

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS  
MESTRADO EM GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES PÚBLICAS

Mateus Scherer

**UNIVERSIDADE IRRADIADA: UMA PROPOSTA PARA DIVULGAÇÃO DE  
UNIVERSIDADES PÚBLICAS EM RÁDIOS COMUNITÁRIAS**

Santa Maria, RS  
2023

Mateus Scherer

**UNIVERSIDADE IRRADIADA: UMA PROPOSTA PARA DIVULGAÇÃO DE  
UNIVERSIDADES PÚBLICAS EM RÁDIOS COMUNITÁRIAS**

Dissertação apresentada ao Curso/Programa de Pós-Graduação em Gestão de Organizações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Gestão de Organizações Públicas.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dra. Elisangela Carlosso Machado Mortari

Santa Maria, RS  
2023

Scherer, Mateus  
UNIVERSIDADE IRRADIADA: UMA PROPOSTA PARA DIVULGAÇÃO  
DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS EM RÁDIOS COMUNITÁRIAS / Mateus  
Scherer.- 2023.  
146 p.; 30 cm

Orientadora: Elisangela Carlosso Machado Mortari  
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa  
Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Programa de  
Pós-Graduação em Gestão de Organizações Públicas, RS, 2023

1. Rádios Comunitárias 2. Universidades Públicas 3.  
Divulgação. I. Carlosso Machado Mortari, Elisangela II.  
Título.

Sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFSM. Dados fornecidos pelo autor(a). Sob supervisão da Direção da Divisão de Processos Técnicos da Biblioteca Central. Bibliotecária responsável Paula Schoenfeldt Patta CRB 10/1728.

Declaro, MATEUS SCHERER, para os devidos fins e sob as penas da lei, que a pesquisa constante neste trabalho de conclusão de curso (Dissertação) foi por mim elaborada e que as informações necessárias objeto de consulta em literatura e outras fontes estão devidamente referenciadas. Declaro, ainda, que este trabalho ou parte dele não foi apresentado anteriormente para obtenção de qualquer outro grau acadêmico, estando ciente de que a inveracidade da presente declaração poderá resultar na anulação da titulação pela Universidade, entre outras consequências legais.

Mateus Scherer

**UNIVERSIDADE IRRADIADA: UMA PROPOSTA PARA DIVULGAÇÃO DE  
UNIVERSIDADES PÚBLICAS EM RÁDIOS COMUNITÁRIAS**

Dissertação apresentada ao Curso/Programa de Pós-Graduação em Gestão de Organizações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Gestão de Organizações Públicas.

Aprovada em 30 de março de 2023:

---

**Prof.<sup>a</sup>. Dr.<sup>a</sup>. Elisangela Carlosso Machado Mortari (UFSM)**  
**(Presidente/Orientador)**  
**(Por videoconferência)**

---

**Prof.<sup>a</sup>. Dr.<sup>a</sup>. Mirian Redin de Quadros (UFSM)**  
**(Por videoconferência)**

---

**Prof. Dr. Paulo Fernando de Carvalho Lopes (UFPI)**  
**(Por videoconferência)**

Santa Maria, RS  
2023

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, imensamente, a minha esposa, Fernanda Buriol, que esteve me auxiliando desde o início até o final do mestrado, sempre me incentivando a continuar e a nunca desistir perante as dificuldades enfrentadas. Sem ela, nada disso seria possível.

A minha orientadora, Elisangela Mortari, por ter me aceitado como seu orientando. Por sempre estar pronta para me ajudar no que era preciso desde o primeiro semestre, pelo excelente trabalho desenvolvido e pela amizade que foi criada. Uma honra tê-la como orientadora.

Agradeço todos os colegas pelas conversas, ajudas nas aulas e todo apoio prestado por eles nos momentos de dificuldades, especialmente ao meu amigo Paulo Henrique Vianna que sempre me incentivou a continuar e a nunca desistir.

À Universidade Federal de Santa Maria, por mais uma vez, fazer parte da minha vida, proporcionando oportunidades de crescimento pessoal e profissional.

“Aprendi a ser humilde para não  
ser humilhado, ser amigo dos  
amigos, respeitar para ser  
respeitado”  
(Mano Lima)

## RESUMO

### UNIVERSIDADE IRRADIADA: UMA PROPOSTA PARA DIVULGAÇÃO DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS EM RÁDIOS COMUNITÁRIAS

AUTOR: Mateus Scherer

ORIENTADORA: Elisangela Carlosso Machado Mortari

A presente pesquisa parte do contexto de divulgação do ensino superior público e tem como objetivo potencializar as rádios comunitárias enquanto agentes de divulgação das universidades públicas. A proposta considera as rádios comunitárias como dispositivos de mobilização das comunidades em que estão inseridas. A metodologia utilizada na pesquisa é de base quantitativa e qualitativa, sendo que a quantitativa foi aplicada através de questionário a uma amostragem de alunos do terceiro ano do ensino médio de quatro cidades da microrregião de Frederico Westphalen/RS e a qualitativa ocorreu por meio de entrevistas semiestruturadas com gestores e comunicadores de rádios comunitárias das mesmas cidades. A amostragem utilizada foi escolhida através do método por conveniência. A análise dos dados quantitativos coletados na pesquisa foi realizada mediante análise descritiva, fatorial, ANOVA e Teste-t e a análise dos dados qualitativos foi realizada através da técnica de análise de conteúdo. Através das análises foi possível realizar um levantamento de dados da audiência das rádios comunitárias, tais como, faixa etária, turno do dia e estilo de programação com maior audiência. A partir desses dados foi possível desenvolver uma proposta de programa para inserir e divulgar Universidades Públicas em Rádios Comunitárias.

**Palavras chaves:** Rádios Comunitárias, Universidades Públicas e Divulgação.

## **ABSTRACT**

### **RADIATED UNIVERSITY: A PROPOSAL FOR DISCLOSING PUBLIC UNIVERSITIES ON COMMUNITY RADIO**

**AUTHOR:** Mateus Scherer

**ADVISOR:** Elisangela Carlosso Machado Mortari

This research starts from the context of dissemination of public higher education and aims to enhance community radios as agents of dissemination of public universities. The proposal considers community radios as devices for mobilizing the communities in which they are inserted. The methodology used in the research is of quantitative and qualitative basis, and the quantitative one was applied through a questionnaire to a sampling of students of the third year of high school from four cities in the microregion of Frederico Westphalen/RS and the qualitative one occurred through semi-structured interviews with managers and communicators of community radios of the same cities. The sampling used was chosen through the method The analysis of the quantitative data collected in the research was carried out through descriptive, factor analysis, ANOVA and t-test and the analysis of the qualitative data was carried out through the content analysis technique. Through the analyses it was possible to carry out a survey of data from the audience of community radios, such as age group, day shift and programming style with a higher audience. From these data it was possible to develop a program proposal to insert and disseminate Public Universities in Community Radios.

**Keywords:** Community Radios, Public Universities and Disclosure.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Localização dos municípios de abrangência da pesquisa. ....	40
Figura 2 - Mapa conceitual da Análise dos dados .....	46
Figura 3 - Faixa etária que mais ouve rádio na casa dos respondentes do questionário .....	78
Figura 4 - Gráficos de turnos que a família dos respondentes mais ouvem rádio. ....	79

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Cenário para a realização da pesquisa .....	39
Tabela 2 - Perfil dos alunos segundo as variáveis: cidade, escola, sexo, idade, pessoas que residem na mesma casa, local da residência, soma aproximada da renda mensal familiar, possui trabalho remunerado, pretende cursar o ensino superior .....	48
Tabela 3 - - Tempo em que os respondentes fazem uso da internet de acordo com os turnos: manhã, tarde, noite e madrugada .....	51
Tabela 4 - Dispositivos em que os respondentes mais acessam a internet, sendo eles: celular ( <i>smartphone</i> ) particular, PC particular, Notebook ou tablet particular e PC Comunitário. Sendo SIM representando que usa esse dispositivo para acessar a internet e NÃO, que não faz uso desse dispositivo para acessar a internet.....	52
Tabela 5 - Conteúdos mais acessados pelos respondentes entre as opções: pesquisa para trabalhos escolares, consultas gerais, notícias e atualidades, curiosidades, entretenimento e trabalho e oportunidades.....	53
Tabela 6 - Aplicativos de redes sociais mais usados pelos respondentes de acordo com as opções: Whatsapp, Telegram, Snapchat, Twitter, Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, Spotify, Deezer, SoundCloun, Linkedin.....	54
Tabela 7 - Tabela sobre rádio comunitária de acordo com as variáveis: Você já ouviu falar em rádio comunitária?, Você ouve rádio comunitária?, Gosta de ouvir rádio comunitária?, Faixa etária das pessoas que MAIS ouvem rádio na sua casa. ....	55
Tabela 8 - Programas de rádio preferido dos respondentes de acordo com: Musical, Noticiário, Entrevistas e Debates. A resposta é de múltipla escolha.....	56
Tabela 9 – Tabela sobre o turno que o respondente e a família ouvem rádio, bem como o quanto dialogam sobre assuntos que passaram na rádio, de acordo com as variáveis: Você ouve Rádio no turno da manhã, Sua família ouve Rádio no turno da manhã, Sua família ouve Rádio no turno da tarde, Sua família ouve Rádio no turno da noite, Sua família ouve a Rádio Comunitária da sua cidade e Sua família conversa assuntos que ouviram na Rádio Comunitária .....	57
Tabela 10 – Tabela sobre a importância das rádios comunitárias, de acordo com as variáveis: Considero rádios comunitárias importantes, considero a divulgação das Universidades Federais nas Rádios comunitárias importantes, Considero a divulgação das Universidades Federais nas Rádios comunitárias importantes, Considero importante ouvir rádios comunitárias e Considero importante rádios comunitárias estarem inseridas na internet.....	58

Tabela 11 - - Tabela de conhecimento sobre as Universidades Públicas, de acordo com as variáveis:Conheço o funcionamento das universidades públicas, Conheço os cursos oferecidos em universidades públicas, Conheço as formas de ingresso nas universidades públicas, Conheço as formas de ingresso nas universidades públicas, Conheço os programas de assistência estudantil nas universidades públicas e Conheço as atividades realizadas nas universidades públicas.....	60
Tabela 12 – Tabela de conhecimento sobre a Universidades Federal de Santa Maria <i>campus</i> Frederico Westphalen/RS, de acordo com as variáveis: Conheço o <i>Campus</i> da UFSM/FW, Conheço os cursos oferecidos pela UFSM/FW, Conheços os projetos de pesquisa realizados pela UFSM/FW, Conheço algum Servidor (professor/técnico) da UFSM/FW, Conheço algum Servidor (professor/técnico) da UFSM/FW, Conheço ações realizada pela UFSM/FW na comunidade e Conheço profissionais formados pela UFSM/FW] .....	61
Tabela 13 – Fatores das Universidades Públicas: Conhecimento sobre as Universidades Públicas, Conhecimento sobre Universidades Federal de Santa Maria <i>Campus</i> Frederico Westphalen (UFSM/FW) e Conhecimento sobre os cursos oferecidos .....	63
Tabela 14 - Estatística descritiva (média) dos fatores sobre Universidades Públicas .....	66
Tabela 15 - Tabela fatorial sobre uso da internet .....	67
Tabela 16 - Estatística descritiva (média) sobre o Fator Entretenimento e Redes Sociais.....	68
Tabela 17 - Tabela fatorial sobre ouvir rádio. ....	69
Tabela 18 - Tabela de média dos fatores: Fator 1 Família Ouve Radio e Fator 2 Ouvir Rádio Durante a noite.....	70
Tabela 19 - Teste de Homogeneidade de Variâncias com a variável: Sua Família ouve a rádio comunitária da sua cidade.....	71
Tabela 20 - Teste ANOVA com o fator Família Ouve Rádio .....	71
Tabela 21 - Análise Unidirecional descritiva com o fator Família ouve rádio.....	72
Tabela 22 - Teste de amostras independentes Escola de Frederico Westphalen e Escolas de outras cidades com o fator Família ouve rádio.....	73
Tabela 23 - - Teste de amostras independentes Escola de Frederico Westphalen e Escolas de outras cidades com o fator Escola Frederico Westphalen e Escolas outras cidades .....	74

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	13
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA .....	14
1.2 OBJETIVOS .....	17
<b>1.2.1 Objetivo Geral</b> .....	17
<b>1.2.2 Objetivos específicos</b> .....	17
1.3 JUSTIFICATIVA .....	18
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	21
2.1 UNIVERSIDADES E COMUNIDADE.....	21
2.2 RADIODIFUSÃO E INSERÇÃO COMUNITÁRIA .....	25
2.3 ROTEIRIZAÇÃO E NARRATIVAS PARA RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA: ESTRATÉGIAS PARA DIVULGAÇÃO DAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS .....	33
<b>3 MÉTODO DO TRABALHO</b> .....	38
3.1 TIPO DE PESQUISA .....	38
3.2 SUJEITOS DA PESQUISA .....	39
3.3 COLETA DE DADOS .....	42
3.4 ANÁLISE DE DADOS .....	44
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÃO</b> .....	48
4.1 DADOS QUANTITATIVOS .....	48
<b>4.1.1 Análise Descritiva</b> .....	48
4.1.1.1 Dimensão Mapeamento.....	48
4.1.1.2 Dimensão Interatividade .....	50
4.1.1.3 Dimensão Mobilização .....	55
4.1.1.4 Dimensão Inteligibilidade .....	59
<b>4.1.2 Análise Fatorial</b> .....	63
4.1.2.1 Fatorial Uso Da Internet.....	66
4.1.2.2 Fatorial Sobre Ouvir Rádio.....	68
<b>4.1.3 Análise de Variância unidirecional e ANOVA</b> .....	70
<b>4.1.4 Teste-T</b> .....	72
4.2 DADOS QUALITATIVOS.....	75
<b>5 PRODUTO FINAL</b> .....	81
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	91
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	93
<b>ANEXOS</b> .....	105
ANEXO A .....	105

ANEXO B.....	106
ANEXO C.....	107
ANEXO D .....	109
ANEXO E.....	110
ANEXO F .....	114
ANEXO G .....	122
ANEXO H .....	134
<b>APÊNDICES</b> .....	138
APÊNDICE A .....	138
APÊNDICE B.....	145

## 1 INTRODUÇÃO

Num contexto histórico brasileiro, o acesso ao ensino superior era resguardado aos filhos das famílias da elite social econômica, que eram enviados para estudar em universidades europeias. Em rara ocasião e geralmente através de ingresso na vida religiosa, jovens vindos de famílias pobres conseguiam frequentar cursos superiores (APRILE e BARONE, 2008).

Com o passar dos anos, a universidade brasileira foi concebida mediante debates, acertos e frustrações (CHACON, 1974; DE PAULA, 2009; FÁVERO, 2006). Porém, um detalhe percebido por Mariano da Rocha Filho, que viria a ser o fundador da Universidade Federal de Santa Maria (RS), era de que nos grandes centros, os filhos de famílias afortunadas conseguiam acessar facilmente o ensino superior, ao contrário das classes menos favorecidas que residiam nas comunidades interioranas, fora dos grandes centros urbanos. Com esse entendimento, Mariano da Rocha empreendeu para a criação da primeira universidade pública localizada no interior de um estado (BARICHELLO, 2001).

Compartilhando da ideia de Mariano da Rocha Filho, de que todos devem ter acesso à universidade, Giroux (2010) descreve que o ensino superior deve oportunizar a todos cidadãos imaginar o unimaginável, pensar de maneira diferenciada e levar a sério a missão ideal de democracia, preenchendo as demandas sociais de inclusão (FERRARI e SEKKEL, 2007).

As universidades públicas, além de oferecerem cursos gratuitos, também oferecem auxílios e amparos sociais que facilitam o ingresso e a permanência dos estudantes de diferentes níveis socioeconômicos nas instituições, por meio das Políticas de Assistência Estudantil. Porém, essas informações associadas à forma de ingresso, cursos oferecidos, produção acadêmica e científica e rotinas do ambiente universitário, não chegam até os cidadãos com menor poder aquisitivo. Esse fato ainda ocorre diante do avanço da tecnologia e do uso massivo da internet, enquanto ferramentas de divulgação entre as universidades públicas brasileiras. Conforme o IBGE (2021a), uma parcela da população brasileira (17%) não possui acesso a plataformas digitais, ou seja, estão fora do campo de divulgação das universidades públicas. Além do mais, as estratégias de divulgação acionadas pelas assessorias de comunicação das instituições de ensino superior públicas, respondem a uma lógica de mercado, ou seja, priorizam os meios digitais e seus algoritmos quando projetam suas ações de divulgação (DA COSTA e VEIGA, 2020).

Neste entendimento, o olhar se volta para as comunidades desassistidas de informação e se depara com o meio radiofônico. O rádio é um veículo de divulgação que possibilita a transmissão de informações (SENA, 2018) e tem capacidade de ampliar o escopo de divulgação

do fazer e do saber produzido nas universidades públicas. O rádio, ao contrário dos dispositivos virtuais digitais, que recorrem a textos e a imagens, e que dependem da lógica dos algoritmos para alcançar os *stakeholder*<sup>1</sup>, é um dispositivo de comunicação sonora que possibilita aos ouvintes realizarem outras atividades simultaneamente enquanto recebem as informações dirigidas (DA SILVA e GOBBI, 2021).

Porém, como descrevem as autoras supracitadas, para gerar a mobilização esperada são necessários alguns cuidados, tais como uma combinação adequada de sons, efeitos sonoros, locuções, músicas e informações, gerando assim, uma significativa comunicação entre a emissora e o ouvinte. O rádio é, portanto, um veículo de comunicação de massa que resiste ao tempo e mantém alta efetividade entre os receptores. Apontado como um propagador democrático porque chega as pessoas de diferentes classes sociais, níveis intelectuais e religiões, para citar apenas algumas variáveis, o rádio é de fácil acesso, baixo custo e alia produção de conhecimento ao entretenimento (SENA, 2018).

Através deste recorte, a pesquisa aqui apresentada tem como tema **as rádios comunitárias enquanto agentes de mobilização social e de divulgação das universidades públicas**. A delimitação de seu campo de escopo é para o estudo das comunidades no entorno da cidade universitária de Frederico Westphalen, que abriga o *campus* da Universidade Federal de Santa Maria. É importante observar que para alinhar o tema ao contexto de pesquisa aqui descrito, a investigação irá priorizar o polo de recepção, ou seja, se debruçará sobre os dados gerados pelas comunidades (alunos potenciais das universidades públicas) e pelas rádios comunitárias que atuam como agentes de divulgação das instituições de ensino.

Dessa forma, o trabalho investigativo possibilitará compreender como as rádios comunitárias podem atuar enquanto dispositivos de divulgação das informações geradas pelas universidades públicas, mobilizando diferentes camadas socioeconômicas e promovendo o amplo acesso dos cidadãos ao ensino superior.

