

Posicionamiento de las radios universitarias brasileñas ante el público: tensiones entre las dimensiones pública, institucional y educativa

NELIA R. DEL BIANCO

Universidade de Brasília

neliadelbianco@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3701-0929>

DEBORA CRISTINA LOPEZ

Universidade Federal de Ouro Preto

debora.lopez@ufop.edu.br

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

ELTON BRUNO PINHEIRO

Universidade de Brasília

eltonbrunopinheiro@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1465-1288>

Artículo recibido el 27/05/24 y aceptado el 15/10/24

Cómo citar:

Bianco, N.R. Del, Pinheiro, E.B., y Lopez, D.C. (2024). Posicionamiento de las radios universitarias brasileñas ante el público: tensiones entre las dimensiones pública, institucional y educativa. *Quaderns del CAC*, 50, 87-100.

doi: <https://doi.org/10.60940/qcac50id431856>

Resumen

Este artículo analiza los documentos y sitios web de radios universitarias brasileñas de AM y FM de instituciones de educación federales. A través de un análisis documental de reglamentos y políticas editoriales y de un análisis categorial de contenido de las secciones "Quiénes somos" y "Programación" de los sitios web de 26 emisoras, buscamos entender cómo se alinean con los principios del Servicio Público de Radiodifusión brasileño. Entre los resultados, destacamos el predominio de una autoidentificación como educativa, con valorización de la cultura local y regional, y la falta de mecanismos de participación social.

Palabras clave

Radio universitaria, radio educativa, políticas de comunicación, pluralidad, Brasil, análisis categorial de contenido, análisis documental.

Abstract

This article analyses the documentation and websites of AM and FM university radio stations of Brazilian federal educational institutions. Through the documentary analysis of regulations and editorial policies and a categorical content analysis of the "About us" and "Programming" sections of the websites of 26 broadcasters, we seek to understand how these entities align with the principles of the Brazilian Public Broadcasting Service (SRP). The results highlight the predominance of self-identification as an educational service, with a high value on local and regional culture and a dearth of mechanisms for social participation.

Keywords

University radio, educational radio, communication policies, plurality, Brazil, categorical content analysis, documentary analysis.

Introducción

Las radios universitarias surgieron en el ecosistema mediático brasileño en la segunda mitad del siglo xx. La primera emisora, Rádio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, comenzó a emitir en 1957 (Mustafá *et al.*, 2017). Legalmente, la licencia concedida era de carácter comercial. No fue hasta el Decreto-Ley 236/1967 que este tipo de licencia se definió como educativa. La categoría abarca desde emisoras de AM y FM bajo control de universidades públicas y privadas, y gobiernos estatales y

municipales hasta fundaciones de derecho privado, y su finalidad debe ser exclusivamente la difusión de programas educativos y culturales, sin ánimo de lucro, destinados al fortalecimiento de la educación básica y superior. Hay 730 emisoras educativas de AM y FM en funcionamiento, lo que corresponde al 11% de todas las emisoras del sistema de radiodifusión del país (Ministério das Comunicações, 2022). El mapeo realizado por Kischinhevsky *et al.* (2022) muestra que existen 128 emisoras universitarias vinculadas a 118 instituciones de educación superior.

La radiodifusión universitaria es diversa en todo el país, desde emisoras gestionadas directamente por el Rectorado o por órganos vinculados a las instituciones de educación — que operan con profesionales contratados o funcionarios—; vinculadas a fundaciones universitarias; emisoras que pueden formar parte de unidades académicas, generalmente facultades de comunicación social—, o incluso combinar más de uno de estos modelos (Kischinhevsky *et al.*, 2019).

Por ley, las emisoras de radio bajo control de las universidades públicas federales (Instituciones Federales de Enseñanza Superior, IFES) forman parte del Servicio Público de Radiodifusión (SRP) (Ley 11.652/2008), regido por principios relativos a la gestión (autonomía, independencia y participación social) y a la producción de contenidos (pluralidad, diversidad, promoción de la cultura nacional y regional y compromiso con fines educativos). Además, existe una política pública en desarrollo desde 2009 para integrar estas emisoras en la esfera pública a través de su afiliación a la Red Nacional de Comunicación Pública, gestionada por la Empresa Brasil de Comunicação.

El objetivo de este estudio es analizar, desde la perspectiva de las políticas de comunicación¹ y de los principios de la Unesco (2002)² para la radiodifusión de servicio público, cómo las emisoras universitarias bajo control de las universidades públicas federales brasileñas se definen ante el público. La investigación se centra en el análisis documental (Moreira, 2008) de los reglamentos y de la política editorial, y en el análisis categorial de contenido (Sampaio y Lycarião, 2021) de las secciones “quiénes somos” y “programación” de los sitios web y de las redes sociales institucionales de 26 emisoras universitarias de AM y FM bajo control de las IES federales. El objetivo es identificar: a) en qué medida se ajustan a los principios del Servicio Público de Radiodifusión Brasileño en cuanto a la definición de su imagen y de los objetivos de sus programas frente al público; b) y, desde el punto de vista institucional, si hay evidencias de autonomía editorial, financiera y administrativa, así como participación y control social.

El argumento central es que las emisoras brasileñas forman parte de la esfera pública, con una tensión ante una triple imagen que se mueve entre la dimensión educativo-cultural como herencia de sus orígenes; el imperativo de realizar una comunicación institucional para divulgar la producción científica de las instituciones y servir de laboratorio de enseñanza, y los principios del Servicio Público de Radiodifusión.

El concepto de radio universitaria

No podemos pensar en la radio universitaria en singular. El concepto varía según los autores y el escenario nacional en el que se desarrolla el debate. Esto gira en torno, por ejemplo, a las diferencias en la legislación y en la financiación de las emisoras, que repercuten en la forma de organizar y gestionar los recursos humanos y los contenidos (Vázquez Guerrero, 2021).

Sin embargo, existen puntos en común, que se manifiestan principalmente en la finalidad de las emisoras. Al observar las experiencias iberoamericanas, el autor se dio cuenta de la expansión de los intercambios entre Portugal, España y los países de América Latina, debido a la efervescencia y diversidad de la radiodifusión universitaria en este continente.

Vázquez Guerrero (2012) sostiene que estas emisoras han surgido en el ecosistema mediático como alternativas que buscan una comunicación justa y democrática. Por eso se acercan a la ciudadanía, producen contenidos que hablan directamente de su vida cotidiana y cumplen con su compromiso social y su función de servicio público (Casajús, 2012). En este sentido, las radios universitarias forman parte de un movimiento de democratización de la comunicación (De Deus, 2006; Martín-Pena y Giorgi, 2019), que amplía el acceso de la audiencia al micrófono y construye una comunicación sonora plural.

Esta pluralidad también está vinculada al carácter educativo de las radios universitarias. En ellas se forman periodistas, locutores, publicistas, gestores, etc. Con la diversidad de perfiles laborales, existen diferentes formas de integrar a los estudiantes de comunicación en las rutinas, organizar las actividades y financiar las emisoras. Para Lopez (2019), la formación de profesionales es uno de los grandes retos y uno de los principales objetivos de las radios universitarias, que se realiza a través de vínculos entre la teoría, la práctica y el día a día de las audiencias y los estudiantes (Martín-Pena, Lopez y Freire, 2023). La radio universitaria “aúna en su esencia el papel formativo, experimental y transmisor de conocimiento inherente a las universidades y enfatiza su espíritu de extensión hacia la sociedad” (Casajús, 2018:98). Con ello, reitera su compromiso con la sociedad y con la formación personal y profesional de los comunicadores.

Uno de los retos de la gestión de las emisoras universitarias reside precisamente en esta diversidad de características y orígenes. Sin embargo, especialmente en la muestra analizada en este artículo, se trata de emisoras públicas y, sobre todo, de emisoras de carácter público. Paulo Fernando Lopes y Roberto Sousa (2020) abogan por una articulación entre la formación de profesionales, la programación y el interés público, que puede lograrse a través de la independencia, la transparencia y la autonomía administrativa y financiera.

