADO JOÃO NETO E FREDERICO//</p>
<p>CORTINA 1</p>	
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>DOS DIAS 20 A 26 ACONTECE O 3º FESTIVAL DE TEATRO INDEPENDENTE DE BAURU O FESTINBAU// NESTA EDIÇÃO/ ALÉM DOS ESPETÁCULOS TEATRAIS/ TERÁ TAMBÉM UMA MOSTRA COMPETITIVA DE CENAS CURTAS E MESAS TEMÁTICAS// NO PROGRAMA ESTÃO PREVISTAS OFICINAS SOBRE DRAMATURGIA DA ENCENAÇÃO E IMPROVISAÇÃO TEATRAL/ ALÉM DE FERRAMENTAS PARA O TRABALHO DO ATOR/ E COMO ELE PODE EXPLORAR SEU CORPO EM CENA// AS INSCRIÇÕES PARA AS OFICINAS/ E PARA PARTICIPAR DA MOSTRA COMPETITIVA DE CENAS CURTAS/ PODERÃO SER FEITAS NO SITE WWW.CURSOPAULONEVES.COM.BR// INFORMAÇÕES PODEM SER OBTIDAS PELO TELEFONE 014 3243-1150//</p>
<p>CORTINA 1</p>	
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>O PRIMEIRO ANIMABRU EXIBIRÁ MAIS DE 35 CURTAS DE ANIMAÇÃO DE BAURU E DIVERSOS ESTADOS DO PAÍS// A PRIMEIRA MOSTRA DE CURTAS DE ANIMAÇÃO DE BAURU SERÁ REALIZADA DOS DIAS 23 A 28 DESTE MÊS// A MOSTRA É UMA REALIZAÇÃO DA PREFEITURA DE BAURU/ POR MEIO DA SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA MAIS INFORMAÇÕES PELO TELEFONE 014 32324621//</p>
<p>LOC 1 MAYARA</p>	<p>O REVISTA UNIVERSITÁRIA DE HOJE FICA POR AQUI// BOM RESTINHO DE SEMANA PRA VOCÊ// FIQUE COM A MÚSICA DE JUSTIN TIMBERLAKE/ MIRRORS/ ATÉ A PRÓXIMA QUARTA-FEIRA// BEIJO GALERA/ TCHAU//</p>
<p><u>VH encerramento</u></p> <p>Música Justin Timberlake- Mirros</p>	

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO

SEXO

HOMEM MULHER

UNIVERSIDADE

UNIP USC USP ANHANGUERA

IDADE (EM ANOS)

18 A 20 20 A 25 25 A 30 MAIS DE 30

1- COM QUE FREQUÊNCIA VOCÊ OUVI RÁDIO?

NUNCA OUVI SEMANALMENTE 2 OU MAIS VEZES POR SEMANA
 DIARIAMENTE

2- QUANTO TEMPO DURANTE A SEMANA VOCÊ OUVI RÁDIO?

1 HORA 2 HORAS 3 HORAS 4 HORAS OU MAIS

3- QUAL HORÁRIO VOCÊ MAIS COSTUMA OUVIR?

6:00 AO 12:00 12:00 AS 18:00 18:00 A 00:00

4- DENTRE AS EMISSORAS DE BAURU CUJO SINAL CHEGA A BAURU, QUAL VOCÊ MAIS OUVI?

94 FM 96 FM JOVEM PAN TUPI FM AURI VERDE UNESP
 FM OUTRAS

5- QUAL CONTEÚDO VOCÊ COSTUMA OUVIR NO RÁDIO?

NOTICIÁRIO MÚSICAS HUMOR ESPORTES OUTROS

6- VOCÊ SE IDENTIFICA COM A PROGRAMAÇÃO DAS EMISSORAS DE BAURU?

SIM NÃO PORQUE? _____

7- COMO VOCÊ AVALIA A PROGRAMAÇÃO QUE VOCÊ OUVI?

ÓTIMO BOM REGULAR RUIM

8- ONDE VOCÊ MAIS OUVI RÁDIO?

CASA CARRO INTERNET CELULAR OUTROS

9. SE TIVESSE UM PROGRAMA VOLTADO SOMENTE PARA O PÚBLICO UNIVERSITÁRIO VOCÊ OUVIRIA?

SIM NÃO

10. QUE TIPO DE ASSUNTO VOCÊ GOSTARIA QUE O PROGRAMA ABORDASSE?

INFORMAÇÕES SOBRE EVENTOS

PROGRAMAÇÕES DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO (PALESTRAS, FEIRAS, ETC)

NOTICIÁRIO DO DIA

MÚSICAS

OUTROS. ESPECÍFICAR: _____

**APÊNDICE C – UNIDADE DE CD CONTENDO O PROGRAMA REVISTA
UNIVERSITÁRIA**