## 1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

As universidades públicas brasileiras são as principais responsáveis pelo desenvolvimento científico e tecnológico do país (OLIVEIRA, 2022). Além do ensino e da preparação de profissionais para atuarem em diferentes áreas do conhecimento, estão também inseridas nas comunidades locais através da ação de projetos extensionistas. Os benefícios

---

<sup>1</sup> “Qualquer grupo de indivíduo que possa afetar ou ser afetado pela efetivação dos objetivos da organização” (FREEMAN, 1984, p. 46)

gerados com a presença de universidades em municípios fora do eixo das capitais, proporciona o crescimento econômico, social e cultural das comunidades. Segundo Barichello (2001, p. 124) as universidades são frutos da “revolução demográfica, viária e urbana e comercial dos séculos XI-XIII, que estavam ligadas diretamente à cidade, às estradas, à fluidez maior de pessoas”. Assim, as universidades permanecem gerando e mobilizando sentidos nas cidades universitárias.

Ocorre que as comunidades afetadas pela presença das instituições de ensino superior não se apropriam do espaço de saber gerado pela organização pública. Ao considerar que o distanciamento entre as comunidades e as universidades ainda permanecem pela ineficiência dos processos comunicacionais, como por exemplo, usar massivamente as redes sociais e acabar deixando de lado outras formas, acreditando que estará alcançando a todos, coloca-se uma questão inicial: como trazer visibilidade e acesso através do rádio e das mídias sonoras o bem público do conhecimento? Sabe-se, a exemplo dos dados reportados pela Universidade Federal de Santa Maria, que a mobilização comunitária dos cidadãos que residem próximos das cidades universitárias para a ocupação das vagas ofertadas nos cursos superiores, reflete a baixa circulação das informações sobre o fazer universitário e sobre o poder dos sujeitos ao acesso ao ensino superior. Segundo a Secretaria Unificada de Graduação (SUGRAD) da Universidade Federal de Santa Maria *campus* Frederico Westphalen, nos anos de 2019 a 2021 foram ofertadas 915 vagas no triênio (305 vagas por ano), e deste total somente 303 foram ocupadas por alunos da microrregião de Frederico Westphalen (SUGRAD, 2021).

Muitas estratégias de comunicação são acionadas para a divulgação da produção científica, da produção tecnológica, dos sistemas de inovação e das práticas de ensino e de extensão das universidades públicas (DUARTE, 2009; KUNSH, 2009). Conjuntamente, são apresentados canais que informam como acessar o ensino superior público e gratuito. Entretanto, o engajamento entre os residentes do entorno das Universidades instaladas fora do eixo das capitais, ainda é baixo.

Algumas experiências relatadas indicam que o meio radiofônico detém a capacidade de mobilização social. Pedrosa *et al* (2010) utilizaram as rádios comunitárias para levar até as comunidades, através de um projeto com alunos da Universidade Federal do Amazonas, informações sobre saúde, já que segundo os autores, todos devem ter acesso a essas informações para que desenvolvam o senso de responsabilidade com a própria saúde e a saúde coletiva. A proposta era que essas informações chegassem a todas as comunidades através de uma linguagem simples e acessível, como forma de interação entre a universidade e a comunidade através das rádios comunitárias.



Bahia (2008) e Pedrozzo (2004) buscaram relatar em suas pesquisas o quão importante são as rádios comunitárias como ferramentas de mobilização social. As autoras descreveram situações de rádios comunitárias que surgiram em comunidades carentes para dar voz à população que não se sentia ouvida. Cocco (2019) analisou as rádios comunitárias como um espaço no qual estabelecem, mediante um conjunto de condições sociais, políticas e ações discursivas que favorecem e salvaguardam que as vozes dos sujeitos ecoem com toda sua plenitude e os permita participarem ativamente nos processos de produção de sentidos.

Conrad (2013) pesquisou sobre as estratégias comunicacionais de mobilização social das rádios comunitárias e descreveu que as rádios comunitárias devem sempre estar atreladas ao bem-estar social, priorizando o coletivo e jamais o individualismo.

Sena (2018) pesquisou sobre o uso do rádio como uma ferramenta pedagógica, dinâmica e interativa. Para ele, o rádio, meio de comunicação datado do início do século XX, é envolvente e possibilita a transmissão de informações, ao mesmo tempo que pode ser usado para ensinar.

Diante destas perspectivas de estudos sobre as rádios comunitárias e do contexto da ação das universidades públicas nas comunidades do seu entorno, a questão inicial apresenta um desdobramento para: **quais recursos técnicos acionados através das rádios comunitárias podem contribuir para a divulgação das universidades públicas?** Hipoteticamente, neste trabalho, baseado nos autores apresentados ao longo do texto e na experiência empírica do autor, será considerado que a proposta de um programa de rádio com recursos interativos, participativos e integrativos entre comunidade e universidade pode ser capaz de mobilizar os cidadãos do entorno das universidades. Assim, será possível compreender, por exemplo, se as rádios comunitárias das cidades próximas ao *campus* Frederico Westphalen, são capazes de promover a divulgação da Universidade Federal de Santa Maria através de um programa, e que os resultados do processo de comunicação construído possam ser replicados por outras universidades para mobilização das comunidades interioranas, efetivando a missão da universidade pública.

Neste enquadramento, a pesquisa versa sobre como a rádio comunitária se apresenta como um meio relacional para universidades públicas fora do eixo das capitais. Cabe investigar como acionar corretamente esse recurso para divulgação das universidades entre os cidadãos do seu entorno.

O texto dissertativo, resultado da pesquisa, é composto por 6 capítulos. No capítulo I é introduzido o tema que foi trabalhado, bem como a problemática da pesquisa, os objetivos almejados e a justificativa da realização da pesquisa.

No Capítulo II é apresentado a fundamentação teórica do assunto, com um contexto histórico dos temas, autores que conceituam a temática, autores com trabalhos semelhantes e autores que discutem a temática da esfera pública.

No capítulo III é apresentado o percurso metodológico, trazendo o tipo que foi adotado, as estratégias escolhidas, os locais em que a pesquisa foi realizada, bem como, a forma que os dados foram coletados, como foram analisados, questões éticas referentes à pesquisa e as limitações da mesma.

No capítulo IV são apresentados os resultados analisados através de Análise Descritiva, Fatorial, Teste-T e ANOVA para os quantitativos e Análise de Conteúdo para os qualitativos, bem como, discutidos os resultados com autores que escrevem sobre a temática em questão.

No capítulo V está o produto final, que foi gerado a partir dos dados da pesquisa, bem como, baseado no conhecimento empírico do autor. O capítulo VI apresenta as considerações finais sobre o trabalho realizado.

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo Geral

Potencializar as rádios comunitárias como agentes de divulgação das universidades públicas e como mobilizadoras das comunidades para acesso ao ensino superior público.

### 1.2.2 Objetivos específicos

- Observar a mobilização das comunidades no entorno da Universidade Federal de Santa Maria *campus* Frederico Westphalen, quanto ao potencial das rádios comunitárias, através de questionários aplicados a alunos de terceiros anos do ensino médio.
- Elaborar um perfil dos respondentes, considerando o conhecimento dos mesmos sobre as Universidades Públicas.
- Conhecer o público e a programação, bem como, a faixa etária dos ouvintes das rádios comunitárias de acordo com a visão dos gestores de cada emissora mediante entrevista semiestruturada.
- Refletir sobre o papel das rádios comunitárias como agentes de mobilização social, referente a divulgação das Universidades Públicas.

- Propor um programa de rádio para ser veiculado em rádios comunitárias a partir do estudo das comunidades no entorno da cidade universitária de Frederico Westphalen que abriga o campus da Universidade Federal de Santa Maria.

### 1.3 JUSTIFICATIVA

As rádios comunitárias são ambientes que visam oportunizar espaços de fala para as comunidades que não se sentem ouvidas perante a própria sociedade em que estão inseridas. Nos trabalhos de Bahia (2008), Peruzzo (2004) e Cocco (2019) é possível perceber que as rádios comunitárias possuem uma relação de proximidade com a comunidade, no qual as pessoas daquela localidade, expressam suas opiniões e suas lutas por melhorias nas condições básicas de vida: “[...] as Radiodifusão Comunitárias não fazem a inclusão simplesmente para agregar audiências ou mobilizados por uma possível expansão do mercado publicitário, mas por compreender a sua importância nos tempos atuais e para os sujeitos com quem interagem” (COCCO, 2019, p. 223).

Uma emissora comunitária divulga atividades de lazer, manifestações culturais, eventos e informações que contribuem para o desenvolvimento da comunidade local. A essência da programação de uma rádio comunitária está na prestação de serviços de utilidade pública. Sua natureza reside no acionamento da linguagem e dos recursos locais e regionais, garantindo a ampla participação e a democratização dos conteúdos (HAYASHI, RABELO, PELLI e SIANI, 2021).

Conrad (2013) descreve que uma rádio, quando caracterizada como comunitária, deve estar atrelada a movimentos sociais que enfrentam a realidade da sociedade e não substituem, jamais, o sentido da coletividade pela individualidade.

Uma rádio comunitária é diferente de uma rádio educativa, entretanto a questão educacional sempre foi a tônica para os debates comunitários. Por isso, a radiodifusão se apresenta como o dispositivo mais forte e mais provocativo na esfera pública. Neste entendimento, é importante observar como o meio radiofônico pode provocar a mobilização comunitária para a educação e, por consequência, para uma mudança social a favor das universidades públicas.

As universidades contribuem de forma significativa para o crescimento regional em que estão inseridas, como argumentam Gunasekara (2004) e Ferreira (2019). Segundo eles, as universidades contribuem não somente com o aumento do Produto Interno Bruto (PIB), mas

também, fomentam a formação de novos profissionais e ajudam a diminuir a taxa de desemprego.

Entretanto, por mais que seja comprovado que as universidades colaboram para o crescimento regional, Paim (2017) constatou que a sociedade não tem conhecimento do que se pesquisa na universidade.

A divulgação das ações desenvolvidas nas Universidades Públicas é também uma prestação de contas para a comunidade, por isso deve ser acessível, usar linguagem simplificada e de fácil entendimento para todos (MOREIRA, 2017). Levando em consideração que as plataformas digitais estão entre os principais recursos interativos da atualidade, formas de divulgar trabalhos e pesquisas tendem a usar esse caminho. Porém, deve-se considerar que, segundo pesquisa realizada pelo IBGE em 2021, somente pouco mais de 82% da população brasileira, possui acesso à internet (IBGE, 2021a). Nascimento *et al.* (2020) relatam em sua pesquisa, que 10% da população que está no ensino médio não possui acesso à internet, bem como, no total da população em geral, o número sobe para 17% sem acesso à internet, seja na modalidade 3G/4G ou banda larga.

Fica clara a importância que a divulgação via internet possui para uma instituição de ensino superior pública, mas também está evidenciado que parte da população não possui acesso a essas informações. Observando esse contexto, percebe-se as rádios comunitárias, que são veículos de comunicação criados a partir de movimentos sociais pelas comunidades que se sentiam desfavorecidas na divulgação de informação e na ampliação da sua voz na sociedade, como uma ferramenta para suprir essa demanda (PERUZZO, 2004).

As rádios comunitárias são um meio de comunicação que não visam lucros, atendem às demandas da sociedade (BRASIL, 2021) e como descreveu Cocco (2019), são espaços que se aproximam do cotidiano e da vida dos sujeitos. As rádios comunitárias têm a capacidade de mobilizar os cidadãos para o bem comum, visando o atendimento ao interesse público comunitário.

Observando o universo comunitário e alinhando aos números de vagas ofertados pela instituição pública para o ingresso no ensino superior, como exemplificado anteriormente no caso da UFSM *campus* Frederico Westphalen, a Instituição deveria ser porta de entrada ao ensino superior dos cidadãos que residem distante dos grandes centros (RIBEIRO e MORAIS, 2020).

A Universidade Federal de Santa Maria *campus* Frederico Westphalen (UFSM/FW) foi criada em 2006, com os objetivos de promover a interiorização do ensino superior público e de impulsionar o desenvolvimento da região norte do Rio Grande do Sul (UFSM, 2021a). O

*campus* possui 143 servidores, entre técnicos administrativos e docentes, 34 colaboradores terceirizados (UFSM, 2023) e possui um total de 7.900 alunos ingressantes (2006 a 2021), de fato, nos cursos (SUGRAD, 2023).

Mariano da Rocha almejava que todas as camadas sociais tivessem acesso ao ensino superior (BARICHELLO, 2001). Para isso, instigava sobre a necessidade de se conhecer o cenário de atuação da universidade para implementar as mudanças a fim de atingir seus objetivos (ALVES, 2015). Entende-se que uma instituição pública deve dar ouvidos a sociedade, atendendo às suas demandas e, por meio de abertura de canais, amenizar os problemas e dúvidas cruciais (MATOS, 2012).

Ribeiro e Moraes (2020) pesquisaram a relação entre o SISU (Sistema de Seleção Unificada) e a evasão de alunos do ensino superior. Os autores descreveram que essa relação ocorre porque o SISU possibilita aos alunos se candidatar a vagas de todas as universidades federais, próximas ou distantes de sua residência e que, no decorrer do curso, acabam por optar pela troca, gerando a evasão. Esse fato pode ser comprovado pelos dados de matrículas efetuadas na UFSM/FW: de 2006 a 2021 a instituição realizou 14.839 matrículas, mas somente 7.900 alunos, como já referenciado, permanecem efetivamente nos cursos até o último semestre de 2022 (PROGRAD 2021; SUGRAD, 2023).

Ao encontro do pensamento dos autores, esse fato também gera uma concorrência maior por vagas, fato importante para o preenchimento das mesmas nas universidades públicas. Porém, essa concorrência, por hora, acaba restringindo a oportunidade para alunos de comunidades próximas das cidades universitárias. Por esse motivo, fica clara a importância de mobilizar a comunidade no entorno das universidades federais sobre os cursos que elas oferecem, quais as formas de ingresso e quais amparos sociais são oferecidos, garantindo a permanência do aluno na instituição e a redução das taxas de evasão. Uma divulgação efetiva favorecerá comunidade e universidade.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica para esta pesquisa indica as principais abordagens conceituais que foram acionadas ao longo do estudo. Apresentam-se três eixos: universidade e comunidade, radiodifusão comunitária e técnicas narrativas em rádio para divulgação e mobilização dos ouvintes.

### 2.1 UNIVERSIDADES E COMUNIDADE

A universidade teve seu início na Europa Ocidental, no final do século XI, na Itália, especificamente em Bolonha. Após a crise da sociedade feudal nos séculos X e XI, se desencadeou um processo de urbanização da sociedade. Trata-se de um período de erradicação das condições precárias de sobrevivência dos feudos, e que resultou no surgimento das primeiras instituições universitárias (CASTRO, 2014).

A partir dessa época os movimentos de criação de universidades se generalizaram pela Europa e ameaçaram a ordem feudal, forçando a construção das bases da modernidade (CASTRO, 2014 e SIMÕES, 2013). Segundo Oliveira (2007), as universidades assumem o lugar de patrimônio histórico e decisivo para a construção da identidade social dos seres humanos.

O termo *Universitas*, em latim medieval, significava basicamente duas coisas: por um lado, uma comunidade urbana considerada sob o ponto de vista de sua coesão sócio-cultural, mas também por sua capacidade de ser “una” e de possuir algum tipo de personalidade jurídica; de outro lado, significava a corporação, a associação de pessoas unidas em torno de um trabalho comum. Só mais tarde, na baixa idade média, por analogia com estes dois significados, o termo *universitas* passou a significar o agrupamento específico daqueles - professores e estudantes- que faziam da cultura e do aprendizado o objeto de sua profissão (BARICHELLO, 2001 p.12).

Em meados do século XIX surgiram dois modelos distintos de ensino superior (alemão e francês) que tiveram influência significativa na concepção e estrutura do ensino superior brasileiro. O modelo francês influenciou as universidades tradicionais da América Espanhola e inspirou a formação das primeiras faculdades profissionais no Brasil, no século XIX. Na primeira metade do século XX se constitui no Rio de Janeiro a primeira universidade, seguindo o padrão até hoje conhecido. A Universidade do Rio de Janeiro (URJ) foi criada em 1920 e em 1932 foi fundada a Universidade de São Paulo (USP) (DE PAULA, 2009; FÁVERO, 2006). Porém, como relata Fávero (2006), a criação das universidades no Brasil passou por várias tentativas falhas ao longo dos anos até chegar a esse modelo.

Contudo, os primeiros debates sobre universidades no Brasil iniciaram na Assembleia Constituinte do Império, em 1823, sobre como e onde seriam criadas as primeiras universidades brasileiras (CHACON, 1974). Desde esse momento, até serem criadas a então URJ e a USP, a história da educação superior brasileira passou por altos e baixos: criação de Universidades privadas e Universidades que foram iniciadas e extintas, como o caso da Universidade do Distrito Federal (UDF) em 1939. Outras universidades públicas que foram criadas e tornaram-se referência em pesquisa, ensino e extensão, como por exemplo, a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), criada em 14 de dezembro de 1960, pela Lei Federal número 3.834-C, idealizada por José Mariano da Rocha Filho (BARICHELLO, 2001).

Percebendo que na cidade de Porto Alegre - RS o ensino superior dos jovens de famílias que dispunham de recursos era completo, José Mariano da Rocha Filho preocupou-se com a falta de oportunidades educacionais oferecidas fora da capital do estado. Desta forma, ele optou por dedicar sua vida à interiorização da educação, sendo a UFSM idealizada por ele, a primeira Universidade Federal a ser criada no interior, fora de uma capital do Brasil (DUARTE, 2011): “Durante quase cinco séculos viveu o Brasil de costas voltadas para o interior, desprezando  $\frac{3}{4}$  do seu território[...]” (BARICHELLO, 2001, p. 56).

Barichello (2001) em sua obra intitulada “Comunicação e Comunidade do saber”, traz três características que diferenciam a UFSM das demais, sendo elas: a preocupação com o acesso ao ensino superior por parte de todas as camadas sociais, especialmente a comunidade interiorana; a concepção do espaço do *campus* universitário como um espaço comunitário; e que a educação deveria ser ministrada em ampla sintonia com o ambiente da região.

Porém, como os dados da Secretaria Unificada de Graduação da UFSM/FW (SUGRAD, 2023) demonstram, o preenchimento das vagas ofertadas ainda é um problema para a instituição, o que pode ser justificado como havendo uma falha na comunicação (divulgação) da instituição pública.

Para explicar esse fato, pode ser discutido o termo “comunicação pública”, que como descreve Zémor (2009):

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

Seguindo o pensamento do autor, uma boa comunicação pública pode auxiliar no enfrentamento de situações desagradáveis. Porém, para que a comunicação pública contribua

de fato para a saída da crise e para a fortificação da inteligência coletiva, ela deve procurar, junto às preocupações das pessoas e suas curiosidades, os registros da autenticidade (ZÉMOR, 2009).

Uma instituição de ensino superior, que é visto por Kunsch (1992), como um centro de produção sistematizada de conhecimentos, que necessita canalizar suas potencialidades no sentido da prestação de serviços à comunidade, depende especificamente dos setores responsáveis pela divulgação dos fatos, informações de cunho cultural, científico e de notícias que o envolvem a instituição, para fazer com que ocorra esta proximidade entre a instituição e não somente para seu público alvo (futuros universitários), como também a sociedade em geral.