Pero, ¿cuál es la realidad de la radio universitaria brasileña? En cuanto a la gestión, los datos de un estudio de Marcelo Kischinhevsky e Izani Mustafá (2018) muestran que la mitad de las radios brasileñas tenían gestión institucional, el 18,2% gestión voluntaria y el 31,8% modelos mixtos. En las dos segundas categorías, el trabajo de los estudiantes es fundamental para el día a día de la emisora. En cuanto a la organización, los autores encontraron emisoras predominantemente subordinadas a las rectorías, departamentos de comunicación o fundaciones. Por otro lado, son pocas las radios que destacan por tener un núcleo propio en el organigrama de la universidad o que están vinculadas a unidades académicas (especialmente de

comunicación). Aun así, señalan los autores, la mayoría de las radios están supervisadas por profesores.

El personal y la financiación son puntos sensibles en la constitución de las radios universitarias brasileñas. En general, los equipos son insuficientes para producir contenidos propios. Además, hay una baja remuneración media y falta de claridad en cuanto a la asignación presupuestaria de las emisoras. Kischinhevsky y Mustafá (2018) revelan dificultades en términos de recursos humanos, financieros e infraestructura en las emisoras, lo que repercute en una baja capacidad de producción, menor potencial innovador y predominio de una gestión sin planificación estratégica. Aun así, destacan los esfuerzos de las emisoras por mantener las radios en funcionamiento y cumplir compromisos como las relaciones con la comunidad, la cultura y la ciudadanía.

El legado educativo de la radio universitaria brasileña

Comprender el contexto actual de funcionamiento y los desafíos contemporáneos que afrontan las radios universitarias brasileñas requiere reflexionar sobre sus condiciones originales. Así, existen tres dimensiones abarcadoras de una especie de herencia educativa que han condicionado la creación y el desarrollo de las radios universitarias: la histórica, la cultural y la normativo-regulatoria. Estas dimensiones no son excluyentes entre sí, no han tenido un impacto lineal en el proceso de conformación de las radios vinculadas a las instituciones de educación superior y de alguna manera aún tensionan la forma en que siguen operando.

En cuanto a la dimensión histórica, destacamos dos cuestiones. La primera se refiere a la influencia de Edgar Roquette-Pinto y sus intereses en la educación y la ciencia, cuando fundó la Rádio Sociedade do Rio de Janeiro en 1923, con los objetivos de “valorizar contenidos educativo-culturales elitistas/eruditos de carácter formativo-instructivo”, “fortalecer la divulgación científica orientada al desarrollo sociocultural”, pero también propagar “ideales nacionalistas” (Pinheiro, 2019:59), propugnados por los gobiernos de la época. La segunda se refiere al hecho de que estos intereses fueron abrazados por el Estado brasileño, que recibió Rádio Sociedade do Rio de Janeiro como donación en 1936, a la que designó como Rádio MEC, lo que evidenció cómo Roquette-Pinto también “contribuyó al establecimiento del sistema estatal de radiodifusión”. En el período de 1930 a 1970, el Estado buscaba en los medios educativos, mucho más allá de la reducción de los índices de analfabetismo, “el crecimiento económico, así como el fortalecimiento de las comunicaciones, el acortamiento de las distancias espacio-temporales, la propagación de ideologías (como la de la dictadura militar) y el refuerzo de la construcción de una identidad nacional”. (Bianco y Pinheiro, 2017:15).

Zuculoto (2012:198) señala que, “a partir de las raíces plantadas por Roquette-Pinto”, diversas “escuelas radiofónicas” se extendieron por Brasil. Algunos ejemplos de emisoras o

servicios y proyectos destinados “exclusivamente a instruir a través de las ondas de radio” fueron: los programas y emisoras del MEB (Movimento de Educação de Base), Universidade no Ar, SAR (Serviço de Assistência Rural), SIRENA (Sistema Rádio Educativo Nacional) y el Proyecto Minerva, este último marcado por “líneas políticas de la dictadura militar para desarrollar las comunicaciones y la educación a distancia por radio como medio de integración nacional y propagación de su ideología” (Zuculoto, 2012:234). Minerva fue, por lo tanto, un proyecto “alineado con la reacción de la dictadura a las acciones de educación popular que la precedieron, como el MEB, Movimiento de Educación Básica de la Iglesia Católica”. (Pinheiro, 2019:106).

La síntesis de esta dimensión histórica discutida hasta aquí permite comprender de forma más contextualizada la dimensión cultural de la influencia de esta herencia educativa en las radios universitarias del país. A grandes rasgos, esta dimensión presenta dos aspectos: a) una peculiar cultura organizativa que pasó del altruismo y del voluntariado al campo de la estabilidad del servicio público, cuyos hitos son, respectivamente, los años de funcionamiento de la Rádio Sociedade do Rio de Janeiro y el inicio de los trabajos de Rádio MEC; y b) algunas recurrencias en los procesos de producción, entre los que destacan la creación y transmisión de contenidos en los que no se evidencia un proceso dialógico, siendo muy predominante la difusión de programas de carácter elitista/erudito, como charlas, conferencias, clases, conciertos y similares.

Como explican Bianco y Pinheiro (2017:17), esta dimensión cultural también puede evidenciarse en otros cinco aspectos: a) el aspecto idealista, relacionado con los deseos de personajes como Edgar Roquette-Pinto y Enrique Morize de que la radio sea, de hecho, una escuela para los más pobres; b) el aspecto desarrollista, explicado por el deseo de crecimiento económico y de recuperación de una identidad nacional (ideológica) para el país, presentado por los gobernantes del poder ejecutivo federal brasileño que vieron nacer —institucionalmente— la radiodifusión; c) el aspecto *amateur*, que puede ejemplificarse por la improvisación, las adaptaciones de contenidos y la formación profesional, pero también por la embrionaria cuestión tecnológica, con equipos y condiciones de trabajo y transmisión no siempre adecuados; d) el aspecto organizativo, a través del cual podemos ver el impacto de las formas de estructuración/organización de esas emisoras educativas, en primer lugar como “sociedades” o “clubes”, cuando prevalece un cierto altruismo en las prácticas de gestión e incluso de sustentabilidad financiera, y en segundo lugar, a partir de la estabilidad del servicio público, que históricamente es un espacio muchas veces permeado por el proselitismo político, los mandatos partidarios y las intervenciones de interés particular de los gobiernos de turno; y e) el aspecto negociador, evidenciado por el lugar subordinado asignado por diferentes gobiernos al segmento de radiodifusión educativa a favor del segmento comercial.

Estos temas abren el camino para abordar la dimensión normativo-regulatoria, en especial el marco regulatorio (1937-

2015) que configuró el Servicio de Radiodifusión Educativa en Brasil de forma descentralizada, “con las subvenciones en manos del Ministerio de Educación a escala federal y, a escala estatal y, eventualmente, municipal, en manos de los gobiernos estatales, las alcaldías y las universidades públicas”. (Bianco y Pinheiro, 2017:20). Es importante destacar que, a excepción de las radios gestionadas por fundaciones privadas, una parte significativa de las emisoras de este segmento depende mayoritariamente de la financiación estatal, considerada insuficiente en la mayoría de los casos.

Además, a pesar de que el aspecto común de este marco es la definición de que el Servicio Educativo de Radiodifusión se destinaba a la transmisión de programas educativos y culturales, se vio repetidamente impactado por la lógica del patrimonialismo y del clientelismo, ya que innumerables emisoras educativas se entregaron, por ejemplo, a fundaciones privadas vinculadas a políticos. Esta “herencia” terminó poniendo en tensión las diferentes perspectivas entre el servicio educativo y el servicio estatal/gubernamental, en cuanto a los objetivos y principios que debían cumplir cada uno de ellos.

