



ESTAÇÃO CESNORS: A UNIVERSIDADE MAIS PERTO DE VOCÊ¹

Francieli Aparecida TRAESEL²

Bárbara AVRELLA³

Jean Carlos Prado de SOUZA⁴

Priscila da SILVEIRA⁵

Débora Cristina LOPEZ⁶

Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS

RESUMO

A partir da criação do Centro de Educação Superior Norte do Rio Grande do Sul, da Universidade Federal de Santa Maria, na região noroeste do estado, percebeu-se a necessidade de se estabelecer um vínculo entre a comunidade acadêmica e população que se tornaria alvo das ações de extensão da UFSM. Com esse objetivo, foi criado um programa radiofônico de assessoria de imprensa: o Estação Cesnors. Tendo em vista que um público cativo contribui para a solidificação de uma imagem positiva da Universidade, a existência de um programa de assessoria também vem colaborar com a inserção dos acadêmicos na comunidade como futuros profissionais por meio da visibilidade que o programa proporciona às ações da instituição e de seus integrantes junto à população.

PALAVRAS-CHAVE: assessoria de imprensa; programa radiofônico; Estação Cesnors.

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Jornalismo, modalidade Programa laboratorial de radiojornalismo (conjunto/série)

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social Hab.: Jornalismo, email: francielitraesel@gmail.com.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social Hab.: Jornalismo, email: barbara.avrella@hotmail.com.

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social Hab.: Jornalismo, email: jeanpradoufsm@gmail.com.

⁵ Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social Hab.: Jornalismo, email: prika-zinha@hotmail.com.

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social Hab.: Jornalismo, email: deboralopezfreire@gmail.com.



INTRODUÇÃO

Com a implantação do curso de Comunicação Social Hab.: Jornalismo numa região com pouca produção jornalística de qualidade, inclusive em assessoria de imprensa, o noroeste do estado se constitui um verdadeiro laboratório para as práticas acadêmicas na área, tanto na aplicação de projetos de extensão quanto em pesquisa. Com isso, os acadêmicos ganham experiência, e, no tocante ao trabalho de assessoria de imprensa para a UFSM, a comunidade se integra aos futuros profissionais desenvolvendo ações de benefício geral.

O programa radiofônico Estação Cesnors veio de encontro às necessidades de divulgação da rotina acadêmica da UFSM nos campi de Palmeira das Missões e Frederico Westphalen, em um meio de comunicação que, na região citada, possui grande penetração: o rádio.

Realizado semanalmente desde setembro de 2009, o programa já conta com edições suficientes para destacar que sua permanência no ar, em rádio comercial FM, é um indício de que um trabalho de assessoria de imprensa no rádio (habitualmente desprezado pelas AIs), funciona de maneira positiva como um elo de transparência entre instituição e comunidade.

2 OBJETIVO

O projeto Estação Cesnors tem como objetivo divulgar os campi do Cesnors de Frederico Westphalen e Palmeira das Missões para o norte e noroeste do Rio Grande do Sul legitimando o nome do Centro como Universidade Federal de Santa Maria, bem como divulgar os cursos, projetos, eventos e produções acadêmicas da unidade.

Deste foco principal emergem outros objetivos, tais como: dar visibilidade à inserção da comunidade acadêmica no meio social além de conceder espaço para a opinião dos universitários acerca do tema tratado em cada edição; permitir uma intensificação da aproximação entre Universidade Federal de Santa Maria e a comunidade onde se insere – especificamente no campus de Palmeira das Missões, permitindo o atendimento a uma das responsabilidades das universidades: o compromisso e a ação social; esclarecer dúvidas de vestibulandos quanto ao ingresso, às habilitações e áreas de cada graduação; informar a



população acerca dos acontecimentos regionais e acadêmicas através do exercício do radiojornalismo por parte dos integrantes do projeto; finalmente, contribuir para a construção de uma imagem positiva da presença da UFSM na área de abrangência do programa. Além disso, criar oportunidades de divulgação da cidade de Palmeira das Missões, como por exemplo, o concurso fotográfico que será realizado no município.