Para embasar a sua forma de comunicar-se, a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), no ano de 2018, lançou a sua Política de Comunicação, que tem como propósito instituir diretrizes e princípios de comunicação.

(...) o documento ainda tem como objetivos: – integrar as atividades comunicacionais institucionais já desenvolvidas na Reitoria, na Coordenadoria de Comunicação, nos órgãos suplementares, nos órgãos complementares e nas unidades de ensino; – reconhecer as áreas convergentes à Comunicação Social, fomentando e viabilizando de forma sustentável e acessível as atividades técnicas e de ensino, pesquisa e extensão da área de Comunicação Social da UFSM; – integrar e guiar os fluxos, processos e sentidos dinamizados à imagem e identidade institucional, renovando e promovendo a legitimidade da UFSM socialmente. (UFSM, 2022).

Uma instituição, em seu caráter público, obrigatoriamente, deve adotar medidas de transparência para com a sociedade, que por meio de contribuições ligadas a impostos e afins, está no seu direito de ficar a par do funcionamento da mesma. Para tal funcionalidade, a UFSM acrescenta em sua Política de Comunicação “(...) prestação de contas: complementam as estratégias comunicacionais ligadas à transparência, visto que apresentam e justificam as decisões políticas e a aplicação dos recursos públicos, possibilitando a avaliação e a fiscalização pelos cidadãos [...]” (UFSM, 2022).

Outro ponto importante é a comunicação acessível, que está assegurado na lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015, a qual retrata que:

Art. 1º É instituída a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência), destinada a assegurar e a promover, em condições de igualdade, o exercício dos direitos e das liberdades fundamentais por pessoa com deficiência, visando à sua inclusão social e cidadania. (BRASIL, 2022b).

Partindo disso, a UFSM acrescenta em sua Política de Comunicação, no Art. 4º:

Comunicação acessível: forma de interação dos cidadãos que abrange, entre outras opções, as línguas, inclusive a Língua Brasileira de Sinais (Libras), a visualização de textos, o Braille, o sistema de sinalização ou de comunicação tátil, os caracteres ampliados, os dispositivos multimídia, assim como a linguagem simples, escrita e



oral, os sistemas auditivos e os meios de voz digitalizados e os modos, meios e formatos aumentativos e alternativos de comunicação, incluindo as tecnologias da informação e das comunicações, conforme Lei nº 13.146/2015. (UFMS, 2022).

De acordo com Matos (2012), uma instituição pública deve dar ouvidos à sociedade atendendo às suas demandas e, por meio de abertura de canais, amenizar os problemas e dúvidas cruciais. O autor ainda relata que alguns princípios são fundamentais para nortear a comunicação na administração pública, e que a mesma, deve ser considerada uma instituição aberta que interage com a sociedade através de meios de comunicação produtivos.

Duarte (2007) diz que a comunicação deve ser assumida com visão global, papel estratégico, planejamento, ação integrada e visão a longo prazo para fazer com que as informações circulem e cheguem até o público alvo.

Estratégia é um termo fundamental quando o assunto é planejamento. Esse termo possibilita as tomadas de decisões e ações concretas, de modo a criar vantagens competitivas, facilitando as organizações de um ambiente em mudança e faz com que os líderes alcancem o caminho esperado (SOUSA *et al.*, 2017). Nas universidades, o planejamento na comunicação é essencial, mas primeiro, é preciso conhecer o cenário de atuação da universidade para implementar as mudanças, vislumbrando essa projeção a médio e longo prazo (ALVES, 2015).

As universidades enfrentam, atualmente, um problema categorizado por Mansur (2021) como movimentos anticiência, em virtude dos interesses políticos e econômicos em relação às evidências científicas. Com a intenção de fazer uma ciência acessível, é importante levar o debate para além dos pares, e buscar uma estratégia para enfrentar o dilema da interpretação equivocada dos dados científicos, além de fortalecer os laços entre a ciência e os cidadãos (MANSUR, 2021).

Como Conceição e Chagas (2020) descrevem, o conhecimento científico precisa sair dos muros da academia e chegar aos ouvidos atentos da sociedade, para que se mostre necessário à humanidade. Os autores complementam dizendo que para alcançar esse objetivo, a divulgação científica deve ser realizada através de um código linguístico compreensível.

Na história recente, sabe-se que para que as informações chegassem até a sociedade era necessário um interlocutor, como a imprensa. Graças à evolução das mídias, interagir com a sociedade em geral tornou-se mais acessível e possibilitou aos cientistas comunicar-se diretamente com a sociedade (ESCOBAR, 2018).

O autor conclui dizendo que é preciso fomentar a cultura da divulgação científica dentro da academia e criar infraestruturas de apoio, para que aqueles que tiverem interesse, consigam fazê-lo com sucesso, pois o propósito da divulgação é estender o acesso a conhecimentos

científicos, estimulando o senso crítico e a alfabetização científica do público em geral (DANTAS E DECCACHE-MAIA, 2020).

Segundo pesquisa do IBGE (2021), pouco mais de 82% da população brasileira possui acesso à internet. Dado o grande número de residentes no Brasil, os 17% que não possuem acesso à rede, representam um número elevado de pessoas. Desta forma, cabe adequar-se às condições dadas para poder comunicar-se com toda a população, dentro das condições que lhes são oferecidas.

Neste contexto e de acordo com a visão de Peruzzo (2013), os movimentos populares sempre buscam adaptações às condições que lhes são dadas para poderem se comunicar, ou seja, através de comunicação popular ou comunitária. Estas podem ser entendidas como uma comunicação realizada por setores organizados das classes subalternas, de acordo com a necessidade de mobilização social, de comunicar-se com seus públicos e de expressar sua visão de mundo (PERUZZO, 2013).

Em um trabalho interdisciplinar sobre a divulgação da prevenção do diabetes, relatado por Mesquita e Paz (2020) e que foi realizado em comunidades da cidade de Caruaru - PE, o objetivo era levar aos alunos e à comunidade a visão e o conhecimento de que uma comunicação popular e comunitária tem a proposta de transformação social, construção de uma sociedade mais justa e que abre a possibilidade para a participação ativa do cidadão como um protagonista do processo. Ou seja, a cidadania resulta em alianças, mobilizações, auxílio e desenvolvimento de vínculos de corresponsabilidade perante os interesses do coletivo (DA SILVA *et al.*, 2019).

Pode-se concluir que a comunicação popular e comunitária expressa rica diversidade de práticas e contribui para a ampliação da cidadania, formando cidadãos capazes de compreender o mundo e de se organizar para transformá-lo (PERUZZO, 2013).

Percebe-se, portanto, que as universidades se constituem como um universo de saber científico que precisa alcançar a comunidade. O exercício do ensino fortalece a concepção universalista da instituição educadora. E a comunidade se beneficia da sua presença e age em seu favor.

## 2.2 RADIODIFUSÃO E INSERÇÃO COMUNITÁRIA

Para o senso comum, a invenção do rádio é atribuída a Guglielmo Marconi, inventor e físico italiano que empreendeu vários experimentos em telegrafia; entretanto o rádio, tal qual o conhecemos, é resultado do trabalho de vários pesquisadores e inventores de diversos países e ao longo do tempo (FERRARETTO, 2001).

A partir dos estudos sobre ondas eletromagnéticas desenvolvidos por Henrich Hertz, Guglielmo Marconi aperfeiçoou suas ideias sobre a telegrafia sem fio, e passou a entender como emitir ondas de um aparelho e torná-las perceptíveis em outro. Em 1895 ele colheu o seu primeiro êxito: Marconi, em seu laboratório, manipulava um transmissor e seu assistente, posicionado a algumas centenas de metros, recebia as ondas em um receptor (PRADO, 2012).

A partir desse feito, Marconi prosseguiu com seus experimentos a fim de melhorar a transmissão do sinal para atingir distâncias maiores que pudessem ultrapassar barreiras físicas. Em 1898 foi possível estabelecer comunicação entre Cornualha e a ilha de Wight, pontos que ficam separados a uma distância de 300 quilômetros (PRADO, 2012).

Porém, há relatos de que ao mesmo tempo em que estudos eram realizados na Europa e na América do Norte, o padre brasileiro Roberto Landell de Moura obtinha, em suas pesquisas, resultados superiores aos pesquisadores estrangeiros e que suas primeiras pesquisas com ondas eletromagnéticas ocorreram entre 1893 e 1894. A sua mais famosa descoberta foi a primeira transmissão com voz humana por meio de ondas eletromagnéticas, em São Paulo entre o Alto de Santana e a Avenida Paulista (FERRARETTO, 2001 e PRADO, 2012).

São muitas discussões sobre o pioneirismo da transmissão de sinais via ondas eletromagnéticas, mas de acordo com a Carta de Natal, escrita por pesquisadores do Grupo Temático História da Mídia Sonora da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia - ALCAR e também por Participantes da Mesa Temática “Os 100 anos da primeira transmissão radiofônica no Brasil”, doutores Adriano Lopes Gomes (UFRN), Luciano Victor Barros Maluly (USP) e Ciro José Peixoto Pedroza (UFRN), sob a mediação do doutor Helcio Pacheco de Medeiros (UFRN), a primeira transmissão radiofônica no Brasil ocorreu em 1919, no dia 6 de abril pela Rádio Club de Pernambuco (ALCAR, 2022).

Durante a exposição Nacional em comemoração ao Centenário da Independência, no ano de 1922, no Rio de Janeiro, ocorreu a primeira demonstração pública de transmissão de rádio no Brasil. Nesta ocasião, visitantes da exposição e outros cidadãos, receberam receptores, bem como, alguns foram instalados em praças públicas, possibilitando as pessoas ouvirem o discurso do presidente Epitácio Pessoa, além de trechos da Ópera “O Guarany”, diretamente do Teatro Municipal, onde estava sendo executada, causando curiosidade e espanto na população (MENEGUEL e OLIVEIRA, 2018).

Sendo assim, a primeira emissora de rádio brasileira foi instalada no país no ano de 1923, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, tendo como seu principal articulador Edgard Roquette-Pinto, que tinha como propósito veicular programação cultural e educativa (DEL BIANCO, 2012).

As emissoras de rádio que surgiram em seguida, possuíam caráter de sociedade, no qual cada associado pagava uma mensalidade para poder receber o sinal, e que inicialmente se caracterizava pela escuta individual, por meio de galena e fone de ouvido. Somente tempos depois, tornou-se coletiva (MENEGUEL e OLIVEIRA, 2018; FERRARETTO, 2014).

Weigelt (2021) descreve, baseado em Abadía (1997), que apesar de ter sido criado no século XIX, o rádio transformou-se em um meio de comunicação de massa após as três primeiras décadas do século XX. Inicialmente o rádio surgiu como um meio de comunicação restrita, com caráter militar e governamental. No entanto, rapidamente passou a deixar de lado essa característica e começou a ganhar os lares das pessoas, principalmente pela flexibilização e instantaneidade na transmissão das mensagens.

Apesar de o rádio ter ganho terreno em diversas regiões brasileiras, as emissoras cariocas e paulistas tiveram posição de destaque no cenário radiofônico nacional. A Rádio Nacional do Rio de Janeiro foi a que mais se destacou na década de 1950 e 1960, criando uma espécie de modelo de programação radiofônica seguida por diversas emissoras em todo o país (CALABRE, 2002).

Os brasileiros conseguiam acompanhar as inovações, tecnologias e acontecimentos no mundo inteiro através do rádio. Um programa que ganhou a simpatia dos brasileiros, por exemplo, foi o Repórter ESSO. O Repórter ESSO era um noticiário patrocinado pela *Standard Oil New Jersey* (Esso) e foi a primeira síntese noticiosa do planeta, sendo veiculado em mais de 15 países e 60 emissoras de rádio (KLÖCKNER, 2004).

O Repórter ESSO, no Brasil, iniciou no ano de 1941, quando o Brasil anunciava a participação na Segunda Guerra Mundial (KLÖCKNER, 2004). Fato que levou Repórter ESSO a ter grande fama no cenário Brasileiro com a divulgação dos acontecimentos de conflito, bem como, o emocionante anúncio de Heron Domingues ao anunciar o final da Segunda Guerra Mundial (KLÖCKNER, 2004).

O rádio no Brasil foi estabelecido a partir de uma dupla determinação, sendo um veículo de comunicação privado, portanto subordinado às regras do mercado econômico, mas que, ao mesmo tempo, era controlado pelo estado. O estado controlava, e ainda controla, a concessão para o funcionamento de emissoras de rádio, bem como a cassação das mesmas, caso houvesse desrespeito às leis do código de comunicação em vigência (KLÖCKNER, 2004).

Como já citado, Edgard Roquette-Pinto, principal articulador da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, juntamente com Henrique Charles Mortize, tinham como propósito “levar a cada canto um pouco de educação, de ensino e alegria” (ANDRELO, 2012, p. 2). Roquette-

Pinto e Mortize, ao lado de um grupo de intelectuais da Academia Brasileira de Ciências, acreditavam que:

O rádio é o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre; é o animador de novas esperanças; o consolador do enfermo; o guia dos sãos, desde que o realizem com espírito altruísta e elevado. (LEYENDECKER, 2019, p. 15).

A Rádio Sociedade, com o tempo, veio a se transformar na Rádio MEC, após ter sido doada por Roquette-Pinto, que não possuía condições financeiras para manter a rádio no padrão educativo. A única exigência que Roquette-Pinto fez foi que a rádio permanecesse a ser uma rádio cultural/educativa (SANTOS, 2016).

No ano de 1961, foi criado, da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), o Movimento de Educação de Base (MEB), com o objetivo de promover a educação entre as regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste do país. O Governo Federal e a Igreja Católica assinaram um convênio que possibilitou recursos financeiros e humanos para a aplicação de aulas radiofônicas com foco nas zonas rurais do Brasil (SILVA, 2020).

O convênio estabelecido com o Estado permitiu que as ações educacionais do MEB durassem cinco anos, ou seja, de 1961 até 1966. A partir de 1964, conflitos internos e externos do MEB desencadearam mudanças na estrutura do Movimento (SILVA, 2020).

Para o autor, o MEB foi um programa que visou alfabetizar a classe trabalhadora do país. Contudo, durante a ditadura Militar, o MEB passou por um esvaziamento educacional, que ficou marcado pelo discurso autoritário do regime militar, impondo duro golpe aos membros do movimento.

Outro projeto que veiculava educação no rádio, foi o projeto Minerva, que iniciou na década de 1970 e teve funcionamento até meados dos anos 80. O projeto Minerva foi um programa que o Governo implementou com o objetivo de levar a educação e a cultura, através de cursos e programas de diversidades para todo o território Nacional, procurando atingir uma grande parcela da população e suprimindo as deficiências existentes na educação formal em regiões onde o número de escolas e professores eram baixos (BERNARDI, 2014; CASTRO, 2007).

Por se tratar de um meio de comunicação que se adapta com facilidade às condições dos locais em que a economia é prejudica e a taxa de analfabetismo é alta, o rádio, ao longo dos anos, demonstrou ser um importante instrumento educativo para a população brasileira (CASTRO, 2007) e que, segundo Peruzzo e Volpato (2016) dissertam sobre comunidade, o rádio se encaixa nessa definição. Segundo as autoras, a palavra comunidade evoca a sensação

de solidariedade, vida em comum, local onde almeja viver, um esconderijo dos perigos da sociedade moderna.

Sendo assim, na década de 1980, tem destaque no Brasil o movimento rádios livres. Esse movimento surgiu entre jovens insatisfeitos com a programação das rádios comerciais, que criaram rádios locais não autorizadas (LEAL, 2007).

As transformações sociais, políticas e tecnológicas, provocadas pelo sistema capitalista e a globalização acabam por afetar as relações humanas, tornando-as cada vez mais complexas (LUZ, 2019). E como forma de enfrentar as mudanças, por vezes desfavoráveis, impostas às comunidades de periferias, estas criam sua imagem identitária como forma de resistência à padronização e à hegemonização, podendo ser vista também como fator gerador de mudanças socioculturais (BAHIA, 2008).

Frente a esses problemas, surge a comunicação comunitária, que pode ser entendida como “a percepção de grupos populares ou entidades da sociedade que não se encontram inseridas no processo de planejamento dos meios de comunicação” (SANTOS e TERENCE, 2018, p. 194). Para Peruzzo e Volpato (2016) os meios de comunicação são espaços que dão suporte tecnológico e de informação às comunidades. Eles acompanham os processos sociológicos em movimento sinérgico, interagindo com as dimensões sócio espaciais, influenciando-as ao mesmo tempo que são influenciados. Duarte (2007, p. 2) diz que: “a comunicação é a energia que dá vida às organizações”. Ainda na linha de pensamento do autor, saber administrar as formas de comunicar é essencial para a eficiência e sobrevivência num ambiente instável, volátil e crítico.

Após a disseminação das rádios livres pelo país, iniciou-se a discussão sobre os critérios de autorização para a exploração de serviços de radiodifusão no Brasil (LEAL, 2007).

As rádios comunitárias e as rádios livres possuem pontos de semelhanças entre si. Ambas têm origem no “rádio de alto falantes”, também chamados de Rádio Poste ou ainda, Rádio Popular, que eram transmitidas através de caixas de som e alto falantes, não sujeitas a legislação impeditiva para a transmissão (PERUZZO, 2011).

A radiodifusão comunitária foi estabelecida através da lei federal 9.612, de 1998 e regulamentada pelo decreto 2.615, também de 1998:

Art. 1º Denomina-se Serviço de Radiodifusão Comunitária a radiodifusão sonora, em frequência modulada, operada em baixa potência e cobertura restrita, outorgada a fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, com sede na localidade de prestação do serviço. § 1º Entende-se por baixa potência o serviço de radiodifusão prestado a comunidade, com potência limitada a um máximo de 25 watts ERP e altura do sistema irradiante não superior a trinta metros. § 2º Entende-se por cobertura

restrita aquela destinada ao atendimento de determinada comunidade de um bairro e/ou vila. (BRASIL, 2021).

Bahia (2008) baseada nos trabalhos de Peruzzo (1999) e Geerts e Oyen (2001), descreve que as rádios comunitárias surgiram devido a situação de carência vivenciada pela maioria da população brasileira, com a finalidade de “expandir o âmbito das informações, da reflexão e da interação sociocomunicativa, ultrapassando os limites e os interesses da mídia convencional” (BAHIA, 2008 p. 30).

No final dos anos 80, no Brasil, os serviços sociais da área da saúde, previdência social e comunicação foram privatizados, passando a padronizar valores e identidades. Ao mesmo tempo que as questões sociais eram comprometidas negativamente, a busca por valores compartilhados e ações comunitárias contra hegemônicas ganham voz nas rádios comunitárias (LUZ, 2011).