Un relativo avance hacia el rediseño de este escenario se produjo con la publicación de la Disposición n.º 256 del Ministerio de Comunicaciones, del 6 de julio de 2011 (hoy derogada). Esta estableció criterios para orientar el análisis de las propuestas de uso de frecuencias educativas, que daban preferencia en la disputa, según el artículo 4, “en primer lugar, a las universidades federales; en segundo lugar, a los estados; en tercer lugar, a las universidades estatales; en cuarto lugar, a los municipios, y en quinto lugar, a las universidades municipales”. (Brasil, 2011).

La Disposición n.º 4335/2015/SEI-MC, del 17 de septiembre de 2015, que “dispone sobre los procedimientos de autorización y concesión para la ejecución de servicios de radiodifusión sonora en frecuencia modulada y de sonidos e imágenes, con fines exclusivamente educativos” (Brasil, 2015) representó un avance más significativo, al revisar la comprensión conceptual de los programas educativo-culturales, enumerar sus principios y objetivos, y redefinir las prioridades para recibir una concesión pública para el Servicio de Radiodifusión Educativa.

Las radios universitarias brasileñas y el ámbito público

Habiendo reflexionado analíticamente sobre las tres dimensiones (histórica, cultural y normativo-regulatoria) que influyen en el acervo educativo de las radios universitarias del país, es necesario comprender también la formación del campo público y cómo esta condición ha impactado o tensionado el trabajo de las radios universitarias. El artículo 223 de la Constitución Federal brasileña de 1988 establece que el sector público es complementario de los sistemas de radiodifusión privado y estatal. Aunque el artículo permanezca sin reglamentar, en cierta medida pasó a comprenderse mejor con la aprobación de la Ley n.º 11652, que “establece los principios y objetivos

de los servicios públicos de radiodifusión operados por el Poder Ejecutivo o concedidos a entidades de su administración indirecta” y que “autoriza al Poder Ejecutivo a crear la Empresa Brasil de Comunicação - EBC” (Brasil, 2008). De acuerdo con la legislación, se entiende que la esfera pública incluye las emisoras estatales no comerciales, educativas, culturales y universitarias.

Además, la integración en el campo ha sido estimulada a través de la política de integración de esas emisoras en la Red Nacional de Comunicación prevista en el artículo 8, que es precisamente una de las competencias de la EBC: “Art. 8 - Compete a la EBC: (...) III - establecer cooperación y colaboración con entidades públicas o privadas operadoras de servicios de comunicación o de radiodifusión pública, por medio de convenios u otros ajustes, con vistas a la formación de la Red Pública Nacional de Comunicación” (Brasil, 2008). El párrafo tercero del mismo artículo establece que, para formar parte de la red, la programación de las entidades públicas y privadas debe cumplir con los principios y objetivos del SRP, tales como actuar como complemento de los sistemas privado y estatal; promover la pluralidad de fuentes para la producción y distribución de contenidos, la diversidad de temas y formatos, la cultura nacional, y el respeto a los valores éticos y sociales; y fomentar la construcción de la ciudadanía, la consolidación de la democracia y la participación en la sociedad, garantizando el derecho a la información, la libre expresión del pensamiento, la creación y la comunicación (Brasil, 2008).

Aunque deban guiarse por estos principios y objetivos, las emisoras universitarias tienen otras peculiaridades, relacionadas con sus vínculos con los órganos de gestión institucional, con la comunidad interna y externa y, por supuesto, con los estudiantes e investigadores que encuentran en la radio un espacio para desarrollar habilidades y competencias en el amplio campo de la comunicación y áreas afines. A estas particularidades se suman los desafíos de las competencias asignadas por la Norma Nacional de la Red Pública de Comunicación/Radio – NOR 402 (EBC, 2021, p. 2), como la emisión de cuatro horas de programación producida por los asociados.

El gobierno del presidente Lula (2023-2026) ha impulsado el crecimiento de esta red mediante la firma de acuerdos de cooperación entre la EBC y las universidades públicas interesadas en instalar canales de radio y televisión. La asociación es bidireccional: las universidades deben emitir contenidos locales y retransmitir parte de la programación de la EBC (TV Brasil, Rádio Nacional o Rádio MEC). A cambio, la EBC ofrece apoyo técnico en los trámites para obtener la licencia, soporte técnico y formación, además de dar mayor visibilidad a los contenidos regionales a través de la emisión nacional. En 2023, la RNCP contaba con 39 emisoras de radio en funcionamiento bajo el control de las universidades. Entre ellas, identificamos 12 vinculadas a universidades federales. Entre 2023 y 2024, se firmaron 35 nuevos convenios con IES federales. El objetivo de los gestores de la red es tener 109 emisoras de FM en funcionamiento para el próximo año (EBC, 2024b).

Metodología

En este artículo, partimos de la premisa de que la comunicación institucional revela la identidad y la imagen de las emisoras universitarias, además de reflejar su actuación, sus valores y directrices, y la imagen que desean proyectar al público. Para llevar a cabo la investigación, realizamos un análisis documental (Moreira, 2008) de reglamentos y política editorial, y un análisis categorial de contenido (Sampaio y Lycarião, 2021) de las secciones “quiénes somos”, “programación” y “participación social” de los sitios web institucionales y redes sociales (Facebook, Instagram y YouTube) de emisoras de radio de universidades federales brasileñas.

Entendemos la comunicación institucional como una expresión pública virtual que revela la identidad y la imagen de las emisoras, además de reflejar sus acciones, valores, directrices y posicionamiento ante el público. Es una expresión estratégica (Kunsch, 2009) que pretende construir, mantener y mejorar la imagen y reputación de la organización, en consonancia con sus objetivos y valores. Abarca tanto la comunicación interna, dirigida a empleados y colaboradores, como la externa, dirigida al público en general. Se refiere a la forma en que la organización se presenta a sí misma y cómo la percibe el público.

Para entender cómo se representan las emisoras analizadas en los espacios institucionales y cómo esta representación está conectada con los principios del Servicio de Radiodifusión Público brasileño, realizamos dos modelos de análisis: documental y de contenido categórico.

El análisis de contenido categorial siguió los pasos tradicionales. Inicialmente, se leyeron los textos para identificar posibles temas emergentes. A continuación, se codificaron, identificaron y etiquetaron las partes de los textos consideradas relevantes para los objetivos de la investigación. Basándose en Sampaio y Lycarião (2021), se aplicaron dos categorías de codificación: a) codificación deductiva (categorías *a priori*) basada en los principios de la Unesco y del Sistema de Radiodifusión Público, que definen las características de las emisoras públicas; y b) codificación inductiva (categorías emergentes identificadas durante el proceso de lectura y análisis de los datos). Se trata de categorías *a priori* basadas en la revisión de la literatura sobre la radiotelevisión pública: educativa, cultural, pública, pluralidad, diversidad, diferenciación y ciudadanía. Las categorías que surgieron de la lectura de los textos son: extensión, institucional, información, periodismo, divulgación científica, alternativa, calidad, laboratorio pedagógico, cultura regional y local.

Los códigos se identificaron en dos etapas. Primero, la categorización era manual, mediante la observación de las unidades significativas en el texto. Después, con la ayuda del *software* de análisis cualitativo Atlas.ti, se identificaron los códigos en el texto, intentando comprender su significado a partir de los contextos sociales y culturales de la universidad pública y del ecosistema mediático brasileño. Los códigos fueron agrupados en dos dimensiones: a) cómo las radios se definen a sí mismas; b) cómo las radios definen su programación a partir

del trípode música, noticias y periodismo. Se puede observar que hay códigos similares en ambos segmentos, pero se utilizan con significados diferentes.