3 JUSTIFICATIVA

O Estação Cesnors surgiu a partir da ideia de divulgar os campi do Cesnors/UFSM, localizados em Frederico Westphalen (onde se insere o curso de Jornalismo) e Palmeira das Missões. Esta foi escolhida para a veiculação do programa visando a descentralização dos projetos radiofônicos voltados ao Centro (antes instalados apenas em Frederico), suprimindo assim a falta de um espaço na mídia por parte do campus de Palmeira das Missões.

A opção pelo meio radiofônico partiu das peculiaridades deste, também citadas por Monteiro:

As maiores características do veículo rádio, como a instantaneidade, a rapidez e a simultaneidade, também contribuem para fazer deste meio de comunicação de massa o melhor e o mais eficaz a serviço da transmissão dos fatos e outras modalidades. (MONTEIRO apud FARIAS, 2003, p.25)

Partindo desta ideia, as particularidades do rádio, viabilizam não só a divulgação do Centro, mas também a integração deste com a sociedade em que está inserido, conquistando as pessoas pelas temáticas que fazem parte do dia-a-dia delas.

Outra característica importante para a execução do projeto é a vinculação estabelecida entre atividades de assessoria de imprensa (AI) e jornalismo de rádio, pois este veículo é pouco explorado nas empresas de AI pelo difícil trabalho de clipagem. Como explica Bueno (2008, p.393):

Evidentemente a *clipagem* eletrônica é mais complexa, porque obriga a um acompanhamento amplo dos principais programas (rádio e TV) e exige, portanto, das empresas uma estrutura formidável.(...) Não dispor de todas as inserções na mídia eletrônica significa uma perda (que pode ser mais ou menos importante), mas,



neste caso, o custo de um acompanhamento extensivo (24 horas, todos os dias, de todos os canais) pode ser proibitivo.

Entretanto, a produção radiofônica atinge a uma grande parcela do público com produção a baixo custo. Embora não haja dados específicos de Palmeira das Missões, sabe-se que em Frederico Westphalen, segundo dados da pesquisa realizada pelo Laboratório de Pesquisa e Extensão em Opinião Pública da Universidade Federal de Santa Maria – campus Frederico Westphalen, o rádio ocupa o segundo lugar na presença no cotidiano dos entrevistados. Cerca de 40% consideram-no a principal mídia em seu dia-a-dia, perdendo somente para a televisão, que soma aproximadamente 45%. O mesmo acontece em relação à confiabilidade do veículo: o rádio vem em segundo lugar, com pouco mais de 30% dos votos, enquanto a televisão aparece em primeiro, com 41.24%. Na amostra consultada, 45.86% das pessoas ouvem rádio em busca de notícias e 33.08% porque gostam das músicas transmitidas. Ainda nos resultados deste público, cerca de 90% dos entrevistados consome rádio em casa ou no trabalho.⁷ Desta forma, conclui-se que a eficácia do trabalho de assessoria de imprensa no rádio tende a se intensificar.

O fato de ser uma produção em rádio comercial insere o acadêmico ao ambiente que ele irá conviver após o término da graduação. Com o slogan “A Universidade mais perto de você” pretende-se fazer justamente o que está explícito na frase: aproximar a Universidade da comunidade acadêmica e regional onde o Cesnors está inserido.

A partir de uma análise das produções já conduzidas neste projeto, percebe-se que, após 75 produções, o programa Estação Cesnors já apresenta artifícios que o tornam capaz de cumprir com o seu objetivo inicial: criar uma maior visibilidade ao campus da UFSM de Palmeira das Missões.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O Estação Cesnors trabalha com assuntos da realidade acadêmica e regional, levando ao encontro da comunidade tudo aquilo que for de seu interesse. O programa é apresentado em uma rádio comercial de abrangência regional, Rádio Difusora 92.7FM.