As rádios comunitárias citadas aqui também como rádios populares, tiveram sua criação ligada a realidade de carência generalizada de bens necessários à vida, situação que fez desabrochar diversos movimentos que ocasionassem em uma mobilização social mais eficiente (PERUZZO, 2004). A mobilização social ocorre quando uma comunidade decide e age com um objetivo comum, buscando, quotidianamente, resultados decididos e desejados por todos (TORO e WERNECK, 1996).

Um exemplo citado por Peruzzo (2004) é a Rádio do Povo da Vila Nossa Senhora Aparecida, que foi criada em 1984, que no início dispunha de um amplificador e uma corneta instalada na torre da igreja local. Fato que, segundo os relatos da autora, surtiu efeito nas reuniões sobre as lutas da favela e que após a sua criação, passaram a contar com mais pessoas envolvidas.

Bahia (2008), relata a história das Rádios Inter-FM da cidade de Brumadinho - MG e União do Aglomerado Santa Lúcia, na capital Mineira. A autora descreve que a Rádio Inter é um espaço no qual a comunidade tem a sua vez de expor seus costumes, suas tradições culinárias, músicas, bem como mobilizar a comunidade em prol do benefício comum. Já a Rádio União teve sua criação a partir de um grupo de moradores insatisfeitos com a falta de realização de obras para melhorias do Morro do Papagaio, na cidade de Minas Gerais, bem como espaço para divulgar, na capital mineira, sua cultura, seus talentos locais e expressar as suas demandas (BAHIA, 2008). Luz (2019) relata sobre a rádio Comunitária Ativa FM, do município de Nova Prata - RS, que surgiu no ano de 1999, com o objetivo de dar oportunidade para que a população pudesse ter um canal de comunicação que as representasse, mobilizasse e tivesse engajamento com os problemas, fatos culturais e eventos da comunidade.

Crepaldi (2021) descreve que a rádio comunitária autêntica se configura como canal de comunicação do povo, na qual a gestão se constitui de modo democrático, descentralizado e horizontal. Não deve existir chefe, todos são ao mesmo tempo colaboradores e produtores, defendendo causas sociais, sem fins lucrativos.

Fica claro, baseado nos relatos de Bahia (2008), Peruzzo (2004) e demais autores já citados que as rádios comunitárias são grandes aliadas a movimentos de mobilização social, pois criam uma esfera pública capaz de dar voz à comunidade, que por sua vez, não encontram em outros locais.

Baseados na obra de Habermas sobre a mudança estrutural da Esfera Pública, os autores Maia e Castro (2006) descrevem a esfera pública como uma arena pública, o *locus* no qual se processa a conversa aberta sobre os temas de interesse comum, o espaço público.

Como descreve Habermas (2003) o uso da palavra “pública” e “esfera pública” apresenta uma multiplicidade de significados concorrentes, que se originaram de diferentes fases históricas. Para Perlatto (2012), a gênese da esfera pública está associada com o desenvolvimento do capitalismo mercantil na Europa no século XVII, que provocou o surgimento de um espaço, caracterizado pela discussão livre e racional, entre a esfera privada e o Estado, no qual, as opiniões não se legitimaram mais a partir de fatores sociais externos, mas sim, através de argumentos racionais sustentados por debate público.

Esfera Pública é conceituada quando a opinião pública é formada com vistas à racionalização do poder público. Os cidadãos comportam-se com garantia da liberdade de reunião, associação, expressão e divulgação das suas opiniões (DE OLIVEIRA, 2020; HABERMAS, 1974).

O conceito de esfera pública de Habermas pode ser entendido como um modelo de esfera pública seletiva, que no decorrer da história política brasileira manifestou-se em uma sociedade altamente excludente econômica e socialmente (PERLATTO, 2012). O autor fala que, em função da esfera pública seletiva, houve a configuração de uma esfera pública subalterna, pela qual os setores populares buscam criar formas expressivas de modo a pressionar a esfera pública.

Como forma de pressionar a esfera pública seletiva, em busca de políticas públicas que atendam às suas necessidades, as classes populares unem-se em movimentos sociais:

[...] identificados como forças organizadas, conscientes e dispostas a lutar, são artífices de primeira ordem no processo de transformação social, embora um conjunto de fatores (liberdade, consciência, união) e de atores (pessoas, igrejas, representações políticas, organizações) se somam para que as mudanças se concretizem. (PERUZZO, 2009, p. 3).



Já as políticas públicas são conceituadas como diretrizes desenvolvidas para confrontar um problema público. Elas possuem dois elementos fundamentais que são a intencionalidade pública e também a resposta a um problema público. Dessa forma, o motivo para a criação de uma política pública é o tratamento ou a resolução de um problema considerado relevante pela coletividade (SECCHI, 2013). Segundo Aragão (2021) entender as necessidades e demandas, buscar a colaboração e a participação comunitária em processos decisórios, além de envolver ao máximo os *stakeholders* são formas de fazer com que os governantes sejam assertivos no processo de criação de políticas públicas.

Partindo das discussões sobre esfera pública seletiva e subalterna, é possível associar a esse debate o trabalho desenvolvido pelas rádios comunitárias, que segundo Peruzzo (2004) e Bahia (2008) surgiram para dar voz à população carente das comunidades que não se sentiam ouvidas perante a sociedade e governos. As rádios comunitárias permitem que a população tenha um veículo de comunicação para dar visibilidade a suas demandas e reivindicações, bem como, sua cultura e seus talentos locais (MIANI, 2017).

Rádios comunitárias, portanto, abrem espaço para a valorização da esfera pública enquanto um espaço de, não apenas construção de consentimento democrático, mas também de debate e confronto entre indivíduos que constroem a comunidade local (GUERRA *et al.*, 2020). Com esse pensamento, os autores descrevem sobre a Rádio Favela, uma rádio comunitária no aglomerado da Serra, na cidade de Belo Horizonte, que surgiu com a intenção da comunidade ter um espaço para divulgar a música e a cultura, bem como, discutir a questão da discriminação com os moradores da favela.

As rádios comunitárias são espaços que possibilitam a comunicação como facilitadora das lutas pelas conquistas de direitos de cidadania. Elas possibilitam espaços de debates para movimentos sociais populares que buscam o reconhecimento de seus direitos que, na prática, não se encontram efetivados (PERUZZO, 2009). Rádios comunitárias, partindo dessa visão, juntamente com a da autora Fattori (2021) sobre mobilização social, são meios de comunicação importantes para colocar em prática os pilares da sociedade: democracia e direito à participação social.

Portanto, vários desafios recaem sobre as rádios comunitárias nas questões relacionadas, principalmente, ao administrativo e ao financeiro, desde a criação da Lei Nº **9.612/1998**. De acordo com esta lei, as rádios comunitárias não podem ter fins lucrativos, ou seja, não podem explorar recursos através de publicidade comercial, como é o caso das rádios comerciais. Fica restrito às comunitárias a exploração de recursos financeiros através da veiculação de apoios culturais, que não devem constar produtos, serviços, preços, condições de pagamento e ofertas,

devendo apenas constar o nome, endereço físico e eletrônico e outros contatos do apoiador cultural. Além disso, possui obrigatoriedade de estar situada na mesma localidade de cobertura da rádio, estar limitada a 25 wats de potência e a uma torre com no máximo 30 metros de altura (JUNIOR E VAZ FILHO, 2020).

Portanto, com os entraves gerados pela lei que, por outro lado dá legalidade a essa forma de comunicação comunitária, mas por outro, como relatado por Junior e Vaz Filho (2020), limita a gestão financeira, o crescimento e a abrangência das emissoras, que poderiam estar divulgando, colaborando e ajudando mais pessoas e comunidades.

Diante de cenários como esse é que se discute e se relaciona às políticas públicas, já que surgiram para resolver problemas sociais mediante conhecimento apropriado e a aplicação de técnicas específicas (CAPELLA, 2018). Para Secchi (2013) as políticas públicas possuem “dois elementos fundamentais: intencionalidade pública e resposta a um problema público; em outras palavras, a razão para o estabelecimento de uma política pública é o tratamento ou a resolução de um problema entendido como coletivamente relevante” (SECCHI, 2013, p. 3). O conceito de políticas públicas pode ser considerado abstrato, materializando-se de diversas formas, como programas públicos, projetos, leis, rotinas administrativas, gasto público direto, entre outros (SECCHI, 2013).

Sabendo que existem perdas ao longo do trajeto de uma transmissão de sinal, seja por diminuição da densidade de potência devido à distância, por mudanças no terreno e até por condições climáticas (FISCHER, 2018), é possível discutir se políticas públicas voltadas à melhoria da situação das rádios comunitárias que, diante de vários trabalhos acadêmicos que comprovam seu impacto na comunidade em que está inserida, não deveriam ser discutidas por órgãos públicos competentes.

Sendo assim é possível relacionar essa questão com a esfera pública seletiva e subalterna, já apontada neste texto segundo a perspectiva de Habermas (1974), o qual defende que esfera pública subalterna, diante de suas necessidades de se fazerem ser ouvidos, pressionam a esfera pública seletiva em busca de políticas públicas que atendam suas necessidades.

### 2.3 ROTEIRIZAÇÃO E NARRATIVAS PARA RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA: ESTRATÉGIAS PARA DIVULGAÇÃO DAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS

Este tópico discutirá o tema de estruturação de uma rádio em busca de alcançar os seus ouvintes pretendidos e terá como base o trabalho de Ferraretto (2014).

O rádio tem a capacidade de entrar nas casas, nos automóveis, escritórios, em qualquer lugar onde um receptor estiver ligado. Trabalhar com rádio é fazer parte do cotidiano dos ouvintes. Pessoas desconhecidas, mas que se identificam com as ideias, ponto de vista e opiniões dos locutores (CÉSAR, 2009).

De acordo com os pensamentos de Ferraretto (2014), quem pensa o rádio deve atentar-se para uma série de procedimentos e raciocínios complexos na conformação do que pretende difundir. Trata-se sobre pensar uma identidade para o emissor e uma estratégia para que ela se reflita na mensagem destinada ao ouvinte. Cada emissora desenvolve a sua personalidade própria em busca de audiência. A programação, a captação de apoiadores financeiros, tudo é pensado para ir ao encontro do público ouvinte (FERRARETTO, 2001).

Girardi e Jacobus (2009) relatam que a “espinha dorsal” de um programa é a ideia. Nela deve estar claro o que o programa quer adotar, qual o assunto que abordará. Segundo os autores, a ideia pode surgir da adaptação de um programa já existente ou uma ideia nova criada por uma equipe de produção.

Ferraretto (2014) cita 4 níveis estratégicos para que uma emissora de rádio consiga alcançar o seu público na disputa por audiência com as demais formas de comunicar-se. São eles: o segmento, o formato, a programação e os conteúdos.

No processo de criação da identidade da emissora, a mesma deve pensar em desenvolver uma relação de empatia com o seu público, entender o ouvinte como um companheiro virtual, entender que a rádio estará representando os anseios, os interesses, as necessidades e os objetivos dos seus ouvintes. Entender o que aquela manifestação radiofônica significa, projetando ali uma espécie de personalidade (FERRARETTO, 2014).

Para alcançar a audiência através da programação radiofônica, alguns passos devem ser seguidos na elaboração e na construção de uma programação ou programa em específico. Seguindo os passos estratégicos de Ferraretto (2014), a etapa de segmentação é:

Um processo em que, a partir da conciliação entre anseios, interesses, necessidades e/ou objetivos do emissor e do receptor, além da identidade construída pelo primeiro, foca-se o rádio, em qualquer uma de suas manifestações comunicacionais, em dada parcela do público. (FERRARETTO, 2014, p. 49).

Na definição do segmento, o autor cita algumas questões que devem ser levadas em consideração, tais como “qual a fatia de público que vai ser buscada?” e “que dificuldade e possibilidades o segmento pretendido oferece?”. No processo de concentração de uma emissora em determinado segmento, se pode englobar alguns programas em específicos ou também a

totalidade das transmissões, como é possível observar na análise da segmentação de público representado pelo quadro 1.

**Quadro 1-** Estratégias de análise de segmentação.

<b>ESTRATÉGIAS MAIS GENÉRICAS</b>	
<b>Geográfica</b>	Extensão do mercado (nacional, estadual, regional, local, etc.).
<b>Demográfica</b>	Idade, sexo, domicílio, família, ciclo de vida (jovem, adulto, idoso...) etc.
<b>Socioeconômica</b>	Classe de renda, instrução, ocupação, status, migração, mobilidade social, etc.
<b>ESTRATÉGIAS MAIS ESPECÍFICAS</b>	
<b>Padrões de Consumo</b>	Frequência de escuta, forma de escuta, fidelidade, <i>heavy</i> e/ou <i>light listeners</i> (ouvintes extremamente frequentes ou eventuais) etc.
<b>Benefícios procurados</b>	O que o ouvinte busca na emissora em termos de satisfação, prestígio, companhia, serviço, informação, entretenimento etc.
<b>Estilos de vida</b>	Expectativa de vida, uso do tempo, interesses predominantes, participação em eventos e agrupamentos sociais, uso do dinheiro, amizades, relações pessoais, etc.
<b>Tipo de personalidade</b>	Bases culturais, atividades e valores, lideranças, potencial de mudança, etc.

Fonte: FERRARETTO, 2014

César (2009) relata a diferença entre os segmentos escolhidos pelas emissoras AM e FM. Na FM, o autor diz que a transmissão de notícias é encarada como um apêndice da programação e que, o seu segmento é a transmissão de músicas e o entretenimento. Já nas emissoras AM o segmento é noticiário em diversas formas de programação (CÉSAR, 2009).

Segundo Ferraretto (2014) o formato constitui-se na maneira de abordar o segmento. Dentro de um mesmo segmento atuam emissoras com diferentes formatos. Em um segmento de jornalismo, por exemplo, uma emissora escolhe um formato *talk and news*, com noticiários, comentários e entrevistas, enquanto outra emissora escolhe o formato música-esporte-notícia (FERRARETTO, 2014). Porém, o autor chama a atenção para que um formato de programação não seja estático. Ele deve estabelecer padrões, mas que dependendo das situações, podem e devem ser quebrados.

O próximo passo descrito é a programação. Segundo o autor, a programação “é o conjunto dos conteúdos veiculados por uma emissora de rádio, sejam estes jornalísticos, de entretenimento, de serviços, publicitários e/ou musicais, produzidos conforme o formato adotado pela emissora” (FERRARETTO, 2014 p. 70).

Ferraretto (2014) diz que no Brasil podem ser encontrados três tipos básicos de programação radiofônica:

a) Programação Linear, com conteúdo homogêneos, que seguem um formato claro e definido [...]; b) Programação em mosaico. Que engloba um conjunto de conteúdos extremamente variados e diferenciados [...]; c) Programação em fluxo, que é estruturada em uma emissão constante em que se torna todo o conjunto como uma espécie de grande programa dividido em faixas bem definidas. (FERRARETTO, 2014 p. 70).

O outro ponto que o autor discute é o conteúdo: “o programa é a forma mais comum de divisão do conteúdo da programação” (FERRARETTO, 2014 p. 72). Conteúdos como comentários, entrevistas, quadros específicos e reportagens são considerados como parte integrante dos programas.

O autor apresenta alguns tipos de programas possíveis, como o caso de *Programa de Participação do ouvinte*, que é baseado na opinião dos ouvintes, instados por um apresentador a debater determinados assuntos relacionados ao cotidiano, como por exemplo o programa *Cidade Ativa* da rádio Ativa - FM de Nova Prata - RS, relatado por Luz (2019). Este programa é apresentado durante as manhãs com duração de 3h30min, e leva ao ar informações gerais, notícias locais e abre espaço para mensagens, depoimentos e sugestões dos ouvintes.

César (2009) e Lopez *et al.* (2019) registram que o regionalismo possui uma presença forte na audiência radiofônica e o locutor “conversa” com o ouvinte, adequando sua voz, agindo como um amigo que fala de forma natural com seus ouvintes. Em consequência disso, a emissora dá um salto na sua popularidade.

Com os passos listados acima já definidos, inicia-se a criação do roteiro. Roteiro é a “cara” final de um programa, planejado e organizado. Nele estão os textos que serão lidos pelos locutores, reportagens, orientações para os técnicos, momento da inserção de vinhetas, músicas, entrevistas, ou seja, tudo o que vai ocorrer no programa deve estar descrito no roteiro (GIRARDI e JACOBUS, 2009).

O rádio, assim como outros veículos de comunicação, passou por adaptações no decorrer dos anos, dado o avanço da tecnologia. Porém, com as mudanças expressivas que ocorreram e diante de novas possibilidades, as emissoras de rádios tentam se adequar também aos novos modelos de linguagem (LOPEZ *et al.*, 2019).

É importante, através da locução, manter a credibilidade e o respeito pela audiência e, para isso, é necessário controlar o meio em que está trabalhando, evitar erros e saber exatamente sobre o que se está falando. É importante saber o que irá falar, conhecer o tema, preparar

esquemas dos pontos a serem abordados, ter segurança na fala, ter vocabulário rico, uma boa dicção das palavras e tranquilidade na locução (GIRARDI e JACOBUS, 2009).

Portanto, para divulgação de Universidades Públicas no meio radiofônico todos os passos supracitados devem ser analisados e observados pelos setores responsáveis pela comunicação de cada instituição. Segundo Brandão (2007) a comunicação pública deve ser tratada de forma estratégica e planejada, criando relacionamentos com o seu público. De acordo com Spiazzi e Battistella (2019) a comunicação nas Universidades Públicas cumpre o papel de divulgar o conhecimento produzido e construir o relacionamento com a sociedade.

Rádios comunitárias, historicamente (PERUZZO, 2004; BAHIA, 2008; COCCO, 2019), surgem em comunidades para criar relações de proximidade e mobilização com a população da localidade em que está inserida. Considerando (CÉSAR, 2009; LOPEZ *et al.*, 2019) que o regionalismo é um aspecto importante para a mobilização das comunidades através das rádios comunitárias, quando há a intenção de divulgar os trabalhos, estudos, cursos e auxílios oferecidos pelas Universidades Públicas, as mesmas devem conhecer o seu público, conhecer as regiões que pretendem comunicar e saber qual linguagem utilizar, qual segmento, formato e programação que mais atrairá os ouvintes. Somente assim, atendendo todos os requisitos, realizará uma comunicação atrativa, criativa e que trará resultados positivo para as universidades. Segundo Weber (2007) a comunicação pública não pode ser apenas determinada a partir da legislação ou estrutura, mas sim, deve ser configurada pela circulação dos temas de interesse público, debatendo e repercutindo esses temas sem o controle direto.

Entende-se assim, que as Universidades Públicas não devem ter por base uma comunicação engessada, baseada somente nas formalidades previstas em leis, mas sim, uma comunicação estratégica e atenta aos interesses e aspectos culturais da região onde está inserida.

### 3 MÉTODO DO TRABALHO

Neste capítulo é detalhada a metodologia de trabalho utilizada para realização da pesquisa. Nos tópicos estão descritos: o tipo de pesquisa; a delimitação; a forma de coleta dos dados; a forma de análise dos dados; as questões éticas da pesquisa; e a limitação do método.