El corpus de análisis se armó cruzando información del mapeo realizado por Kischinhevsky *et al.* (2022), del estudio sobre radio pública de Nísio Teixeira y Rafael Medeiros (2019) y del mapa interactivo de la Red Nacional de Comunicación Pública (EBC, 2024a). Identificamos 26 emisoras de AM y FM que operan bajo el control de universidades públicas federales, 12 de las cuales están afiliadas a la Red Nacional de Comunicación Pública (Tabla 1).

A partir de este análisis, nos dimos cuenta del predominio de sitios web precarios, carentes de información completa, desactualizados y sin una visión conjunta. Esto representó un desafío para el estudio, que considera el lugar de la comunicación institucional en la construcción de la identidad de las emisoras. Un dato importante es que el 73% de ellas tienen página web propia, con lo que se configura un espacio informativo para que el oyente conozca la programación e interactúe con la radio. Las demás son páginas dentro de la web de la universidad o fundación que apoya a la emisora, que presentan información institucional sin configurarse en un espacio de interacción con la audiencia. Esta precariedad también se refleja en las redes sociales. Cinco de ellas no tienen perfil en ninguna red social. En las que sí lo tienen, se observa que la mitad lo actualizan frecuentemente, y las demás, de forma esporádica y sin regularidad (Tabla 2).

En el planteamiento del análisis documental se examinaron documentos, como directrices de política editorial o reglamentos internos, para identificar el perfil de la emisora y los principios de programación. La búsqueda de estos documentos resultó en una muestra reducida de materiales disponibles en los sitios web de las emisoras para su análisis. Se trata de documentos que podrían ofrecer más detalles sobre su política editorial, posicionamiento hacia el público y compromiso con los principios de la comunicación pública, por ejemplo. Al respecto, solo se identificaron seis emisoras que publicaron sus lineamientos de política editorial en el sitio web: Rádio Universidade AM 800, Rádio Universitária 107.9 FM, Rádio Universitária UFG 870 AM, Rádio Paulo Freire AM 820, UniFM 107.9 y Universidade FM 106.9.

Para identificar pruebas de mecanismos de participación de la audiencia en la gestión de las emisoras, buscamos documentos que formalicen esta práctica, que puede darse a través del consejo de administración o el comité editorial y de programación. La Unesco (2001) recomienda este tipo de mecanismos de participación como un medio para garantizar que la comunidad en la que se encuentran las emisoras pueda tener una opinión sobre la programación.

Sin embargo, no se identificaron documentos ni indicios de que las emisoras que componen el corpus de la investigación mantengan este tipo de participación social a través de estos mecanismos tradicionales.

Por lo tanto, las radios analizadas utilizan la convocatoria

pública para acercarse a la sociedad. Este tipo de acción es una forma de incluir producciones de individuos, asociaciones, organizaciones de clase y radios comunitarias, con o sin el

apoyo de leyes de incentivo. En tres emisoras hay documentos en que orientan la realización de avisos públicos: Rádio Federal FM de Pelotas, Rádio Paulo Freire y Rádio UFSCar.

Tabla 1. Emisoras incluidas en el corpus de la investigación

Radio	Universidad	Provincia	Afiliación RNCP
1. Rádio Universitária 107.9 FM	Universidade Federal do Ceará	Ceará	Sí
2. Rádio Universitária 96.9 FM UNIFAP	Universidade Federal do Amapá	Amapá	Sí
3. Rádio UFS FM 92.1	Universidade Federal de Sergipe	Sergipe	Sí
4. Universidade FM 106.9	Universidade Federal do Maranhão	Maranhão	No
5. Rádio Universitária 88.9 FM	Universidade Federal do Rio Grande do Norte	Rio Grande do Norte	No
6. Universitária FM. 107.5	Universidade Federal de Uberlândia	Minas Gerais	No
7. Rádio Universitária 100.7 FM	Universidade Federal de Viçosa	Minas Gerais	No
8. Rádio Federal FM 101.3	Universidade Federal de Alfenas	Minas Gerais	No
9. Rádio UFMG Educativa 104,5 FM	Universidade Federal de Minas Gerais	Minas Gerais	Sí
10. Rádio Federal FM 107.9	Universidade Federal de Pelotas	Rio Grande do Sul	No
11. Rádio Educativa UFMS 99.9 FM	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul	Mato Grosso do Sul	Sí
12. Rádio UFSCAR 95.3	Universidade Federal de São Carlos	São Paulo	No
13. FURG FM 106.7	Universidade Federal do Rio Grande	Rio Grande do Sul	Sí
14. Rádio UFOP Mariana 103.5 FM	Universidade Federal de Ouro Preto	Minas Gerais	Sí
15. Rádio FM Universitária 96.7	Universidade Federal do Piauí	Piauí	Sí
16. Rádio Universitária FM 95.9	Universidade Federal de Roraima	Roraima	Sí
17. Rádio UFT 96.9 FM	Universidade Federal do Tocantins	Tocantins	Sí
18. UNIFM 94.5	Universidade Federal do Paraná	Paraná	No
19. UniFM 107.9	Universidade Federal de Santa Maria	Rio Grande do Sul	Sí
20. Rádio da Universidade 1080 AM	Universidade Federal do Rio Grande do Sul	Rio Grande do Sul	No
21. Rádio Paulo Freire AM 820	Universidade Federal de Pernambuco	Pernambuco	No
22. Rádio Universitária UFG 870 AM	Universidade Federal de Goiás	Goiás	Sí
23. Rádio Universitária AM 1570	Universidade Federal Itajubá	Minas Gerais	No
24. Rádio Universitária 105.7 FM	Universidade Federal de Lavras	Minas Gerais	No
25. Rádio Universidade AM 800	Universidade Federal de Santa Maria	Santa Maria RS	No
26. Rádio Universitária 99.7 FM	Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri	Minas Gerais	No

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Estaciones de radio investigadas con sus respectivos sitios web y redes sociales

Rádios	Sitios propios	Página en otro sitio institucional	Redes sociales
Rádio Universitária 107.9 FM	https://bit.ly/4ezYb6W		Instagram @radiouniversitariafm
Rádio Universitária 96.9 FM UNIFAP	https://bit.ly/4dHT2su		facebook.com/radiounifapoficial Instagram @radiounifapoficial/
Rádio UFS FM 92.1		https://bit.ly/3YbB8d1	facebook.com/radioufs Instagram @radioufs
Universidade FM 106.9	https://bit.ly/3NhdI59		facebook.com/universidadefm106
Rádio Universitária 88.9 FM	https://bit.ly/4gTVL4M		facebook.com/fmuniversitarianatal/ Instagram @universitariafmnatal
Universitária FM 107.5		https://bit.ly/3BD3zYC	
Rádio Universitária 100.7 FM	https://bit.ly/3YiNTCB		
Rádio Federal FM 101.3		https://bit.ly/4eEAKD	facebook.com/groups/radiofederal
Rádio UFMG Educativa 104.5 FM	https://bit.ly/4dSI0kh		facebook.com/ufmgeducativa Instagram @ufmgeducativa
Rádio Federal FM 107.9	https://bit.ly/4dZwjbz		facebook.com/RadioFederalFmUfpel
Rádio Educativa UFMS 99.9 FM	https://bit.ly/3ZY9ZLN		
Rádio UFSCAR 95.3	https://bit.ly/3NtyUPP		facebook.com/escutediferente Instagram @radioufscar
FURG FM – 106.7		https://bit.ly/4eL2tZy	
Rádio UFOP Mariana 103.5. FM	https://radio.ufop.br		Instagram @radioufop
Rádio FM Universitária 96.7	https://bit.ly/3Y5PwC6		facebook.com/RadioFmUniversitaria967
Rádio Universitária FM 95.9	https://bit.ly/3Y0IH61		Instagram @rtv.ufr
Rádio UFT 96.9 FM		https://bit.ly/4eL9Gsn	Instagram @uftfm
UNIFM 94.5	https://bit.ly/4f0HukO		Instagram @unifm94.5
UniFM 107.9		https://bit.ly/4h3K0Og	facebook.com/UFSMradios
Rádio da Universidade 1080 AM	https://bit.ly/4fjrWcr		facebook.com/radioufrgs Instagram @radioufrgs
Rádio Paulo Freire AM 820	https://bit.ly/3zX7iQg		facebook.com/radiouniversitariapaulofreire Instagram @radiopaulofreire
Rádio Universitária UFG 870 AM	https://bit.ly/3NpYRjv		Instagram @radioufg/ facebook.com/radioufg/
Rádio Universitária AM 1570	https://bit.ly/3U2wECY		
Rádio Universitária 105.7 FM	https://bit.ly/3YkQzjd		facebook.com/universitaria105fm Instagram @universitaria105fm
Rádio Universidade AM 800		https://bit.ly/4h3K0Og	facebook.com/UFSMradios Instagram @radiosufsm
Rádio Universitária 99.7 FM	https://bit.ly/3YkSd4I		facebook.com/UnicentroFM

Fuente: Elaboración propia.