⁷ A pesquisa foi realizada em 2009 na região noroeste do Rio Grande do Sul, envolvendo 30 cidades de pequeno porte e têm um nível de confiança de 95,5%. Os dados não foram apresentados de maneira isolada para cada município, mas refletem uma realidade regional.



Além disso, o Estação tem um diferencial é produzido ao vivo, toda sexta-feira, das 18h30min às 19h00min.

Tudo que se refere à academia, como palestras, seminários, projetos, cursos e demais atrativos são apresentados no programa.

As técnicas utilizadas para construção do programa são:

Apresentação de Notícias

O programa Estação Cesnors possui dois quadros noticiosos, o Momento Da Hora e o Click Vestibular. O primeiro se encontra em todas as edições, no segundo bloco, com vinheta e trilha próprias. Já o segundo é explorado pouco antes das datas do concurso vestibular, com trilha especial. Como nesta instituição, o vestibular ocorre no mês de janeiro, nossa amostra tem o exemplo da edição do dia oito de janeiro, cujo tema - o vestibular – é exibido em forma de entrevista com a Coordenadora do Núcleo de Apoio Pedagógico do Cesnors (Centro de Educação Superior Norte –RS) e retrabalhado no quadro Click Vestibular. Este último é trabalhado em tópicos, em formato de dicas, tal como propõe a vinheta de abertura do programa, com esclarecimentos sobre local, data, documentos, número de candidatos , vagas, cursos, hotéis - tudo relativo ao vestibular.

No Momento Da Hora, apresentado em todas edições do programa, são retiradas notícias no *site* da Agência Experimental de Notícias Da Hora, do curso de Jornalismo do Cesnors, produzidas pelos próprios acadêmicos da graduação.

Antes de serem lidas, as notícias são adequadas para a linguagem radiofônica que exige textos concisos, simples, com frases curtas e linguagem coloquial. Depois de feitas estas alterações, as notícias são lidas no quadro, intercalando a leitura dos parágrafos entre os locutores para que a locução não fique cansativa.

As notícias veiculadas no quadro Momento Da Hora não são apenas de caráter institucional. Verificam-se notícias de interesse regional, ou de interesse da população do município de Palmeira das Missões, onde a rádio se situa. No entanto, é sinalizado ao ouvinte quando se trata de notícias regionais produzidas pela Agência, ou quando se trata de notícias sobre o Cesnors, também produzidas por graduandos de jornalismo.

Esse sistema pode ser encarado como um chamativo para a audiência, pois embora o programa seja preparado com vistas ao público da instituição, pessoas da comunidade podem se interessar mais, caso o programa demonstre vínculo com a comunidade de onde, e para a qual comunica. Como sinaliza Chinem (2003, p. 34)

A comunidade é um dos públicos que deve ser levado em conta em um programa de atividades em um departamento de comunicação de uma empresa. Os impactos dos programas de responsabilidade social na organização são enormes. Os profissionais de comunicação defendem sempre um canal aberto de diálogo com a comunidade para divulgar o programa e a linguagem adequada, e assim, atingir o público certo.

No quadro, Click Vestibular, este direcionamento se dá não apenas para um indivíduo, mas para um público alvo específico: os vestibulandos, que podem ser da comunidade em geral, ou de acadêmicos que, eventualmente, queiram mudar de curso. Agora, a notícia, informação, perde o vínculo restrito à instituição e se projeta para se relacionar com o ouvinte que está fora dela.

Apresentado no segundo semestre do ano, o quadro busca trazer informações para aqueles que irão prestar vestibular, especificamente na Universidade Federal de Santa Maria. Da mesma forma, são retiradas notícias do site da Agência Da Hora, do próprio site do Cesnors e da Comissão Permanente do Vestibular (Coperves/UFSM). Basicamente estas informações trazem datas de inscrições, prazos, documentação necessária para realização da inscrição no concurso vestibular, conteúdos programados e dicas para o momento das provas. Assim, podemos definir que o público-alvo do “Click Vestibular” são alunos de terceiro ano que estão saindo do ensino médio para tentar vaga nas universidades públicas, como é o caso da UFSM.