#### 3.1 TIPO DE PESQUISA

A metodologia adotada para a pesquisa é o estudo de caso com pesquisa exploratória, de base qualitativa e quantitativa. Um estudo de caso é usado para investigar um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de mundo real (YIN, 2015).

Já as pesquisas exploratórias “são estudos realizados quando se tem a necessidade de identificar, conhecer, levantar ou descobrir informações sobre um determinado tema que é recente” (DA SILVA *et al.*, 2012 p. 36). Segundo Gil (2017 p. 32) “uma pesquisa exploratória tem como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses”.

Uma pesquisa exploratória pode ser conduzida em duas fases, sendo caracterizada pela coleta de dados qualitativos e quantitativos. Seu propósito é utilizar resultados quantitativos para auxiliar na interpretação de resultados qualitativos (GIL, 2017). Segundo o autor, uma análise qualitativa geralmente utiliza-se da modalidade de entrevista semiestruturada. Já na etapa quantitativa, Gil (2017) descreve que se procede a seleção amostral da população e coletam-se os dados requeridos.

Neste entendimento, **os passos metodológicos** para realização desta pesquisa serão os seguintes:

- 1 - Escolha de uma universidade pública fora do eixo das capitais, para objeto do estudo de caso;
- 2 - Aplicação de questionários nas escolas de ensino médio de quatro cidades que compõem a microrregião de abrangência da cidade universitária da Instituição em estudo;
- 3 - Realização de entrevistas semiestruturadas com os gestores das rádios comunitárias localizadas em quatro municípios da microrregião estudada;
- 4 - Análise dos resultados, mediante Análise Descritiva, Análise Fatorial, Teste-T e ANOVA para os dados quantitativos e Análise de Conteúdo (BARDIN, 1977), para os dados qualitativos;

5 - Desenvolvimento de uma proposta de programa para as rádios comunitárias divulgarem universidades públicas aos ouvintes da região.

Os municípios escolhidos estão baseados na amostragem por conveniência, que é definida por Guimarães (2008) como uma fonte que faz uso de dados que estão mais a seu alcance, como por exemplo, quando o acesso às informações não é tão simples. Os municípios também foram escolhidos por demonstrarem a taxa de ingressantes na UFSM/FW, vindo de municípios próximos ao *campus*, ainda é muito baixa.

### 3.2 SUJEITOS DA PESQUISA

Considerando a Universidade Federal de Santa Maria *campus* Frederico Westphalen (UFSM/FW) como instituição objeto para o estudo de caso e a região de Frederico Westphalen - RS, como espaço geográfico para a aplicação dos questionários e das entrevistas, aciona-se uma amostragem formada pelos municípios de Frederico Westphalen, Taquaruçu do Sul, Erval Seco e Caiçara. Estas cidades atendem aos critérios de: a) distância até Frederico Westphalen b) população e c) número de ingressantes na UFSM/FW nos anos de 2019, 2020 e 2021. De acordo com o Tabela 1 e a Figura 1 é possível visualizar as informações e a localização dos municípios.

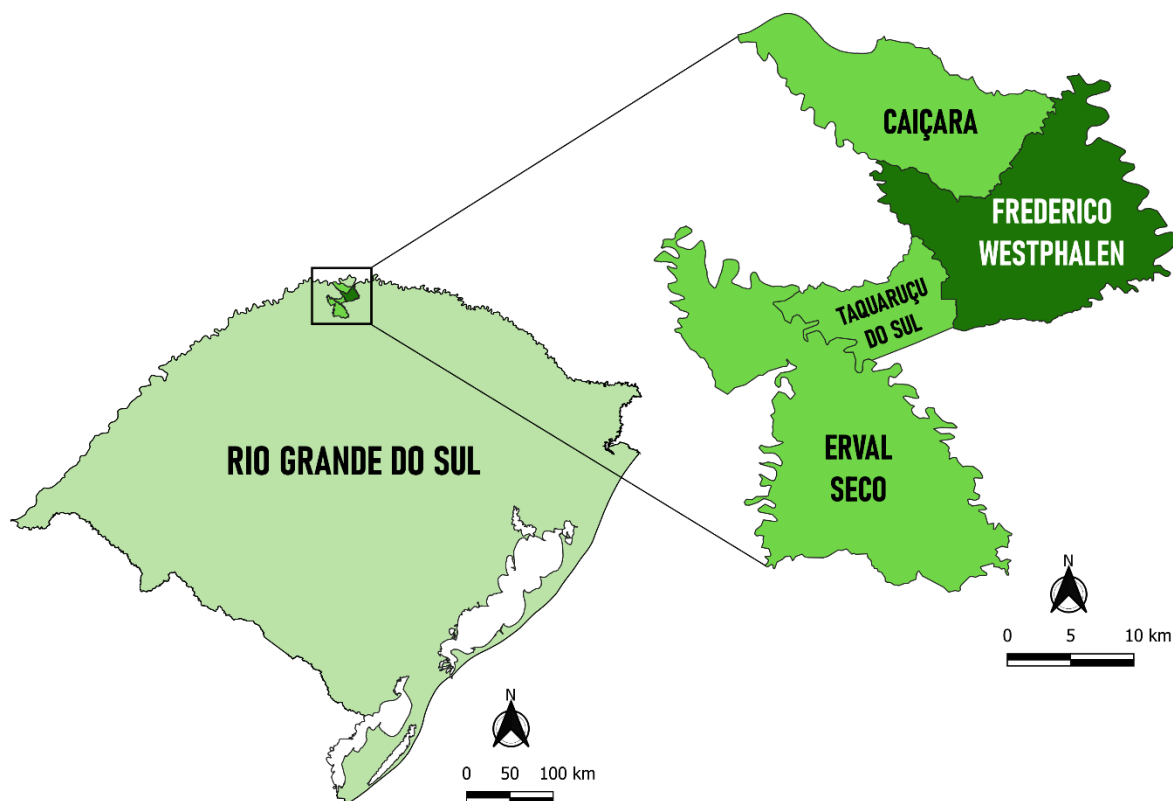
Tabela 1 - Cenário para a realização da pesquisa

	População	Distância de FW	Ingressantes na UFSM/FW em 2019	Ingressantes na UFSM/FW em 2020	Ingressantes na UFSM/FW em 2021	Total de ingressantes na UFSM (2019-2021)
<b>Frederico Westphalen (FW)</b>	31.615	X	101	79	21	<b>201</b>
<b>Taquaruçu do Sul</b>	3.081	14,2 Km	4	1	0	<b>5</b>
<b>Erval Seco</b>	6.697	32,9 Km	2	2	1	<b>5</b>
<b>Caiçara</b>	4.659	10,3 Km	0	2	2	<b>4</b>

Fonte: *Google Maps* (2021) e IBGE (2021)



Figura 1 - Localização dos municípios de abrangência da pesquisa



Fonte: QGIS, 2023.

Em relação às rádios comunitárias selecionadas, as mesmas correspondem aos municípios acima citados. A rádio comunitária do município de Frederico Westphalen chama-se **Comunitária** e utiliza a frequência modulada (FM) 87.9 Mhz. A rádio possui *site*<sup>2</sup>, no qual é possível acompanhar a programação ao vivo, notícias, pedir música, contato e acesso às redes sociais da emissora (COMUNITÁRIA, 2022).

A rádio do município de Taquaruçu do Sul chama-se **Rádio Taquaruçu** e utiliza a frequência modulada 88.9 Mhz. Esta emissora também possui *site*<sup>3</sup> com informações sobre a rádio. Nele é possível ouvir a programação ao vivo, ver notícias, acessar a programação e entrar em contato com a equipe (RADIO TAQUARUÇU, 2023).

A rádio comunitária de Erval Seco chama-se **Nativa FM** e opera na frequência 87.9 Mhz. A emissora possui *site*<sup>4</sup>, no qual é possível consultar a programação da emissora, informações sobre a mesma, agenda, fotos e notícias. Também é possível ouvir a programação

<sup>2</sup> <http://www.comunitaria.com.br/>

<sup>3</sup> <http://www.taquarucufm.com.br/>

<sup>4</sup> <http://ervalseco.com/>

no modo *online*, consultar a equipe da emissora e formas de entrar em contato (RÁDIO NATIVA, 2023). No município de Caiçara, a rádio chama-se **Comunitária Caiçara**, e opera na frequência 87.9 e também possui *site*<sup>5</sup>, podendo ser acessado através dele, a programação, contatos, fotos, vídeos, notícias, bem como ouvir a programação ao vivo (RÁDIO CAIÇARA, 2023).

As **escolas** onde foram aplicados os questionários, considerando a microrregião a ser estudada foram: 1) Escola Estadual de Ensino Médio Cardeal Roncalli (Frederico Westphalen), 2) Escola Estadual de Ensino Médio Olívia de Paula Falcão (Erval Seco), 3) Escola Estadual de Ensino Médio 20 de Setembro (Caiçara) e 4) Escola Estadual de Ensino Básico José Zanatta (Taquaruçu do Sul).

A determinação para aplicação do questionário considera uma escola pública de ensino médio de cada município, observado o método de conveniência (GUIMARÃES, 2008).

O questionário foi aplicado para estudantes do terceiro ano do ensino médio de cada escola, considerando o ambiente familiar de cada aluno com relação a universidades federais e rádios comunitárias. A pesquisa foi realizada somente com alunos do terceiro ano por entender que o próximo passo na educação desses jovens é o ingresso no ensino superior.

Diante do exposto, o universo da pesquisa é de 220 estudantes, conforme checagem *in loco* junto à direção das quatro escolas públicas já sinalizadas e distribuídas nas cidades referenciadas: Escola Estadual de Ensino Médio Cardeal Roncalli (Frederico Westphalen) - 125 alunos, Escola Estadual de Ensino Médio Olívia de Paula Falcão (Erval Seco) - 41 alunos, Escola Estadual de Ensino Médio 20 de Setembro (Caiçara) - 37 alunos e Escola Estadual de Ensino Básico José Zanatta (Taquaruçu do Sul) - 17 alunos.

Portanto, esses dados foram coletados junto às escolas, baseados nas matrículas do início do ano letivo. No período de aplicação dos questionários entre agosto e setembro de 2022, o número de alunos que podiam participar do questionário foi de 171. Esse número diminuiu devido a desistências, transferências e alunos que não estiveram na escola no dia da aplicação. Sendo assim, considerando esses fatos supracitados, alunos menores de idade que não obtiveram a autorização assinada por um responsável legal e alunos que estavam na aula e optaram por não responder, o número de questionários aplicados foi de 128.

---

<sup>5</sup> <https://www.radiocaicara879.webradios.net/>

### 3.3 COLETA DE DADOS

Os questionários foram aplicados nas escolas no mês de agosto de 2022, de forma presencial e coletados no formato impresso, respondido a mão e posteriormente digitalizados para serem analisados. As entrevistas foram realizadas no mês de setembro de 2022, após a aplicação dos questionários. Elas foram realizadas através do aplicativo Whatsapp, pelo motivo do custo de locomoção até os municípios ser elevado.

Quanto aos dados quantitativos, para que uma amostra apresente fidedignidade às características do universo, deve ser composta por um número suficiente de casos. Esse número é dado de acordo com a extensão do universo, nível de confiança estabelecido, erro máximo permitido e percentagem com a qual o fenômeno se verifica (GIL, 2008).

Em um primeiro momento, os dados foram coletados através dos questionários aplicados a uma amostra de 128 alunos, cujo índice de confiabilidade é de 95%, conforme o cálculo amostral baseado em Gil (2008) na fórmula para o cálculo de amostras para populações finitas, quando a população pesquisada não supera 100.000 elementos, o número ideal é acima de 119:

$$n = \frac{\sigma^2 p \cdot q \cdot N}{e^2 (N - 1) + \sigma^2 p \cdot q}$$

no qual:

n = Tamanho da amostra

a<sup>2</sup> = Nível de confiança escolhido, expresso em número de desvios-padrão

p = Percentagem com a qual o fenômeno se verifica

q = Percentagem complementar.

N = Tamanho da população

e<sup>2</sup> = Erro máximo permitido

O questionário foi anônimo, não necessitando a identificação do respondente. O recurso do questionário permitiu conhecer o perfil dos respondentes, cuja intenção é caracterizá-los. Como descrevem Coelho, Souza e Albuquerque (2020) um questionário é um instrumento composto por um conjunto de perguntas padronizadas e pré-definidas, que buscam mensurar atributos ou características relacionadas a pessoas, organizações, processos ou fenômenos. Neste entendimento, o questionário estrutura-se a partir das seguintes dimensões:

- a) Mapeamento - identificação do perfil dos alunos como potenciais ingressantes ao ensino superior público;

- b) Interatividade - identificação dos recursos interativos acionados pelos alunos, bem como o uso da internet. Nesta dimensão buscou-se entender como as rádios comunitárias podem influenciar o público através da plataforma digitais e das redes de relacionamento;
- c) Mobilização - identificação da percepção dos alunos ao meio radiofônico, especialmente as rádios comunitárias. Nesta dimensão, buscou-se compreender como as rádios estão alcançando os alunos potencialmente ingressantes ao ensino superior, bem como, se elas estão levando a esse público informações sobre as Universidades públicas.
- d) Inteligibilidade - identificação dos conteúdos divulgados sobre as universidades públicas e o acesso ao ensino superior. Nesta dimensão, pretendeu-se compreender o grau de conhecimento dos respondentes sobre informações a respeito das instituições públicas.

O questionário possui como base a escala *Likert* de 5 pontos. Esse modelo, desenvolvido por Rensis Likert em 1932 é utilizado para mensurar atitudes no contexto das ciências comportamentais e consiste em tomar um construto e desenvolver um conjunto de afirmações relacionadas a sua definição, na qual os respondentes emitirão seu grau de concordância (JÚNIOR e COSTA, 2014).

A limitação nessa coleta de dados foi a dificuldade em conseguir a autorização dos responsáveis legais dos alunos menores de idade para a realização do questionário. Dificuldade essa representada pelo compromisso dos alunos em levar a autorização para os responsáveis e trazê-la de volta.

Em um segundo momento, pretendeu-se buscar nas rádios comunitárias, mediante entrevista semiestruturada com os gestores e comunicadores os seguintes tópicos: a) tempo que a emissora está no ar; b) conhecimento sobre os funcionários; c) como a emissora começou; d) quantidade de locutores e técnicos que compõe a equipe; e) atuação nas redes sociais; f) estimativa de audiência; g) perfil dos ouvintes; e h) produção de conteúdo sobre ingresso ao ensino superior e às universidades públicas. As entrevistas também não possuem identificação do entrevistado, apenas o cargo que ele ocupa. Sendo assim, foram entrevistados a ocupante do cargo de Comunicadora da Rádio de Taquaruçu do Sul, o Diretor de Jornalismo e Comunicador da Rádio de Frederico Westphalen, o Administrador e Diretor de Comunicação da Rádio de Erval Seco e a Comunicadora e Jornalista da Rádio de Caiçara.

As entrevistas semiestruturadas conciliam um certo grau de comparabilidade entre o depoimento dos participantes e um espaço para a espontaneidade, elas servem-se de um roteiro prévio mas obedecem um fluxo espontâneo de conversa (LEITÃO, 2022).

### 3.4 ANÁLISE DE DADOS

Para a análise dos **dados quantitativos** foi utilizado o *software* SPSS, no qual foram utilizadas as técnicas de análise a) Descritiva, para a criação do perfil dos entrevistados e a descrição das respostas, b) Análise Fatorial, pois ela permite analisar um grande grupo de variáveis definindo conjuntos de variáveis que são fortemente inter-relacionadas, conhecidas como **fatores** (HAIR *et al.*, 2009), c) Teste-T que serve para avaliar a significância estatística da diferença entre duas médias amostrais para uma única variável dependente e d) Teste de Análise de Variância ANOVA, que oferece consideravelmente maior flexibilidade no teste de diferentes grupos (HAIR *et al.*, 2009).

Uma análise Descritiva inclui tudo relacionado com resultados que são projetados para resumir ou descrever os dados de uma amostra (FREUND, 2006). Desta forma, a primeira etapa das análises consiste em análise descritiva das variáveis, com a finalidade de caracterizar e descrever o perfil dos respondentes, bem como, descrever os resultados das demais variáveis em frequências e médias de respostas.

Na próxima etapa de análise utilizou-se a Análise Fatorial Exploratória, que como descreve Hair *et al.* (2009), serve para unir variáveis que são fortemente inter-relacionadas entre si, com a finalidade de criar fatores para serem analisados nas próximas etapas: Teste de análise de variância ANOVA e Teste-T.

Portanto, para verificar se a análise fatorial era apropriada para a amostra, os testes de esfericidade de Barlett e o teste de Kaiser-Meyer-Oklín (KMO) foram aplicados. Segundo Pestana e Gageiro (2003) o teste de Barlett e o KMO são caracterizados como um procedimento que permite identificar a qualidade das correlações entre as variáveis, permitindo ou não, prosseguir com a análise. Sendo assim, nesta abordagem foi utilizado o critério de exclusão por comunalidades, que segundo Hair *et al.* (2009) serve para explicar o nível de variância entre as variáveis e que deve ser considerado valores menores que 0,5 sejam excluídos. Para a estimação da carga fatorial foi utilizado o método dos componentes principais e para a escolha da quantidade de fatores o critério dos autovalores maiores que 1,0 e porcentagem da variância explicada (MALHOTRA, 2011). Para a técnica de rotação dos eixos utilizou-se a técnica varimax. Com o objetivo de verificar a confiabilidade dos fatores gerados na análise fatorial,

utilizou-se o *Alpha* de *Cronbach*. Valores acima de 0,6 (HAIR *et al.*, 2009) indicam consistência dos dados, dessa forma, os que apresentaram *Alpha* de *Cronbach* menor que 0,6 foram excluídos.

Em seguida foi realizada a análise de variância ANOVA por ser a análise de variância de médias para mais de dois grupos. O teste ANOVA foi utilizado para verificar se há diferença significativa de médias entre as respostas de determinados grupos associadas a determinadas variáveis. Para isso, primeiramente verificou-se se todas as variáveis tinham N maior que 30 (HAIR *et al.*, 2009). Em posteriori foi assinalado *Tukey* em variância iguais presumidas e *games-howell* em variâncias iguais não presumidas. Nas opções foram assinaladas as estatísticas descritivas, teste de homogeneidade de variâncias e Welch.

Em seguida foi realizado o Teste-T, também para verificar se havia diferença significativa de médias entre as respostas, porém, entre dois grupos associados a algumas variáveis. Primeiramente verificou-se se todas as variáveis tinham N maior que 30. Após, no teste de Levene foi verificado se a significância é maior que 0,05, comprovando que os resultados são homocedásticos, ou significância menor que 0,05, comprovando que os resultados são heterocedásticos (HAIR *et al.*, 2009).

Para a análise dos dados obtidos através das **entrevistas semiestruturadas**, foi realizada uma análise de conteúdo conforme orienta Bardin (1977). A análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens (BARDIN, 1977). Os procedimentos utilizados, foram baseados na autora Bardin (1977), através dos processos de organização da análise, codificação e categorização.