Imagen construida ante el público

Las radios universitarias se definen ante el público sobre todo como educativas. Este concepto está presente en la descripción de 17 de las 26 emisoras analizadas. Esta condición está vinculada a la naturaleza de la licencia sin ánimo de lucro concedida a la universidad pública. El término también hace referencia a la producción y difusión de programas educativos destinados a promover el conocimiento científico y desarrollar la sensibilidad crítica.

La segunda acepción predominante es la cultural asociada al carácter educativo. La promoción y la valorización de la cultura local y regional, así como la difusión de géneros musicales ausentes en las emisoras comerciales, son pilares de estas radios en la construcción de su imagen ante el público.

En tercer lugar, destaca el sentido institucional. Están concebidas como canales de comunicación institucional que dan a conocer las actividades de investigación, docencia y extensión de las universidades. El aspecto institucional está vinculado a la estrategia de divulgación científica y difusión del conocimiento científico producido en las instituciones. Una parte importante de estos canales se posicionan como difusores oficiales de la universidad.

El cuarto sentido es pertinente a la misión de actuar como laboratorio de enseñanza para los estudiantes, especialmente en los programas de Comunicación y Periodismo, que ofrecen a los estudiantes la oportunidad de practicar y desarrollar competencias profesionales en un entorno real de producción radiofónica, y los implican en actividades prácticas de producción de los contenidos de la emisora y, en algunos casos, en la producción regular de programas exclusivamente a partir de esta actividad docente.

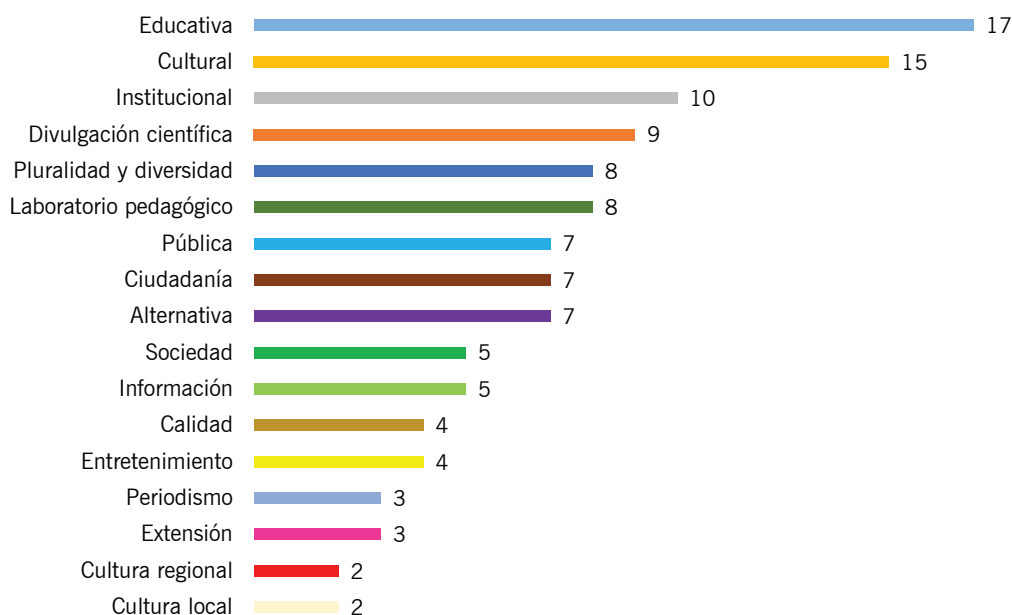
Por último, las emisoras universitarias destacan por su actuación basada en los principios de pluralidad de voces y diversidad cultural. Dicen estar abiertas a diferentes opiniones y manifestaciones artísticas, lo que garantiza una programación que refleje la multiplicidad de segmentos de la sociedad. Esta condición se traduce en la promoción de debates públicos cualificados y en la afirmación de los derechos humanos, el género y la diversidad racial. Se trata de una dimensión a menudo vinculada al papel de una emisora pública. Sin embargo, se observa que de las 12 radios de IES federales vinculadas a la RNCP, solo cinco se definen como públicas, de las cuales, casualmente, cuatro explotan licencias obtenidas por la EBC).

Definición del programa para el público

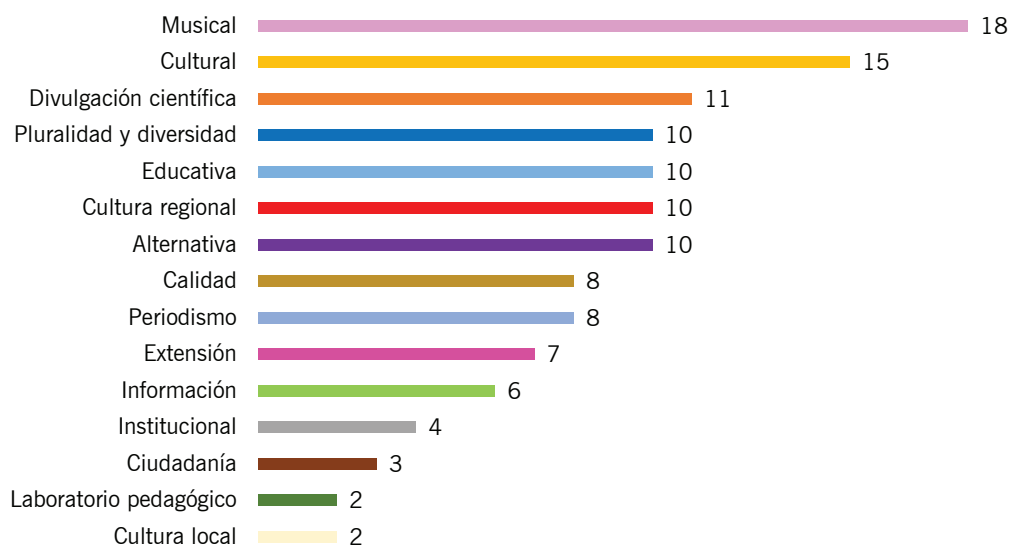
Las radios universitarias se posicionan ante el público a partir de su configuración, moldeada por el espacio en el que se ubican. En el análisis de contenido categorial de las páginas web y redes sociales de las emisoras en el apartado de programación, observamos, por un lado, elementos calificativos y, por otro, un énfasis en los géneros de los programas.

Los calificativos incluyen programas destinados a promover la cultura local y regional, en que destacan artistas y géneros musicales que reflejan la identidad cultural de la localidad; la adopción de los principios de diversidad y pluralidad de voces en el periodismo; el compromiso con la educación y la formación crítica del público, y el posicionamiento como alternativa a los medios tradicionales en cuanto a la diversidad de temas tratados y la calidad de su producción.