Em assessoria de imprensa, cada notícia é destinada a um público que, primeiramente, pode ser externo ou interno. Geralmente, são criados veículos institucionais especialmente direcionado ao público interno da instituição. O caso do programa analisado mescla informação de interesse desses dois públicos num mesmo produto.

Para Chinem (2003, p.46,) a “comunicação interna e a comunicação externa são os tipos de ações mais importantes na estratégia da empresa. Podem (e têm de) ser exercidas simultânea ou paralelamente (...)”. Entretanto, no programa analisado é considerado apenas público externo a comunidade de Palmeira das Missões. Frederico Westphalen, neste caso, é membro do programa no tocante ao público interno: os estudantes da UFSM.

Nesse tratamento dado pelo Estação Cesnors às notícias, o programa abre espaço para a opinião do público sobre o tema a ser tratado. Entendemos que, para além de uma assessoria, o grupo responsável pela produção do programa, exercita o radiojornalismo nessas edições sob forma de produção de notícias que envolvem o município (não ficando restrito às leituras de texto adaptado advindos da Agência Da Hora). Há um



aprofundamento da notícia e, por vezes uma atualização de dados já na edição do texto dos quadros citados. A opinião do público é registrada pelos acadêmicos no formato de enquetes, propiciando uma forma de interação do ouvinte com o programa.

Para cumprir com a tendência da rádio FM, de entreter o ouvinte servindo-o de companhia, o Estação Cesnors possui dois quadros que evidenciam a parte musical: Ligue Sucesso e A Hora do Show.

No “Ligue Sucesso”, os alunos do Cesnors, tanto de Palmeira das Missões como Frederico Westphalen, tem a oportunidade de pedir uma música de sua escolha. Os pedidos são gravados com antecedência. Já o quadro “A Hora do Show”, procura contemplar todos os acadêmicos do Cesnors que possuem algum talento musical. Estes alunos tem a oportunidade de vir até o programa e demonstrar seu talento ao vivo.

Em relação ao programa analisado é interessante ressaltar que as informações relativas à UFSM nos campi citados, tem um tratamento explicitamente voltado à divulgação da instituição como um todo: não do diretor, vice-diretor, algum professor ou aluno. E, como observado, tratar de assuntos da comunidade é uma estratégia para que a população passe a conhecer a instituição e como esta se relaciona com a comunidade.

Para tanto, outra artimanha planejada pelo assessor de imprensa, a fim de ganhar visibilidade perante seu público, é algo relacionado ao compromisso social. O grupo responsável pelo programa criou, então, o quadro Ação Solidária, no qual se inseriu campanhas envolvendo a instituição com os problemas da comunidade.

Ainda, o programa está promovendo um concurso fotográfico em Palmeira das Missões, tendo como tema “regaste histórico e social do município, onde qualquer pessoa poderá participar.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Criado em setembro de 2009 por acadêmicos do curso de Comunicação Social Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Educação Superior Norte do Rio Grande do Sul, o Estação Cesnors se configura como um programa de assessoria de imprensa da instituição do Centro de Educação Superior Norte do Rio Grande do Sul (Cesnors). Este é o 9º Centro da Universidade Federal de Santa Maria



(UFSM) criado em 20 de julho de 2005 e conta com dois campi: Frederico Westphalen e Palmeira das Missões.

O programa tem periodicidade semanal desde o segundo mês de produção (novembro de 2009). É veiculado às sextas-feiras, das 18h30min as 19h00min na Rádio Difusora 92.7 FM de Palmeira das Missões. O Estação Cesnors vai ao ar na modalidade ao vivo e sua produção é preenchida com alguns dos oito quadros existentes: Fala Cesnors, Momento Da Hora, Click Vestibular, Ligue Sucesso, A hora do show e Ação Solidária.