A organização da análise abrange a etapa de escolha dos documentos, que na nomenclatura da autora, foi *a priori*, os documentos que foram analisados já estavam escolhidos antes da realização da pesquisa (BARDIN, 1977), nesse caso, as entrevistas com gestores e comunicadores das rádios comunitárias. A Figura 2 representa as etapas descritas na análise dos dados:

Figura 2 - Mapa conceitual da Análise dos dados



Fonte: Do autor (2023)

A próxima etapa, que é sugerida pela autora, foi a Constituição de *corpus*. Nesta etapa cabe a representatividade dos dados, que no caso de entrevistas, trata-se do relato de pessoas que ocupam cargos de direção e produção nas rádios comunitárias. Seguindo desta forma, foram tomados os cuidados para respeitar a homogeneidade na constituição do *corpus*, ou seja, manter o mesmo nível de cargo entrevistado entre as rádios comunitárias com o mesmo formato de entrevista.

Foi realizada uma análise indutiva (BARDIN, 1977), ou seja, após a leitura dos dados foi possível caracterizar o público e perceber quais informações sobre as universidades públicas estão ou não chegando aos ouvintes das rádios comunitárias, bem como compreender como fazer para que essas informações mobilizem os alunos da forma ideal.

As pré-categorias de análise dos dados qualitativos estão alinhadas com as dimensões e as variáveis indicadas no instrumento quantitativo. Nesse entendimento, Bardin (1977) orienta ter um recorte para analisar os documentos. Ou seja, possuir um tema que será analisado nas entrevistas. Nesta etapa, os dados foram classificados inicialmente, de acordo com os programas que mais atraem audiência (musical, entrevistas, debates, jornalísticos, *spots*, etc), a faixa etária que mais acompanha os gêneros da programação radiofônica e as ações de engajamento do público. A abordagem qualitativa tem como objetivos: a) identificar o público das rádios comunitárias, considerando a.1) as formas de mobilização da audiência; a.2) a faixa etária da audiência; a.3) formato e tipo de programação.

Mediante os resultados gerados, através das análises estatísticas e de conteúdo, foi criado uma proposta de programa radiofônico para a divulgação das universidades públicas em rádios comunitárias. Ferraretto (2001) diz que sempre que for produzir um texto para rádio deve-se ter em mente que é um texto para ser ouvido e não lido, utilizando a simplicidade da escrita entre o que é culto e o que é coloquial.

César (2009) diz que o rádio faz o uso de uma única linguagem: a sonora. A linguagem sonora está baseada em alguns elementos como músicas, palavras, efeitos sonoros, *spots*, vinhetas e recursos de interação com os ouvintes que são baseados de acordo com estilo do público. Mas para alcançar os objetivos é preciso saber equilibrar, saber o ritmo com que esses elementos devem ser usados, para atrair a atenção dos ouvintes (CÉSAR, 2009; FERRARETTO, 2001 e GIRARDI e JABOCUS, 2009).

Através do cruzamento dos dados quantitativos e qualitativos foi possível saber quais recursos sonoros utilizar, o gênero de programa a ser adotado (entrevista, debate, musical, noticiário) e o público das rádios, para então direcionar o vocabulário correto a eles e outras formas de divulgação que gerem a mobilização das comunidades quanto ao que é realizado em uma universidade pública, bem como, as oportunidades que elas oferecem.



## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta seção serão apresentados os resultados da pesquisa, bem como, será discutido o assunto relacionado com autores que escrevem sobre a temática em questão. Os resultados serão apresentados em dados quantitativos e dados qualitativos.

Os dados quantitativos foram analisados através de Análise Descritiva, Análise Fatorial, Teste-T e Teste ANOVA. Os dados qualitativos apresentados foram baseados na Análise de Conteúdo da autora Bardin (1977).

### 4.1 DADOS QUANTITATIVOS

Os dados apresentados a seguir correspondem aos questionários aplicados nas turmas de terceiros anos do ensino médio das escolas públicas das cidades de Frederico Westphalen, Caiçara, Taquaruçu do Sul e Erval Seco.

#### 4.1.1 Análise Descritiva

Nesta análise os dados são apresentados de acordo com a frequência de respostas e porcentagem válida, bem como, para algumas questões, apresentando a média de respostas.

##### 4.1.1.1 Dimensão Mapeamento

Esta dimensão tem como objetivo apresentar o perfil dos estudantes respondentes, incluindo entre outras variáveis como local onde residem, pessoas que residem na mesma casa, renda média familiar e o interesse dos mesmos em ingressar no ensino superior, como demonstra a Tabela 2.

Tabela 2 - Perfil dos alunos segundo as variáveis: cidade, escola, sexo, idade, pessoas que residem na mesma casa, local da residência, soma aproximada da renda mensal familiar, possui trabalho remunerado, pretende cursar o ensino superior

Variáveis	Alternativas	Frequência	Porcentagem válida
Cidade	Caiçara	23	18,0%
	Erval Seco	32	25,0%
	Frederico Westphalen	58	45,3%
	Taquaruçu do Sul	15	11,7%

Escola	Escola Estadual de Ensino Básico José Zanatta	15	11,7%
	Escola Estadual de Ensino Médio 20 de Setembro	23	18,0%
	Escola Estadual de Ensino Médio Cardeal Roncalli	58	45,3%
	Escola Estadual de Ensino Médio Olívia de Paula Falcão	32	25,0%
Sexo	Feminino	68	54,8%
	Masculino	56	45,2%
Idade	De 16 a 17 anos	48	39,0%
	De 18 a 19 anos	73	59,3%
	Mais de 20 anos	2	1,6%
Pessoas que residem na mesma casa	2 pessoas	15	12,4%
	De 3 a 4 pessoas	86	71,1%
	De 5 a 6 pessoas	19	15,7%
	Mais de 7 pessoas	1	0,8%
Local da Residência	Bairro	46	38,3%
	Centro	31	25,8%
	Interior	43	35,8%
Soma aproximada da Renda Mensal Familiar	De R\$: 1.001,00 até R\$: 3.000,00	30	24,0%
	De R\$: 3.001,00 até R\$: 8.000,00	31	24,8%
	Mais de R\$: 8.000,00	7	5,6%
	Menos de R\$: 1.000,00	4	3,2%
	Não sei ou prefiro não dizer	53	42,4%
Possui Trabalho Remunerado	Não	61	47,7%
	Sim	67	52,3%
Pretende cursar ensino superior	Não, provavelmente	4	3,1%
	Neutro	9	7,0%
	Sim, com certeza	71	55,5%
	Sim, provavelmente	44	34,4%

\*Os percentuais considerados correspondem ao percentual válido de respondentes. Caso algum respondente não tenha respondido, o percentual é automaticamente ajustado ao total

Ao analisar o perfil dos respondentes percebe-se que 45,3% são da cidade de Frederico Westphalen, estudantes da escola Cardeal Roncalli, seguido pela Escola Olívia de Paula Falcão de Erval Seco com 25%, escola 20 de Setembro de Caiçara com 18% e a escola José Zanatta representando 11,7% dos respondentes.

A maioria dos respondentes são do sexo Feminino (54,8%) e possuem a faixa etária de 18 a 19 anos (59,3%). Vale ressaltar que o número de alunos menores de idade (39%) são os que tiveram a assinatura de um responsável legal, permitindo a participação dos mesmos na pesquisa. Apenas 1,6% dos respondentes possuíam mais de 20 anos.

Sobre o local da residência, bem como a quantidade de pessoas que residem na mesma casa, percebe-se que a maioria dos alunos moram em casas com um número de 3 a 4 pessoas (71,1%), seguido de 5 a 6 pessoas (15,7%), 2 pessoas (12,4%) e mais de 7 pessoas (0,8%). É possível perceber que 38,3% dos alunos respondentes residem nos bairros das cidades acima citadas, bem como, 35,8% residem no interior dos municípios e 25,8% no centro das cidades.

Sobre a soma aproximada da renda mensal familiar, 42,4% dos respondentes ou não sabiam, ou preferiram não informar o valor. Já 24,8% responderam que a soma está entre R\$: 3.001,00 até R\$: 5.000,00 reais. Outros 24% marcaram a opção R\$: 1.001,00 até R\$: 3.000,00 reais. Os respondentes cuja soma aproximada da renda familiar é maior que R\$: 8.000,00 são representados por 5,6% e os que têm renda menor que R\$: 1.000,00 são 3,2%. A maioria dos alunos que responderam o questionário possuem um trabalho remunerado (52,3%).

A maioria dos alunos, representados por 55,5% dos respondentes, marcaram a opção “Sim, com certeza” na questão que pede se eles pretendem cursar o ensino superior. Os que responderam “sim, provavelmente” são 34,44%, os que foram neutros na resposta são 7% e os que provavelmente não cursaram o ensino superior são 3,1% dos respondentes.

#### 4.1.1.2 Dimensão Interatividade

A dimensão da interatividade busca compreender o uso da internet por parte dos respondentes, tais como o período que mais usam, com qual finalidade e quais plataformas de relacionamento utilizam. A Tabela 3 ainda mostra quais os períodos do dia os respondentes mais fazem uso da internet.

Tabela 3 - Tempo em que os respondentes fazem uso da internet de acordo com os turnos: manhã, tarde, noite e madrugada

Variáveis		Frequência	Porcentagem válida
Manhã	de 1 a 3 horas	33	27,3%
	de 3 a 4 horas	11	9,1%
	de 5 a 6 horas	1	0,8%
	menos de 1 hora	76	62,8%
Tarde	de 1 a 3 horas	53	43,8%
	de 3 a 4 horas	17	14,0%
	de 4 a 5 horas	8	6,6%
	de 5 a 6 horas	3	2,5%
	menos de 1 hora	40	33,1%
Noite	de 1 a 3 horas	50	39,7%
	de 3 a 4 horas	38	30,2%
	de 4 a 5 horas	12	9,5%
	de 5 a 6 horas	6	4,8%
	menos de 1 hora	20	15,9%
Madrugada	de 1 a 3 horas	7	6,3%
	de 3 a 4 horas	2	1,8%
	de 5 a 6 horas	1	0,9%
	menos de 1 hora	101	91,0%

\*Os percentuais considerados correspondem ao percentual válido de respondentes. Caso algum respondente não tenha respondido, o percentual é automaticamente ajustado ao total

Fonte: Elaborada pelo Autor (2022)

Ao analisar a Tabela 3, percebe-se que durante o turno da manhã a maioria dos alunos passa menos de 1 hora fazendo uso da internet (62,8%), sendo que 27,3% usam a internet de 1 a 3 horas durante a manhã, 9,1% usam de 3 a 4 horas e apenas 0,8% usam mais de 6 horas durante este turno.

No turno da tarde, 43,8% dos respondentes passam de 1 a 3 horas fazendo uso da internet. A segunda maior porcentagem para este turno ficou, com 33,1% e representa os alunos que usam a internet por menos de 1 hora. Já os que fazem uso de 3 a 4 horas são representados

por 14%, os que usam de 4 a 5 horas por 9,5% e os que fazem uso da internet de 5 a 6 horas são 2,5% dos respondentes.

Ao analisar a opção “menos de 1 hora” do turno da noite (15,9%), percebe-se que neste turno os alunos usam mais a internet que nos demais, ou seja, há uma distribuição maior de horários, sendo eles 39,7% que usam de 1 a 3 horas, 30,2% usam de 3 a 4 horas, 9,5% usam de 4 a 5 horas e 4,8% usam de 5 a 6 horas a internet no turno da noite.

No turno da madrugada, a grande maioria acessa a internet por menos de 1 hora, sendo representados por 91% dos respondentes. De 1 a 3 horas são 6,3% que fazem uso, de 3 a 4 horas 1,8%, de 5 a 6 horas somente 0,9% fazem uso da internet.

Na Tabela 4, apresentada a seguir, mostra-se os resultados de quais aparelhos dispositivos os respondentes mais usam para acessar a internet.

Tabela 4 - Dispositivos em que os respondentes mais acessam a internet, sendo eles: celular (*smartphone*) particular, PC particular, *Notebook* ou *tablet* particular e PC Comunitário. Sendo SIM representando que usa esse dispositivo para acessar a internet e NÃO, que não faz uso desse dispositivo para acessar a internet

Variável		Frequência	Porcentagem válida
Celular ( <i>smartphone</i> ) particular	Não	1	0,8%
	Sim	123	99,2%
PC particular	Não	111	89,5%
	Sim	13	10,5%
<i>Notebook</i> ou <i>tablet</i> particular	Não	95	76,6%
	Sim	29	23,4%
PC Comunitário	Não	121	97,6%
	Sim	3	2,4%

\*Os percentuais considerados correspondem ao percentual válido de respondentes. Caso algum respondente não tenha respondido, o percentual é automaticamente ajustado ao total

Fonte: Elaborada pelo Autor (2022)

Percebe-se na Tabela 4, que a grande maioria utiliza o celular para acessar a rede (99,2%) e apenas 0,8% não utiliza esse dispositivo para acessar a internet. *Notebook* ou *tablet* particular estão em segundo lugar com 23,4%, seguido do PC particular com 10,5% e, por fim, o PC comunitário, cujo 2,4% dos alunos respondentes utilizam para acessar a internet.

Para conhecer quais os conteúdos que os respondentes mais acessam na internet é acionada uma escala de frequência, sendo 1 para nunca, 2 raramente, 3 ocasionalmente, 4 frequentemente e 5 muito frequente, conforme mostra a Tabela 5.

Tabela 5 - Conteúdos mais acessados pelos respondentes entre as opções: pesquisa para trabalhos escolares, consultas gerais, notícias e atualidades, curiosidades, entretenimento e trabalho e oportunidades

Variáveis	Média	1 Nunca	2 Raramente	3 Ocasionalmente	4 Frequentemente	5 Muito frequente
Pesquisa para trabalhos escolares	3,59	3,10%	8,70%	29,90%	42,50%	15,70%
Consultas Gerais	3,35	1,60%	23%	27%	34,90%	13,50%
Notícias e Atualidades	3,18	3,20%	25,40%	32,50%	27,80%	11,10%
Curiosidades	3,45	1,60%	16,10%	32,30%	35,50%	14,50%
Entretenimento	4,12	0%	5,60%	18,50%	33,90%	41,90%
Trabalho e Oportunidades	3,12	6,30%	23,80%	31,70%	27,00%	11,10%

\*Os percentuais considerados correspondem ao percentual válido de respondentes. Caso algum respondente não tenha respondido, o percentual é automaticamente ajustado ao total.

Fonte: Elaborada pelo Autor (2022)

Percebe-se, na Tabela 5, que conteúdos para o entretenimento são acessados mais “frequentemente” (33,9%) e “muito frequente” (41,9%) pelos respondentes. De acordo com o cálculo da média (4,12), esse é o conteúdo mais acessado na internet pelos alunos participantes da pesquisa. Já a consulta de informações para trabalhos escolares é “frequentemente” acessada por 42,5% dos respondentes e ocasionalmente por 29,9%, que de acordo com o cálculo, a média (3,59) de respostas fica entre essas duas opções.

Consultas gerais (3,35), Notícias e atualidades (3,18), Curiosidades (3,45) e Trabalhos e oportunidade (3,12), ambos ficaram com a resposta média entre “ocasionalmente” e “frequentemente” acessados.

Após conhecer os conteúdos mais acessados, a Tabela 6 foi desenvolvida para compreender quais as redes que os respondentes mais acessam e fazem uso. Esta tabela está apresentada em uma escala de frequência, sendo 1 para nunca, 2 raramente, 3 ocasionalmente, 4 frequentemente e 5 muito frequente.

Tabela 6 - Aplicativos de redes sociais mais usados pelos respondentes de acordo com as opções: *Whatsapp, Telegram, Snapchat, Twitter, Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, Spotify, Deezer, SoundCloud, LinkedIn*

Variáveis	Média	1 Nunca	2 Raramente	3 Ocasionalmente	4 Frequentemente	5 Muito frequente
<i>Whatsapp</i>	4,61	0,00%	0,80%	7,30%	21,80%	70,20%
<i>Telegram</i>	1,53	66,90%	19%	9%	3,10%	1,60%
<i>Snapchat</i>	1,27	78,70%	18,10%	0,80%	1,60%	0,80%
<i>Twitter</i>	2,22	50,00%	14,30%	11,10%	12,70%	11,90%
<i>Facebook</i>	2,88	17%	27,80%	16,70%	28,60%	10,30%
<i>Instagram</i>	4,25	6%	3,10%	4,70%	29,90%	55,90%
<i>TikTok</i>	3,47	19%	11,10%	11,90%	19,00%	38,90%
<i>Youtube</i>	3,62	3%	12,70%	23,00%	40,50%	20,60%
<i>Spotify</i>	2,7	36%	12,60%	14,20%	14,20%	22,80%
<i>Deezer</i>	1,14	94%	2,40%	1,60%	0,80%	1,60%
<i>SounCloud</i>	1,14	93%	3,20%	1,60%	1,60%	0,80%
<i>Linkedin</i>	1,17	89,80%	5,50%	3,10%	0,80%	0,80%

\*Os percentuais considerados correspondem ao percentual válido de respondentes. Caso algum respondente não tenha respondido, o percentual é automaticamente ajustado ao total.

Fonte: Elaborada pelo Autor (2022)

Pode-se perceber que o aplicativo *Whatsapp* é a rede social mais utilizada pelos respondentes, tendo um total de 70,2% que assinalaram a resposta “muito frequente”, quando perguntados sobre o uso dessa plataforma. Ficando a média de respostas entre “frequentemente” e “muito frequente”.

Outra plataforma de rede social que a maioria dos respondentes fazem uso, é o *Instagram*, no qual, 55,9% responderam que usam com muita frequência e 29,9% com frequência esse aplicativo.

Aplicativos semelhantes ao *Whatsapp* e ao *Instagram*, como o *Telegram* (1,53), *Snapchat* (1,27), *Twitter* (2,22) e *Facebook* (2,88) apresentaram uma média de respostas que ficaram entre “nunca”, “raramente” e “ocasionalmente” sobre o uso dessas redes sociais pelos alunos respondentes. Já o *TikTok*, apresenta uma média de respostas de 3,47, ou seja, o cálculo diz que as respostas em média para o uso dessa social ficaram entre “ocasionalmente” e “frequentemente”.

Aplicativos de áudio como o *Deezer* (94%) e o *SoundCloud* (93%), a grande maioria respondeu que nunca faz uso dessas plataformas. Já o *Spotify*, que também é um aplicativo de música e *podcast*, apresentou uma média de 2,7 nas respostas, ou seja, os respondentes “raramente” e “ocasionalmente” fazem uso dessa plataforma.

O *Youtube*, plataforma de vídeos, apresenta uma média de respostas de 3,62, apontando que os alunos fazem o uso “ocasionalmente” e “frequentemente” dessa plataforma de rede social. Sobre o *Linkedin*, rede social focada em negócios e empregos, a pesquisa indica que a grande maioria (89,90%) não faz uso dessa plataforma.