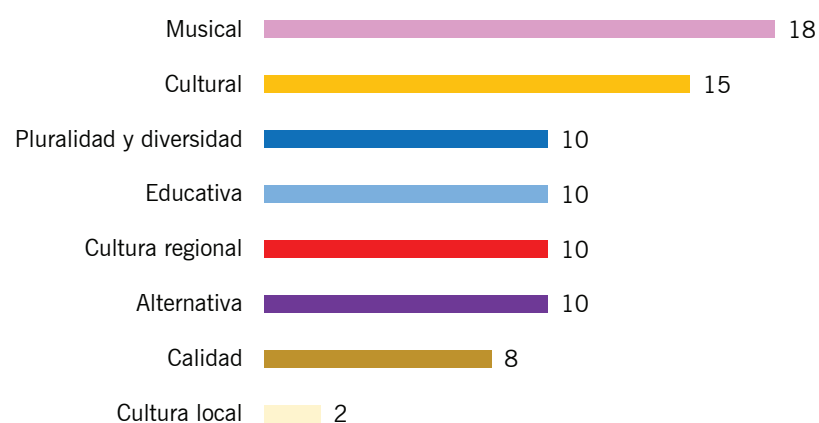
Gráfico 1. Características que definen las radios universitarias a los ojos del público



Fuente: Elaboración propia con atlas.ti.

Gráfico 2. Características que definen los programas de la radio universitaria

Fuente: Elaboración propia con atlas.ti.

Gráfico 3. Características que definen la programación musical de las radios universitarias

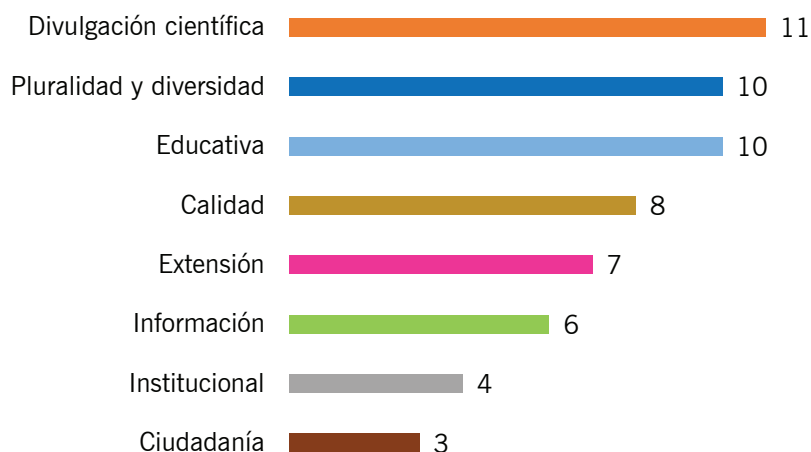
Fuente: Elaboración propia con atlas.ti.

En cuanto a los géneros, la mayoría de las emisoras organizan su parrilla de programación en torno a un trípode formado por la música, la información y el periodismo. Cada uno de ellos aporta elementos cualificadores que, combinados, confieren características propias a cada segmento de programación.

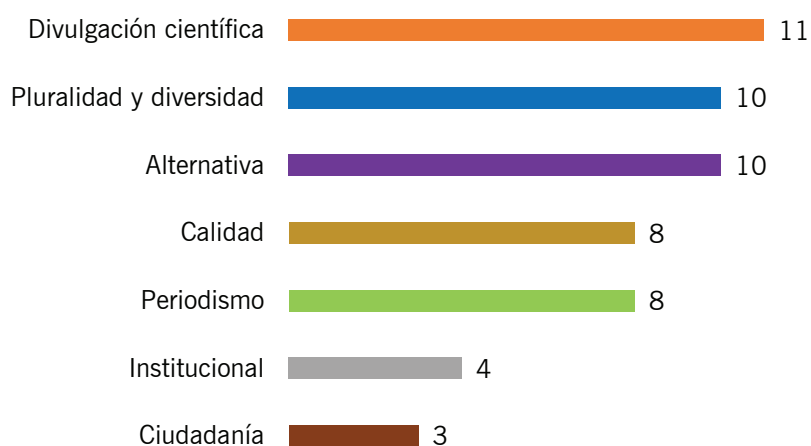
En cuanto a la programación musical, todas las radios analizadas afirman promover los ritmos regionales y locales. La programación incluye géneros poco difundidos en las emisoras comerciales, como la música étnica, regional y local. Hay una clara preocupación por mostrar que ofrece espacio a la música alternativa de artistas independientes, sin vínculos con las grandes discográficas. Dentro del segmento, destacan los programas musicales educativos que incluyen información sobre géneros y artistas orientada a la apreciación musical. El objetivo es seleccionar cuidadosamente un repertorio musical

guiado por la calidad y los principios de pluralidad y diversidad de voces y estilos, desde *rock* hasta *jazz*, *blues*, *chorinho*, *samba* y *pop*.

Bajo el amparo de la programación informativa se engloban los programas destinados a divulgar las actividades de investigación, docencia y extensión, que hacen accesible el conocimiento científico producido en las universidades. Incluye programas que promueven la extensión universitaria, la afirmación de la ciudadanía y los derechos sociales, así como contenidos que fomentan la participación social y comunitaria. También incluye emisiones institucionales relacionadas con hechos, logros y actividades universitarias. Las radios afirman que sus programas informativos se destacan por la calidad de sus contenidos y la multiplicidad de fuentes, formatos y temáticas.

Gráfico 4. Características que definen los informativos de las radios universitarias

Fuente: Elaboración propia con atlas.ti.

Gráfico 5. Características que definen la programación periodística de las radios universitarias

Fuente: Elaboración propia con atlas.ti.

Desde la perspectiva de las emisoras analizadas, la programación informativa es completa, cualificada y diferenciada en cuanto a la elección de temas. Las emisoras destacan que ofrecen noticias actualizadas, programas de debate y análisis de acontecimientos sociales y políticos. Entienden que estos contenidos son una forma de estimular la concienciación y el compromiso cívico. Algunas de ellas incluyen la comunicación institucional y la divulgación científica como parte de su actividad periodística. Se expresan ante el público como una distinción importante respecto a los medios tradicionales, ya sea por el enfoque que favorece la pluralidad de fuentes o por la selección temática. El aspecto educativo también impregna esta dimensión cuando las emisoras anuncian que realizan programas centrados en la comprensión de cuestiones sociales y políticas relevantes para que puedan contribuir a la formación de una sociedad ciudadana.

Participación y control social en la gestión

El sistema público se diferencia de otros modelos de comunicación por ser un espacio gestionado por principios de transparencia, democracia, participación y control social, lo que exige emisoras con autonomía de gestión y fuentes de financiación diversificadas para ser eficaces. Sin embargo, la mayoría de las emisoras universitarias se financian exclusivamente con recursos públicos de la propia institución. Aunque algunas de ellas estén bajo la tutela de una fundación sin ánimo de lucro controlada por la universidad, esto no significa que tengan una gestión independiente, inmune a las presiones institucionales, y menos aún autonomía financiera.

En este contexto, en ninguna de las emisoras analizadas existe un consejo de administración ni un comité editorial y de programación.³ Aunque los principios de la radiodifusión

pública brasileña prevén la colaboración de la sociedad civil con las emisoras, las radios analizadas no contaban con consejos de este tipo. La iniciativa más próxima identificada fue la Rádio Federal FM, de la Universidad Federal de Pelotas, que está en proceso de creación de un consejo de programación. La propuesta de creación del consejo está siendo analizada por la Advocacia-Geral da União.