1. Momento Da Hora: divulga as notícias postadas pelos acadêmicos de Jornalismo no site da Agência Da Hora.

2. Fala Cesnors: quadro de entrevistas aberto a professores e alunos de todos os cursos para que possam esclarecer conteúdos acerca de cada graduação, dar suas opiniões sobre seus cursos e a instituição. Neste espaço o aluno tem a oportunidade de dar os avisos e comunicados de suas respectivas turmas (convite pra festas, semana acadêmica, rifas etc).

3. A hora do show: leva até o programa alunos e professores para estes mostrarem os seus talentos artísticos.

4. Ação Solidária: Quadro com o objetivo de aproximar o Cesnors/UFSM da comunidade, tanto frederiquense quanto palmeirense. Através deste quadro, pretende-se fazer com que o Cesnors dê a sua contribuição para o melhoramento e desenvolvimento das cidades-sedes dos campi.

5. Click Vestibular: passa aos ouvintes informações sobre o vestibular da UFSM. Tira dúvidas e explica como fazer a inscrição corretamente, além de falar sobre os novos cursos instalados no Cesnors.

6. Enquete: a população opina sobre assuntos que fazem parte da pauta do programa.

7. Ligue sucesso: universitários fazem seu pedido de música para encerrar o programa no clima musical característico da rádio FM.

Todos os quadros são feitos em linguagem coloquial, a partir da idéia de aproximar e habituar o público à existência e papel exercido na integração com a universidade bem como em socializar os alunos à cidade.

Ainda, no ano de 2011 será realizado um concurso fotográfico, chamado “*Um Click da Palmeira*”, baseado em um resgate histórico e cultural da cidade de Palmeira das Missões.

Além dos quadros, o programa possui um site onde são veiculadas notícias de interesse da academia e região. Também, no site são arquivados os programas já apresentados e galeria de fotos (<http://estacaocesnors.wordpress.com>).



Além da produção do programa o Estação Cesnors participa de diversos eventos na área de extensão como: Seminário de Extensão Universitária da Região Sul (SEURS); Seminário Internacional de Extensão, Pesquisa e Ensino (SIEPE) e Jornada Acadêmica Integrada (JAI). Ainda, os integrantes participaram de eventos na área de pesquisa, através da produção de artigos: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e Mostra Acadêmica de Pesquisa e Extensão em Comunicação (Mapec).

6 CONSIDERAÇÕES

Por se tratar de um programa que realiza um trabalho de assessoria de imprensa numa rádio FM, o Estação tem o cuidado de aliar temáticas de interesse dos acadêmicos da UFSM, como também, os de interesse da comunidade de Palmeira das Missões.

Os assuntos trazidos a cada edição deixam claros que o programa é um mediador entre a universidade e a comunidade, principalmente a de Palmeira das Missões, de onde o programa é veiculado. A assessoria de imprensa neste sentido tende a conquistar seu objetivo principal: obter da opinião pública simpatia em relação ao assessorado.

Mesclar radiojornalismo com assessoria de imprensa e entretenimento mostra a dificuldade que se tem em trabalhar, num veículo externo, informações que interessem um público maior do que aquele que convive diretamente com a instituição. Como o alvo de uma assessoria é sempre a visibilidade do assessorado, quando as relações tanto com o público interno quanto externo estão harmonizadas, o resultado é uma boa divulgação a partir de uma boa conduta de compromisso com a sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUENO, Wilson da Costa. Medindo o retorno do trabalho de assessoria de imprensa. In: DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

CHINEM, Rivaldo. **Assessoria de Imprensa: como fazer**. 2ª ed. São Paulo: Summus, 2003



FARIAS, Gerson M. A.. **Linguagem e jornalismo na rádio convencional, rádio on-line e webradio: uma reflexão do conceito de discurso radiofônico no ciberespaço.** 2008. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada) – Departamento de Ciências Sociais e Letras, Universidade de Taubaté, Taubaté.

MEDITSCH, Eduardo. O rádio na era da informação. Coimbra: Minerva, 1999.