#### 4.1.1.3 Dimensão Mobilização

Nesta dimensão buscou-se conhecer quais contatos os respondentes têm com as rádios comunitárias dos seus municípios. Pretende também, fazer um levantamento sobre o quanto as famílias dos respondentes ouvem a rádio comunitária e em quais períodos ocorre. Neste enquadramento, a Tabela 7 apresenta os dados sobre o conhecimento e o gosto que os respondentes têm sobre as rádios comunitárias.

Tabela 7 - Tabela sobre rádio comunitária de acordo com as variáveis: Você já ouviu falar em rádio comunitária? Você ouve rádio comunitária? Gosta de ouvir rádio comunitária? Faixa etária das pessoas que MAIS ouvem rádio na sua casa.

Variável	Frequência	Porcentagem válida
Você já ouviu falar em rádio comunitária?	Não	5 3,9%
	Não sei responder	4 3,1%
	Sim	119 93,0%
Você ouve rádio comunitária?	Já ouvi, mas não ouço mais	25 20,0%
	Não	38 30,4%
	Sim, diariamente	24 19,2%
	Sim, ocasionalmente	38 30,4%
Gosta de ouvir rádio comunitária?	Não	36 28,1%
	Não sei responder	36 28,1%
	Sim	56 43,8%
De 17 a 25 anos	8	6,5%



Faixa etária das pessoas que mais ouvem rádio na sua casa	De 26 a 35 anos	5	4,1%
	Mais de 35 anos	110	89,4%

\*Os percentuais considerados correspondem ao percentual válido de respondentes. Caso algum respondente não tenha respondido, o percentual é automaticamente ajustado ao total.

Fonte: Elaborada pelo Autor (2022)

A grande maioria dos respondentes (93%), já ouviu falar em rádio comunitária, sendo que destes, 19,2% ouvem rádio comunitária diariamente, bem como 30,4% ouvem ocasionalmente. Respondentes que ouviam rádio comunitária, mas não ouvem mais são 20%. Já os que não ouvem rádio comunitária representam 30,4%.

Os alunos respondentes que gostam de ouvir rádio comunitária são 43,8%, já os que não gostam de ouvir e os que não souberam responder são representados pela mesma porcentagem de 28,1%.

Em relação à faixa etária que mais ouve rádio na casa dos respondentes, a maioria está acima dos 35 anos (89,4%). Esse dado é semelhante ao obtido na entrevista qualitativa realizada com os gestores e comunicadores das rádios comunitárias (Figura 3, p.80). Dos 17 aos 25 anos são 6,5% e dos 26 aos 35 são 4,1% dos que assinalaram essa faixa etária.

A Tabela 8, que segue abaixo, demonstra quais programas de rádio os respondentes mais se identificam e gostam de ouvir durante uma programação radiofônica.

Tabela 8 - Programas de rádio preferido dos respondentes de acordo com: Musical, Noticiário, Entrevistas e Debates. A resposta é de múltipla escolha.

Variáveis		Frequência	Porcentagem válida
Musical	não	32	26,4%
	sim	89	73,6%
Noticiário	não	85	69,7%
	sim	37	30,3%
Entrevistas	não	120	98,4%
	sim	2	1,6%
Debates	não	113	92,6%
	sim	9	7,4%

\*Os percentuais considerados correspondem ao percentual válido de respondentes. Caso algum respondente não tenha respondido, o percentual é automaticamente ajustado ao total.

Fonte: Elaborada pelo Autor (2022)

A Tabela 8 corresponde à questão sobre quais estilos de programação os respondentes preferem, nesta pergunta foi possível escolher mais de uma opção. Sendo assim, percebe-se que a maioria (73,6%) marcou que prefere o estilo (segmento) musical e apenas 26,4% não marcou a opção “musical” como o preferido. Já para programas de notícias, 30,3% marcaram que preferem esse estilo de programação e 69,7% não o escolheram. Programas de entrevistas (1,6%) e Debates (7,4%) foram pouco assinalados entre os respondentes.

Para conhecer em quais turnos os respondentes e suas famílias mais ouvem rádio, bem como se ouvem a rádio comunitária do município em que residem e se há conversas em casa sobre os assuntos e temas apresentados pelas rádios comunitárias, a Tabela 9 apresenta esses dados em uma escala de frequência, sendo 1 para nunca, 2 raramente, 3 ocasionalmente, 4 frequentemente e 5 muito frequente.

Tabela 9 – Tabela sobre o turno que o respondente e a família ouvem rádio, bem como o quanto dialogam sobre assuntos que passaram na rádio, de acordo com as variáveis: Você ouve Rádio no turno da manhã, Você ouve Rádio no turno da tarde, Você ouve Rádio no turno da noite, sua família ouve Rádio no turno da manhã, sua família ouve Rádio no turno da tarde, sua família ouve Rádio no turno da noite, sua família ouve a Rádio Comunitária da sua cidade e Sua família conversa assuntos que ouviram na Rádio Comunitária

Variáveis	Média	1 Nunca	2 Raramente	3 Ocasionalmente	4 Frequentemente	5 Muito Frequente
Você ouve Rádio no turno da manhã	1,84	59,80%	17,30%	7,10%	10,20%	5,50%
Você ouve Rádio no turno da tarde	1,9	54,30%	22%	8%	10,20%	5,50%
Você ouve rádio no turno da noite	1,59	64,60%	20,50%	9,40%	2,40%	3,10%
Sua família ouve rádio no turno da manhã	3,15	20,00%	18,40%	14,40%	20,00%	27,20%
Sua família ouve rádio no turno da tarde	2,64	25%	29,60%	15,20%	17,60%	12,80%
Sua família ouve rádio no turno da noite	1,92	49,60%	26,00%	11,80%	7,10%	5,50%
Sua família ouve a rádio	3,14	17,30%	19,70%	15,00%	26,80%	21,30%

comunitária da sua cidade						
Sua família conversa assuntos que ouviram na rádio comunitária	2,76	23,60%	22,80%	22,00%	16,50%	15,00%

\*Os percentuais considerados correspondem ao percentual válido de respondentes. Caso algum respondente não tenha respondido, o percentual é automaticamente ajustado ao total.

Fonte: Elaborada pelo Autor (2022)

Pode-se notar, na tabela, que o turno em que as famílias dos respondentes ouvem rádio com frequência é o da manhã, possuindo uma média de respostas de 3,15, ou seja, entre “ocasionalmente” e “frequentemente”. Portanto, as demais opções também possuíram uma porcentagem semelhante nas respostas para esse turno, sendo 27,2% para “muito frequente”, 20% para “frequente”, 20% para “nunca”, 18,4% para “raramente” e 14,40% “ocasionalmente”.

Dando sequência nos dados levantados para essa dimensão, buscou-se analisar a importância que as rádios comunitárias possuem na visão dos respondentes. Sendo assim, os dados apresentados na Tabela 10 estão em uma escala de importância, na qual a média calculada corresponde de 1 não é importante, 2 pouco importante, 3 moderado, 4 importante até 5 muito importante.

Tabela 10 – Tabela sobre a importância das rádios comunitárias, de acordo com as variáveis: Considero rádios comunitárias importantes, considero a divulgação das Universidades Federais nas Rádios comunitárias importantes, considero importante ouvir rádios comunitárias e considero importante rádios comunitárias estarem inseridas na internet

Variáveis	Média	1 Não é importante	2 Pouco Importante	3 Moderado	4 Importante	5 Muito Importante
Considero rádios comunitárias importantes	3,74	1,60%	5,50%	24,20%	54,70%	14,10%
Considero a divulgação das Universidades Federais nas rádios comunitárias importantes	4,02	0,80%	5%	16,40%	47,70%	30,50%
Considero importante rádios comunitárias conhecerem o perfil dos seus ouvintes	3,72	3,90%	7,10%	22,80%	44,90%	21,30%
Considero importante	3,43	3,90%	13,40%	30,70%	39,40%	12,60%

ouvir rádios comunitárias						
Considero importante rádios comunitárias estarem inseridas na internet	4	0,80%	7,90%	14,20%	45,70%	31,50%

\*Os percentuais considerados correspondem ao percentual válido de respondentes. Caso algum respondente não tenha respondido, o percentual é automaticamente ajustado ao total.

Fonte: Elaborada pelo Autor (2022)

De acordo com a Tabela 10, nota-se que a maioria dos alunos respondentes (54,70%) consideram importante as rádios comunitárias, gerando uma média de respostas de 3,7, aferindo-se que as respostas médias ficaram entre “Moderado” e “Importante”.

Quanto à divulgação das Universidades Federais nas rádios comunitárias, 47,70% dos respondentes consideram importante e 30,50%, consideram “muito importante”, tendo uma média de respostas (4,02) entre essas duas opções (“importante” e “muito importante”).

Sobre considerarem importante as rádios comunitárias conhecerem o perfil dos seus ouvintes, 44,90% dos respondentes assinalaram que é “importante” essa colocação. Os que consideram “moderado” são 22,80% e os que consideram “muito importante” são 21,30%. Sendo assim, a média de respostas (3,72) ficou entre “Moderado” e “Importante”.

Percebe-se que sobre considerar importante ouvir rádio comunitária, 39,40% dos respondentes assinalaram que é “importante” e 30,70% que é “moderado” a importância de ouvi-las. A média das respostas para essa opção ficou em 3,43, ou seja, entre as opções “moderado” e “importante”.

Quanto à importância de as rádios comunitárias estarem inseridas na internet, a média de respostas foi 4, ou seja, ficando na afirmação “Importante”, no qual, essa opção obteve 45,70% das respostas, bem como a opção “muito importante” obteve 31,50% das respostas.

#### 4.1.1.4 Dimensão Inteligibilidade

Nesta dimensão o objetivo é compreender o conhecimento que os estudantes respondentes possuem sobre as Universidades Públicas, bem como o conhecimento sobre a Universidade Federal de Santa Maria *campus* Frederico Westphalen.

A Tabela 11 apresenta o conhecimento que os respondentes possuem sobre as Universidades Públicas.

Tabela 11 - - Tabela de conhecimento sobre as Universidades Públicas, de acordo com as variáveis: Conheço o funcionamento das universidades públicas, Conheço os cursos oferecidos em universidades públicas, , Conheço as formas de ingresso nas universidades públicas, Conheço os programas de assistência estudantil nas universidades públicas e Conheço as atividades realizadas nas universidades públicas.

Variáveis	Média	1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Neutro ou não sei responder	4 Concordo	5 Concordo totalmente
Conheço o funcionamento das universidades públicas	3,29	4,70%	10,20%	42,20%	36,70%	6,30%
Conheço os cursos oferecidos em universidades públicas	3,67	2,40%	7,90%	19,70%	59,80%	10,20%
Conheço as formas de ingresso nas universidades públicas	3,49	1,60%	14,30%	30,20%	41,30%	12,70%
Conheço a infraestrutura das universidades públicas	3,01	4,80%	24,60%	41,30%	23,00%	6,30%
Conheço os programas de assistência estudantil nas universidades públicas	3,01	5,50%	22,00%	41,70%	26,80%	3,90%
Conheço as atividades realizadas nas universidades públicas	3,14	6,30%	15,70%	39,40%	33,90%	4,70%

\*Os percentuais considerados correspondem ao percentual válido de respondentes. Caso algum respondente não tenha respondido, o percentual é automaticamente ajustado ao total.

Fonte: Elaborada pelo Autor (2022)

De acordo com a Tabela 11, percebe-se o conhecimento que os respondentes possuem sobre alguns fatores relacionados às Universidades Públicas, como por exemplo, o conhecimento sobre o seu funcionamento: 36,70% dos respondentes assinalaram a opção “concordo”, ou seja, estão concordando com a afirmação que eles conhecem o funcionamento das Universidades Públicas. A média de respostas para essa afirmação é de 3,29, ficando entre a opção “neutro ou não sei responder” (42,20%) e “concordo” (36,70%).

Quanto ao conhecimento dos alunos respondentes sobre o conhecimento de cursos oferecidos nas Universidades Públicas, a maioria (59,80%) respondeu que conhecem e 10,20% responderam que concordam totalmente com a afirmação de que conhecem os cursos. Neutros ou não sabiam responder a essa afirmação somam 19,70% dos respondentes.

Sobre conhecer as formas de ingressar nas Universidades Públicas, 41,30% concordam que as conhecem e 12,70% concordam totalmente com a afirmação. Porém, a média de

respostas para essa afirmação foi de 3,49, ou seja, ficando entre “neutro ou não sei responder” e “concordo”.

Referente às afirmações “conheço a infraestrutura das universidades públicas” e “conheço os programas de assistência estudantil nas universidades públicas”, a média de respostas de ambas foi de 3,01, ou seja, ficando próximas da opção “neutro ou não sei responder”.

Os que concordam com a afirmação de conhecer a infraestrutura das universidades públicas foram 23% e os que concordam totalmente foram 6,30%. Porém, o número de respondentes que discordam da afirmação foram 24,60% e os que discordam totalmente foram 4,80%. Semelhante a esses números, a afirmação sobre conhecer os programas de assistência estudantil das universidades públicas, 26,80% concordam com ela e 3,90% concordam totalmente, já os que discordam (não conhecem) são 22% e os que discordam totalmente são 5,50%

A média de respostas para a afirmação sobre conhecer as atividades realizadas nas universidades públicas ficou em 3,14, da mesma forma como as duas anteriores, as respostas próximas da opção “neutro ou não sei responder”. Nesta tabela chamou a atenção para as médias, visto que todas ficaram próximas a 3, ou seja, na opção “neutro ou não sei responder”.

A Tabela 12, apresentada a seguir, demonstra o conhecimento que os respondentes possuem sobre a UFSM *campus* Frederico Westphalen.

Tabela 12 – Tabela de conhecimento sobre a Universidades Federal de Santa Maria *campus* Frederico Westphalen/RS, de acordo com as variáveis: Conheço o *Campus* da UFSM/FW, Conheço os cursos oferecidos pela UFSM/FW, Conheço os projetos de pesquisa realizados pela UFSM/FW, Conheço algum Servidor (professor/técnico) da UFSM/FW, Conheço ações realizada pela UFSM/FW na comunidade e Conheço profissionais formados pela UFSM/FW

Variáveis	Média	1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Neutro ou não sei responder	4 Concordo	5 Concordo totalmente
Conheço o <i>Campus</i> da UFSM/FW	3,11	15,10%	23,00%	12,70%	33,30%	15,90%
Conheço os cursos oferecidos pela UFSM/FW	3,67	4,80%	8,90%	17,70%	50,80%	17,70%
Conheço os projetos de pesquisa realizados pela UFSM/FW	2,85	8,10%	23,60%	48,00%	15,40%	4,90%
Conheço algum Servidor (professor/técnico) da UFSM/FW	3,06	15,20%	19,20%	22,40%	30,40%	12,80%

Conheço ações realizada pela UFSM/FW na comunidade	2,88	9,60%	26,40%	36,00%	21,60%	6,40%
Conheço profissionais formados pela UFSM/FW]	3,39	9,60%	13,60%	20,80%	40,00%	16,00%

\*Os percentuais considerados correspondem ao percentual válido de respondentes. Caso algum respondente não tenha respondido, o percentual é automaticamente ajustado ao total.

Fonte: Elaborada pelo Autor (2022)

Percebe-se, na Tabela 12, que 33,30% dos respondentes concordam com a afirmação que conhecem o *campus* da UFSM/FW e 15,90% concordam totalmente com essa afirmação. Portanto, a média de respostas foi de 3,11, entre “neutro ou não sei responder” e “concordo”. Chama atenção a porcentagem de respondentes que discordam totalmente e discordam da afirmação, ou seja, de alunos respondentes que não conhecem o *campus* da UFSM/FW.

Quanto ao conhecimento dos cursos oferecidos pela UFSM/FW, a maioria (50,80%) concorda com a afirmação que conhecem e 17,70% concordam totalmente, porém a média é de 3,67, ficando entre as opções de “neutro ou não sei responder” (17,70%) e “concordo” (50,80%).

Já na afirmação “conheço os projetos de pesquisa realizados pela UFSM/FW” a média de respostas foi de 2,85, entre as opções de “discordo” (23,60%) com a afirmação e “neutro ou não sei responder” (48%), com destaque para a última que representa 48% dos respondentes.

Sobre conhecer algum servidor da UFSM/FW, entre técnicos e professores, a média de respostas foi de 3,06, entre “neutro ou não sei responder” e “concordo”. Ou seja, 22,40% estão neutros ou não sabem responder a essa afirmação e 30,40% concordam com ela.

Quanto às ações realizadas pela UFSM/FW na comunidade, 36% foram neutros ou não sabiam responder, 26,40% discordam da afirmação que conhecem, 21,60% concordam com ela, 6,40% concordam totalmente e 9,60% discordam totalmente.

Sobre conhecer profissionais formados pelo *campus* de Frederico Westphalen da UFSM, também teve uma média (3,39) que ficou entre “neutro ou não sei responder” e “concordo. Porém, os que concordam com a afirmação são 40% dos respondentes e os que concordam totalmente com a afirmação que conhecem profissionais formados pela UFSM/FW são 16%. Os que não conhecem são 13,60% que marcaram discordo e 9,60% que marcaram discordo totalmente.

#### 4.1.2 Análise Fatorial

A análise fatorial é a segunda fase no tratamento dos dados obtidos com a pesquisa quantitativa. Para verificar se a amostra está apropriada, foram aplicados os testes de esfericidade de Barlett e o teste de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), verificando se o KMO é superior a 0,5 que, conforme Hair *et al.* (2009) são os valores aceitáveis. Para a escolha das variáveis que permaneceram na análise utilizou-se o critério da comunalidade, excluindo as variáveis com valores de comunalidade menores que 0,5 (HAIR, *et al.*, 2009). A exclusão ocorre uma por vez, segundo a ordem da menor para a maior. Para a estimativa da carga fatorial foi utilizado o método dos componentes principais e para a escolha da quantidade de fatores o critério dos autovalores maiores que 1,0 e porcentagem da variância explicada (MALHOTRA, 2011). Para a técnica de rotação dos eixos utilizou-se a técnica varimax. Com o objetivo de verificar a confiabilidade dos fatores gerados na análise fatorial, utilizou-se o *Alpha* de Cronbach. Valores acima de 0,6 (HAIR *et al.*, 2009) indicam consistência dos dados, dessa forma, os que apresentaram *Alpha* de Cronbach menor que 0,6 foram excluídos.

Para que o parâmetro da comunalidade superior a 0,5 fosse atendido, foi retirada a seguinte variável: “Conheço o *campus* da UFSM/FW” (comunalidade 0,468). A medida KMO apresentou o valor de 0,839 e o teste de esfericidade de Barlett assumiu o valor de 796,191 com nível de significância 0,000. Os resultados demonstraram a fatorabilidade dos dados. A análise de porcentagem de variância mostrou que o instrumento compreende seis fatores, que explicam 72,05% da variância acumulada, todos com autovalores maiores do que 1.