Como señala la investigadora Edna Miola (2009), el papel de la sociedad civil en las emisoras públicas a través de modelos de participación forma parte del proceso de cualificación de las emisoras y de legitimación de las decisiones tomadas institucional y editorialmente. La autora señala que son pocas las emisoras públicas que cuentan con mecanismos consolidados de regulación y participación. Existen principalmente en grupos más consolidados, como la Fundación Padre Anchieta, la Fundación Cultural y Educativa TV Minas y la Empresa Brasil de Comunicação⁴ (2009:102).

Sin embargo, el mecanismo que utilizan para acercarse a la sociedad es la convocatoria pública. Su objetivo es identificar socios interesados en la producción y coproducción independiente de programas mediante criterios y procedimientos establecidos en una convocatoria pública. Este tipo de acción es una forma de incluir producciones de individuos, asociaciones, organizaciones de clase y radios comunitarias, con o sin el apoyo de leyes de incentivo, como estrategia para diversificar la programación con puntos de vista, perspectivas construidas a partir de experiencias en la sociedad.

De las 26 emisoras analizadas, identificamos solo tres que realizan regularmente esta práctica: Rádio Federal FM de Pelotas, Rádio Paulo Freire y Rádio UFSCar. Curiosamente, ninguna de ellas está vinculada a la RNCP. Otras ya habían experimentado con la difusión de convocatorias públicas antes de la pandemia del covid-19, como Rádio Universitária UFG y Rádio UFOP.

Aunque, en general, las emisoras expresan este compromiso público a través de una programación plural, ética y ciudadana, orientada a la transformación social y a la democracia, pocas vinculan su trabajo a un modelo de emisora pública, en el sentido preconizado por la Unesco (2001) o por el SRP, de gestión basada en los principios de autonomía y control social. Aquí radica una contradicción permanente en el ecosistema mediático del país. Pretende ser público en cuanto al contenido de sus programas, pero es incapaz de asumir la integridad de los demás requisitos del concepto.

Conclusiones

La radio universitaria en Brasil es un concepto amplio y dinámico, con dimensiones vinculadas a la naturaleza de su licencia educativa y a sus objetivos centrados en la promoción de la educación, la cultura y la ciudadanía. Por eso, la definición dominante es la de una emisora educativo-cultural que divulga manifestaciones culturales y artísticas, promueve la diversidad

cultural, ofrece espacio para expresiones locales y regionales, y fomenta el debate sobre cuestiones sociales, dando voz a minorías y grupos subrepresentados. Esta realidad de las emisoras está ligada a la caracterización de la propia universidad y a su compromiso con la comunidad en la que opera. La formación de los individuos, la capacitación profesional, el reconocimiento y el respeto de la diversidad cultural, las acciones de promoción de la ciudadanía y la reflexión sobre el mundo constituyen la base de la tríada universitaria enseñanza × investigación × extensión. Las emisoras universitarias no se adscriben a uno de estos tres ejes, sino que los atraviesan y se articulan con las intervenciones sociales, la construcción y difusión del conocimiento, la formación y el desarrollo social. La caracterización de estas emisoras a partir de la propia comprensión de la universidad y del espacio que ocupan está directamente vinculada a esta dimensión educativo-cultural, no solo de los contenidos, sino también de los procesos y de los temas.

A esta dimensión se suman otras facetas como la emisora alternativa de calidad, diversa en cuanto a temas, formatos, géneros y selección de voces; la emisora institucional que sirve como canal de divulgación de las actividades y valores de la universidad, lo que incluye la promoción de eventos académicos, investigaciones, cursos y, especialmente, la divulgación científica, y la emisora que promueve la ciudadanía mediante la difusión de información que pueda contribuir a mejorar la calidad de vida de la población. Aquí vemos las raíces de la radio, cercana al público y activa, en diálogo con la premisa de la diversidad y la difusión de conocimientos aplicados a la vida cotidiana local. Estas acciones integran también la faceta de formación humana de los alumnos, que dialogan con la comunidad regional y piensan la información a partir de las demandas regionales, y la formación profesional, basada en la variedad de contenidos producidos y formatos utilizados y en la búsqueda de adecuación a un perfil editorial específico. Esta formación muchas veces se ve impactada por la falta de infraestructura y recursos humanos o financieros para cualquier actualización profesional, para realizar producciones especiales o para asegurar un seguimiento cercano de los alumnos. La radio como espacio de calidad informativa, principio compartido con las universidades y la radio pública, aparece también como un marcador de autoidentificación para las emisoras analizadas.

Aunque exista una política pública para integrar las radios universitarias bajo el comando de las instituciones federales de enseñanza superior al Servicio de Radiodifusión Pública, a través de la Red Nacional de Comunicación Pública, reconocerlas como emisoras públicas en un sentido más amplio —más allá de las características de su programación, que puede incorporar dimensiones como la autonomía financiera, la participación y el control social en la gestión— es todavía una conquista futura que depende de una mayor comprensión de la lógica de un sistema verdaderamente complementario.

En parte, esta falta de comprensión proviene de factores estructurales e históricos que han condicionado la formación del

sistema brasileño de medios de comunicación. Desde la década de 1930, la lógica de mercado basada en intereses políticos y empresariales ha predominado, lo que ha fortalecido el modelo de radio comercial. El Servicio de Radiodifusión Pública es un recién llegado al ecosistema mediático del país. Aunque estaba previsto en la Constitución de 1988, no fue hasta 2008 cuando se definieron los principios y objetivos del Servicio de Radiodifusión Pública y se creó la primera empresa pública de comunicación. La EBC tiene una autonomía condicional porque depende del presupuesto público para su funcionamiento y sus directivos son nombrados por el gobierno federal. A pesar de eso, durante el período 2016-2022, bajo los gobiernos de los presidentes conservadores Michel Temer y Jair Bolsonaro, la empresa sufrió severas intervenciones en su funcionamiento, y se restringieron la participación social y la independencia de gestión. Las políticas de acercamiento de las emisoras universitarias a la esfera pública también se interrumpieron durante este período. Actualmente, se están retomando debido al interés del gobierno de centroizquierda en ampliar su base de visibilidad política.

El desafío de integrar las emisoras universitarias a la esfera pública depende de la maduración de los mecanismos institucionales que sustentan el Servicio de Radiodifusión Pública en todas sus dimensiones, ya sea en la gestión del sistema, en la construcción de políticas públicas efectivas o por parte de las universidades que gestionan los canales, lo que implica ampliar la comprensión de sus actividades más allá de la difusión institucional, vinculándola a principios de autonomía, participación y control social.

Uno de los desafíos de la investigación sobre la radiodifusión universitaria brasileña es comprender el lugar de los sistemas de deliberación y participación pública en su organización. El análisis, sin embargo, debe construirse teniendo en cuenta el contexto diverso de esas emisoras —sea en relación con su gestión financiera, su reconocimiento en la estructura universitaria, su vínculo con los procesos de formación de los estudiantes o su libertad respecto a las definiciones editoriales y programáticas—. Observar las formas de participación de la sociedad civil en la radiodifusión universitaria brasileña requiere comprender su lugar en la comunicación pública y el impacto de los movimientos del sistema político en su desarrollo.

Financiación

Esta investigación se ha llevado a cabo en el marco de la convocatoria del Programa Pós-Graduação em Comunicação de la Universidade de Brasília n.03/2024, financiada por la agencia de desarrollo brasileña Capes - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior.

Notas

1. La política de comunicación vista como un “flujo de decisiones públicas dirigidas a mantener el equilibrio social o a introducir desequilibrios tendentes a modificar esa realidad”. Para Saravia, desde una perspectiva más objetiva y operativa, las políticas públicas pueden entenderse como un sistema de decisiones públicas orientadas a acciones u omisiones preventivas o correctivas, destinadas a mantener o modificar la realidad de uno o más sectores de la vida social, mediante la definición de objetivos y estrategias de acción y la asignación de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos establecidos (Saravia, 2006:29).
2. La Unesco define la radiodifusión pública como aquella que no es comercial ni está controlada por el Estado. “La única razón de ser de la radiodifusión pública es prestar un servicio público. Y el organismo público de radiodifusión es la voz que llega a todos los ciudadanos. Los organismos públicos de radiodifusión permiten el acceso y la participación en la vida pública. Desarrollan el conocimiento, amplían los horizontes y permiten a las personas comprenderse mejor a sí mismas al mejorar su conocimiento de los demás y del mundo”. (Unesco, 2001, p. 7). Considera que el servicio debe guiarse por los principios de: a) universalidad, la radiodifusión pública dirigida a todos; b) diversidad, que complementa la idea del primer principio y apunta a la importancia de la pluralidad en cuanto a géneros de programas, temas tratados y públicos de interés; c) independencia, que se basa en la circulación de una variedad de ideas y opiniones, libre de las limitaciones de los intereses privados, políticos y comerciales, y d) diferenciación, que apunta a la necesidad de producir, difundir y crear contenidos plurales que abarquen una variedad de géneros y formatos.
3. La Ley 11652, que creó el Servicio de Radiodifusión Pública y la Empresa Brasil de Comunicação (EBC), en su artículo 15 establece la obligación de mantener un comité editorial y de programación, órgano técnico de participación institucionalizada de la sociedad en la EBC, de carácter consultivo y deliberativo, compuesto por 11 miembros propuestos por entidades representativas de la sociedad, mediante triple lista, y designados por el presidente de la República.
4. No es posible garantizar estabilidad y permanencia en el trabajo de los consejos. En el caso concreto de la Empresa Brasil de Comunicação, un escenario de disputas políticas e inestabilidad llevó a la disolución del Consejo de Administración en septiembre de 2016, seguida de una serie de intervenciones en las actividades de la EBC, que desembocaron en su inclusión en el Programa Nacional de Privatización en 2021 (Nitahara y Rego Monteiro da Luz, 2021). La EBC retomó el debate sobre la participación de la sociedad civil con la reglamentación del Comité Editorial y de Programación según el Decreto 12005 de abril de 2024 y la publicación de las convocatorias para la composición del Comité de Participación Social, Diversidad e Inclusión, y del Comité Editorial y de Programación en octubre de 2024.

Referencias

- Bianco, N.R Del, y Pinheiro, E.B. (2017). Tensionamentos do viés educativo na origem e atuação do serviço de radiodifusão pública brasileiro. En: N.R. Del Bianco, L. Klockner, y L.A. Ferraretto. (Org.). *80 anos das rádios Nacional e MEC do Rio de Janeiro*. 1ª edición. EDIPUCRS, v. 01, p. 12-32.
- Brasil (2008). Lei nº 11.652, de 7 de abril 2008. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo [...]. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos.
- Brasil (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Senado Federal.
- Brasil (2015). Portaria nº 4335/2015/SEI-MC, de 17 de setembro de 2015.
- Casajús, L. (2018). La articulación académica y la participación de los estudiantes en la radio universitaria. La experiencia de Radio UNDAV. En: D. Martín-Pena, y A. Vivas Moreno (Org.). *Rádios universitarias en marcha: hacia la construcción de una contra agenda mediática*. 1ª ed. Undav Ediciones.
- Casajús, L. (2012). La radio universitaria en las redes sociales: Características y posibilidades de desarrollo en un nuevo entorno". En: C. Espino Narváez, y D. Martín Pena, (Eds.). *Las radios universitarias, más allá de la radio*. Editorial UOC.
- de Deus, S. (2006). Rádios Universitárias Públicas: compromisso com a sociedade e com a informação. *Em Questão*, 9(2), 327–338. <https://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/77>
- EBC (2021). Norma da Rede Nacional de Comunicação Pública / Rádio – NOR 402. <https://scur.cat/3X9DHG>
- EBC (2024a). Mapa interativo da Rede Nacional de Comunicação Pública. <https://rncp.ebc.com.br/>
- EBC (2024b). Encontro reúne emissoras parceiras para debater fortalecimento da RNCP. Institucional EBC. <https://scur.cat/LCXDD4>
- Kischinhevsky, M., Mustafá, I., Pieranti, O.P., y Hang, L. (2019). Rádios Universitárias no Brasil: Um Campo em Constituição. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, v. 15, p. 132-142. DOI: 10.55738/alaic.v15i29.496.
- Kischinhevsky, M., Mustafá, I., Machado, L., y Ludmila, R. (2022). Rádios universitárias no Brasil: expansão em risco. 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UFPB. <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0802202218023162e990e767645.pdf>
- Kischinhevsky, M., y Mustafá, I. (2018). Diversidade de experiências e desafios na gestão de rádios universitárias. 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Joinville. <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0266-1.pdf>
- Kunsch, M.M.K. (2009). *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. Summus Editorial.
- Lopes, P.F., y Souza, R. (2020). As rádios universitárias como espaços de fortalecimento de uma política pública em radiodifusão. *Mídia E Cotidiano*, 14(1), 204-219. <https://doi.org/10.22409/rmc.v14i1.38420>
- Lopez, D.C. (2019). Radios universitarias en escenario de convergencia: Reflexiones sobre la formación profesional y el papel de las universidades. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, 140, 233-246. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i139.3537>
- Martín-Pena, D., Lopez, D.C., y Freire, M. (2023). Innovation, platformization and training: a challenge for college radio in Spain. *Revista De Comunicación*, 22(1), 255–272. <https://doi.org/10.26441/RC22.1-2023-3088>
- Martín-Pena, D., y Giorgi, M. (2019). *La radio universitaria como alternativa de formación y comunicación*. Documentos de trabajo Fundación Carolina. https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2019/10/DT_FC_17.pdf
- Ministério das Comunicações (2022). *Rádio e TV com fins exclusivamente educativos*. <https://www.gov.br/mcom/pt-br/assuntos/radio-e-tv-aberta/radio-e-tv-educativa-mcom>
- Miola, E. (2010). Produção negociada de políticas de radiodifusão pública: a participação da sociedade no Conselho Deliberativo da Fundação Cultural Piratini. *Intexto*, (21), 101–119. <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/11055>
- Nitahara, A., y Rego Monteiro da Luz, C. (2021). O Desmonte da Participação Social na EBC. *Revista Eletrônica Internacional De Economia Política Da Informação Da Comunicação E Da Cultura*, 23(2), 22–37. Recuperado de: <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/13770>
- Pinheiro, E.B. (2019). Radiodifusão sonora pública do Brasil: o processo de conformação do serviço e os desafios de sua integração no ambiente digital. 545 f., il. [Tesis doctoral]. Universidade de Brasília.
- Sampaio, R.C.; y Lycarião, D. (2021). *Análise de conteúdo categorial: manual de aplicação*. Enap.
- Saravia, E. (2006) Introdução à Teoria da Política Pública. En: E. Saravia, y E. Ferrarezi (org.). *Políticas públicas; coletânea* – vol. 1.Enap.

Teixeira, N., Medeiros, R. (2019). Bases históricas para os modelos de programação das rádios universitárias públicas. *Revista Brasileira de História da Mídia*. Vol. 8, n. 1 jan./jun.

<https://doi.org/10.26664/issn.2238-5126.8120197280>

Unesco (2001). *Public Broadcasting: Why? How?*.

<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001240/124058Eo.pdf>

Vázquez Guerrero, M. (2021). O rádio universitário iberoamericano: importância e desafios. *Radiofonias – Revista De Estudos Em Mídia Sonora*, 12(1), 23.

<https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/4998>

Vázquez Guerrero, M. (2012). La radio universitaria en México y España. Estudio de la participación y formación de los jóvenes. [Tesis doctoral]. Universitat Pompeu Fabra.

<http://www.tdx.cat/handle/10803/84113>

Zuculoto, V. (2021). *A programação de rádios públicas brasileiras*. Editora Insular.