Tabela 13 – Fatores das Universidades Públicas: Conhecimento sobre as Universidades Públicas, Conhecimento sobre Universidades Federal de Santa Maria *Campus* Frederico Westphalen (UFSM/FW) e Conhecimento sobre os cursos oferecidos

Questões	Carga	Variância	<i>Alpha</i> de Conbrach
<b>Fator 1</b> Conhecimento sobre as Universidades Públicas			
Conheço a infraestrutura das Universidades Públicas	0,835	28,35%	0,864
Conheço programas de assistência estudantil nas universidades federais	0,831		
Conheço as atividades realizadas nas Universidades Federais	0,755		
Conheço as formas de ingresso nas Universidades Públicas	0,683		
Conheço o funcionamento das Universidades Públicas	0,670		
<b>Fator 2</b> Conhecimento sobre a Universidades Federal de Santa Maria <i>Campus</i> Frederico Westphalen (UFSM/FW)			



Conheço ações realizadas pela UFSM FW na comunidade	0,834	24,11%	0,814
Conheço algum servidor (professor/técnico) da UFSM FW	0,816		
Conheço os projetos de pesquisa realizados pela UFSM FW	0,687		
Conheço profissionais formados pela UFSM FW	0,649		
<b>Fator 3</b> Conhecimento sobre os cursos oferecidos			
Conheço os cursos oferecidos pelas Universidades Federais	0,903	19,59%	0,962
Cursos da UFSM FW	0,898		

Fonte: Elaborada pelo autor (2022)

Destaca-se que todos os fatores apresentam cargas fatoriais satisfatórias, confirmadas por Hair *et al.* (2009) considerando que as cargas fatoriais superiores a 0,30 são significativas, mantendo-se assim, todas as variáveis do estudo.

O construto foi dividido em 3 fatores sobre as Universidades Públicas, sendo eles: Fator 1 Conhecimento sobre as Universidades Públicas (*Alpha* de *Cronbach* 0,864); Fator 2 Conhecimento sobre a Universidade Federal de Santa Maria *Campus* Frederico Westphalen (*Alpha* de *Cronbach* 0,814); e Fator 3 Conhecimento sobre os cursos oferecidos (*Alpha* de *Cronbach* 0,962).

O Fator 1 Conhecimento sobre as Universidades Públicas possui o melhor nível de percepção para o caso analisado (28,35%) e correspondente às variáveis: Conheço ações realizadas pela UFSM FW na comunidade; Conheço programas de assistência estudantil nas universidades federais; Conheço as atividades realizadas nas Universidades Federais; Conheço as formas de ingresso nas Universidades Públicas; e Conheço o funcionamento das Universidades Públicas.

Como foi possível perceber na Tabela 11 da página 60, a média de resposta para as perguntas que compõem esse fator, foi de 3, ou seja, “neutro ou não sei responder”. Sendo e de acordo com o trabalho realizado por Spiazzi (2018), quando a autora investigou processos de comunicação em Instituições Federais de Ensino Superior (IFES) brasileiros, a autora constatou um número bem abaixo do esperado de IFES que fazem uso de processos de comunicação mapeados relacionados à atualização de site, mídias sociais, produção de peças gráficas, gestão de marca, TV, rádio, assessoria de imprensa e produção de conteúdo em geral. De acordo com a metodologia utilizada pela autora, processos: “é uma ordenação específica das atividades de trabalho no tempo e no espaço, com um começo, um fim, *inputs* e *outputs* claramente identificados: uma estruturação para a ação” (DAVENPORT, 1994, p. 7).

O Fator 2 Conhecimento sobre a Universidades Federal de Santa Maria *Campus* Frederico Westphalen (UFSM/FW) apresentou uma variância de 24,11%, correspondentes às variáveis: Conheço ações realizadas pela UFSM FW na comunidade; Conheço algum servidor (professor/técnico) da UFSM FW; Conheço os projetos de pesquisa realizados pela UFSM FW; e Conheço profissionais formados pela UFSM FW.

O Fator 3 Conhecimento sobre os cursos oferecidos apresentou uma variância de 19,59%, correspondentes às variáveis: Conheço os cursos oferecidos pelas Universidades Federais; e Conheço os cursos oferecidos pela UFSM FW.

Uma Instituição Pública com a dimensão da UFSM com sua grande comunidade acadêmica entre estudantes, docentes, servidores técnicos administrativos em educação distribuídos em seus quatro *campi* (Santa Maria, Frederico Westphalen, Palmeira das Missões e Cachoeira do Sul), possui uma produção de conteúdo diária e incontáveis pontos de contatos com o seu público (SPIAZZI E BATTISTELLA, 2019). Porém, conforme as autoras apresentaram, a UFSM possui dificuldade em atender todas as unidades e públicos.

A UFSM em Frederico Westphalen conta o projeto de extensão SEJA UFSM/FW (UFSM, 2022), que em 2022 visitou mais de 34 escolas em mais de 20 municípios do Rio Grande do Sul e Santa Catarina. Segundo o *Site* da UFSM, mais de 2.500 alunos de ensino médio foram alcançados.

O projeto SEJA foi criado em 2018, porém ocorreu uma pausa ao final do mesmo ano. Em 2022 o projeto retornou com suas atividades e, além das visitas às escolas, realizou o evento “Sou UFSM. Seja você também”. O evento foi fechado para as escolas de ensino médio, e possibilitou aos estudantes conhecer presencialmente as estruturas do *Campus*, os cursos de graduação, projetos de ensino, pesquisa e extensão da UFSM/FW, a fim de que eles possam vivenciar e ter experiências no *Campus*, além de auxiliá-los na escolha da profissão (UFSM, 2022; UFSM, 2022a). O evento ocorreu após a aplicação do instrumento de pesquisa entre os alunos do ensino médio.

Em seguida, com a finalidade de analisar os três fatores obtidos, foi realizada uma análise descritiva dos fatores. Para essa análise contou-se cada fator como a média de respostas de cada respondente, em relação às questões que compõem o fator. Os dados obtidos estão apresentados na Tabela 14.

Tabela 14 - Estatística descritiva (média) dos fatores sobre Universidades Públicas

Fatores	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
Conhecimento sobre as Universidades Públicas	1,00	5,00	3,20	0,76553
Conhecimento sobre a Universidade Federal de Santa Maria <i>Campus</i> Frederico Westphalen	1,00	5,00	3,05	0,89938
Conhecimento sobre os cursos oferecidos	1,00	5,00	3,70	0,96659

Fonte: Elaborada pelo autor (2022)

Considerando as escalas das afirmações sobre o conhecimento das Universidades Públicas e da UFSM/FW podem variar de 1 (discordo totalmente), 2 (discordo), 3 (neutro ou não sei responder), 4 (concordo) até 5 (concordo totalmente), sendo assim, notou-se que a média de respostas para as afirmações dos Fatores 1 (conhecimento sobre as Universidades Públicas) e 2 (Conhecimento sobre a Universidade Federal de Santa Maria *Campus* Frederico Westphalen) ficaram entre neutro ou não sei responder e concordo, sendo que, de acordo com as casas decimais após a vírgula, mais próximas do Neutro ou não sei responder, ou seja, os respondentes são sabem informar de conhecem ou não.

O fator 3 (Conhecimento sobre os cursos oferecidos) também apresentou uma média (3,70) de respostas às afirmações que o compõem entre Neutro ou não sei responder e concordo, porém, de acordo com as casas decimais após a vírgula, nota-se que fica mais próxima da opção concordo.

Conclui-se, que os conhecimentos sobre as Universidades Públicas, bem como a UFSM/FW, precisam ser melhorados. São necessárias iniciativas de divulgação que abranjam informações como as relatadas na pesquisa, para que possíveis ingressantes do ensino superior as conheçam e saibam que possam cursar uma Universidades Pública próxima a eles.

#### 4.1.2.1 Fatorial Uso Da Internet

A medida KMO apresentou o valor de 0,687 e o teste de esfericidade de Barlett assumiu o valor de 345,755 com nível de significância 0,000. Os resultados demonstraram a fatorabilidade dos dados. A análise de porcentagem de variância mostrou que o instrumento compreende seis fatores, que explicam 64,12% da variância acumulada, todos com autovalores maiores do que 1.

Para que o parâmetro da comunalidade superior a 0,5 fosse atendido, as seguintes variáveis foram retiradas: Acesso ao *Youtube* (comunalidade 0,369); Acesso ao *Telegram* (comunalidade 0,410); e Acesso ao *Snapchat* (comunalidade 0,470). Sendo assim, a seguinte tabela foi gerada:

Tabela 15 - Tabela fatorial sobre uso da internet

Questões	Carga	Variância	Alpha de Cronbach
<b>Fator 1 Entretenimento e Redes sociais</b>			
Acesso <i>Tiktok</i>	0,807	15,46%	0,681
Acesso <i>Instagram</i>	0,806		
Acesso <i>Whatsapp</i>	0,588		
Entretenimento	0,476		

Fonte: Elaborada pelo autor (2022)

O construto foi dividido em 5 fatores: Fator 1 Entretenimento e Redes Sociais (*Alpha* de *Cronbach* 0,681); Fator 2 com as variáveis Notícias e atualidades e Curiosidades apresentou o *Alpha* de *Cronbach* não superior a 0,6 (*Alpha* apresentado de 0,600) e, segundo Hair *et al.* (2009), para apresentar confiabilidade dos dados, o *Alpha* de *Cronbach* deve ser superior a 0,6. Sendo assim, o fator foi removido.

O Fator 3 com as variáveis Acesso ao *Facebook*, Acesso ao *Twitter* e Acesso ao *Spotify* apresentou o *Alpha* de *Cronbach* de -0,071. O valor é negativo porque apresentou uma covariância média negativa entre itens e assim, segundo o relatório gerado pelo *Software* SPSS, violando as suposições do modelo de confiabilidades. O fator também foi removido.

O Fator 4 com as variáveis Pesquisa e trabalhos escolares, Trabalho e oportunidades e Consultas Gerais apresentou o *Alpha* de *Cronbach* de 0,550, não ficando superior que 0,6, cujo Hair *et al.* (2009) classifica como confiável, fazendo com que o fator também fosse excluído.

O Fator 5 com as variáveis Acesso ao *SoundCloud* e Acesso ao *LinkedIn* também precisou ser excluído, pois apresentou o *Alpha* de *Cronbach* de 0,481.

O fator que permaneceu, apresentou o *Alpha* de *Cronbach* de 0,681 e explica o total de 15,46% da variância dos dados.

Em seguida foi realizada uma análise descritiva da fatorial para calcular a média de respostas das variáveis que compõem o Fator 1 (Tabela 16).

Tabela 16 - Estatística descritiva (média) sobre o Fator Entretenimento e Redes Sociais

Fator	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
Fator 1 Entretenimento e Redes sociais	1,00	5,00	4,10	0,79217

Fonte: Elaborada pelo autor (2022)

Considerando a escala utilizada, as respostas podem variar de 1 (nunca), 2 (raramente), 3 (ocasionalmente), 4 (frequentemente) até 5 (muito frequente). Sendo assim, percebe-se que a média de respostas para o Fator Entretenimento e Redes Sociais é de 4,10, ou seja, a taxa média de respostas fica entre “frequente”/”muito frequente”.

Silva e Silva (2017) relatam que os adolescentes lideram o *ranking* do uso de celular e internet e que o poder de persuasão é grande dentro dos lares brasileiros. As autoras descrevem ainda sobre a facilidade que os usos das redes podem apresentar na hora de ensinar nas escolas. Usada corretamente, o uso da rede torna-se uma forma didática e atrativa de ensinar, considerando o elevado número de jovens que a utilizam. Sendo assim, a internet pode ser uma ferramenta interessante no processo de aprendizado, devendo, entretanto, ter seu uso orientado e supervisionado (SILVA e SILVA, 2017; SOUZA e DA CUNHA, 2019).

#### 4.1.2.2 Fatorial Sobre Ouvir Rádio

A medida KMO apresentou valor de 0,778 e o teste de esfericidade de Barlett assumiu o valor de 355,988 com o nível de significância de 0,000, confirmando a fatorabilidade dos dados. A análise de porcentagem de variância mostrou que o instrumento compreende 2 fatores que explicam 77,49% de variância acumulada, todos com autovalores maiores que 1.

Para que o parâmetro da comunalidade superior a 0,5 fosse atendido, as seguintes variáveis foram retiradas: “Você ouve rádio no turno da manhã” (comunalidade 0,330); e “Você ouve rádio no turno da tarde” (comunalidade 0,469). Sendo assim, a seguinte tabela foi gerada:

Tabela 17 - Tabela fatorial sobre ouvir rádio

Questões	Carga	Variância	Alpha de Cronbach
<b>Fator 1 Família ouve rádio</b>			
Sua família ouve rádio no turno da manhã	0,905	46,65%	0,872
Sua família ouve a rádio comunitária da sua cidade	0,886		
Sua família conversa sobre assuntos que ouviram na rádio comunitária	0,791		
Sua família ouve rádio no turno da Tarde	0,705		
<b>Fator 2 Ouvir rádio durante a noite</b>			
Você ouve rádio no turno da noite	0,914	30,83%	0,802
Sua família ouve rádio no turno da noite	0,874		

Fonte: Elaborada pelo autor (2022)

Destaca-se que todos os fatores apresentam cargas fatoriais satisfatórias, confirmadas por Hair *et al.* (2009) ao considerar que as cargas fatoriais superiores a 0,30 são significativas, mantendo-se assim, todas as variáveis do estudo.

O construto foi dividido em 2 fatores sobre ouvir rádio, sendo eles: Fator 1 Família ouve rádio (*Alpha de Cronbach* 0,872); e Fator 2 Ouvir rádio durante a noite (*Alpha de Cronbach* de 0,802).

O Fator 1 Família ouve rádio o possui o melhor nível de percepção para o caso analisado, com a variância dos dados de 46,65%, correspondentes às variáveis: Sua família ouve rádio no turno da manhã; Sua família ouve a rádio comunitária da sua cidade; Sua família conversa sobre assuntos que ouviram na rádio comunitária; Sua Família Ouve Rádio no turno da Tarde.

O Fator 2 possui uma variância de 30,83% correspondentes às variáveis: Você ouve rádio no turno da noite; e Sua família ouve rádio no turno da noite.

Com a finalidade de analisar a média de respostas dos fatores obtidos, foi realizada uma análise descritiva dos fatores. Para esta análise contou-se cada fator como média de respostas

de cada respondente, em relação às questões que compõem o fator. Os resultados obtidos na análise estão apresentados na Tabela 18.

Tabela 18 - Tabela de média dos fatores: Fator 1 Família ouve rádio e Fator 2 Ouvir rádio durante a noite

Fatores	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
Fator 1 Família ouve rádio	1,00	5,00	2,92	1,20075
Fator 2 Ouvir rádio durante a noite	1,00	5,00	1,76	1,01544

Fonte: Elaborada pelo autor (2022)

Considerando a escala utilizada, as respostas podem variar de 1 (nunca), 2 (raramente), 3 (ocasionalmente), 4 (frequentemente) até 5 (muito frequente). Desta forma, percebe-se que quanto ao fato das famílias ouvirem rádio e de acordo com as variáveis que compõem o fator, a média é de 2,92, ou seja, respostas entre “raramente”/”ocasionalmente”.

Em uma pesquisa realizada por Melo, Veras e Almeida (2011), sobre o perfil dos ouvintes da Rádio Comunitária Parente FM com sede no município de Cantá - RR, os autores relataram também que o turno que a rádio mais tem audiência é o turno da manhã. Os autores concluíram que a audiência e participação dos ouvintes na programação é devido ao fato da rádio ter um cunho religioso, característica dominante na região em que a rádio se encontra, comprovando que rádios comunitárias surgiram para dar voz a localidade em que está inserida (MELO, VERAS e ALMEIDA, 2011; BAHIA, 2008; PERUZZO, 2004).

#### 4.1.3 Análise de Variância unidirecional e ANOVA

A análise de variância unidirecional e o teste ANOVA foram utilizados para verificar se existe diferença significativa em qual localidade (bairro, centro ou interior) ouve mais rádio comunitária do município. Sendo assim gerado a tabela 19.

Tabela 19 - Teste de Homogeneidade de Variâncias com a variável: Sua Família ouve a rádio comunitária da sua cidade

Estatística de Levene	gl1	gl2	Sig.
1,325	2	116	0,270

Fonte: Elaborada pelo autor (2022)

Como mostra a Tabela 19, o teste de homogeneidade de variâncias apresentou *sig* maior que 0,5 (0,270), portanto, o teste de ANOVA deve ser realizado para amostras homogêneas (HAIR *et al.*, 2009), sendo assim, criado a Tabela 20 com os resultados.

Tabela 20 - Teste ANOVA com o fator Família Ouve Rádio

	Soma dos Quadrados	gl	Quadrado Médio	F	Sig.
Entre Grupos	4,236	2	2,118	1,496	0,228
Nos grupos	164,176	116	1,415		
Total	168,412	118			

Fonte: Elaborada pelo autor (2022)

Quando o *sig* for maior que 0,05 aceita-se a hipótese nula. Conforme a tabela 20, o *sig* ficou 0,228, sendo assim, aceita-se a hipótese nula, ou seja, com 95% de confiança conclui-se que em média **não há diferença significativa** para qual ambiente ouve mais rádio comunitária (HAIR *et al.*, 2009).

Na sequência foi realizada uma análise unidirecional descritiva do fator (Tabela 21), para comprovar a proximidade das médias de respostas, fato que de acordo com Hair *et al.* (2009), comprova que não existe diferença significativa nos dados obtidos.



Tabela 21 - Análise Unidirecional descritiva com o fator Família ouve rádio

	N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão	Intervalo de confiança de 95% para média		Mínimo	Máximo
					Limite inferior	Limite superior		
Bairro	46	2,7228	1,25019	,18433	2,3516	3,0941	1,00	5,00
Centro	31	2,7419	1,26076	,22644	2,2795	3,2044	1,00	5,00
Interior	42	3,1250	1,06102	,16372	2,7944	3,4556	1,00	5,00
Total	119	2,8697	1,19466	,10951	2,6529	3,0866	1,00	5,00

Fonte: Elaborada pelo autor (2022)

De acordo com a Tabela 21, as respostas podem variar de 1 (nunca), 2 (raramente), 3 (ocasionalmente), 4 (frequentemente) até 5 (muito frequente), percebe-se que a média de respostas para alunos residentes nos bairros dos municípios ficou em 2,72, os que residem no centro dos municípios ficou em 2,74 e os que residem no interior dos municípios ficou em 3,12. Nota-se que a média para os que residem no interior dos municípios é um pouco maior que as demais, mas como todas estão próximas das respostas “raramente” e “ocasionalmente” e, de acordo com o teste ANOVA, não há uma diferença significativa entre elas.

#### 4.1.4 Teste-T

O teste-T foi realizado para comprovar se existe ou não, diferença significativa entre as famílias de alunos da escola de Frederico Westphalen ouvirem mais rádio que as famílias das escolas que não são de Frederico Westphalen, bem como se há diferença significativa entre alunos da escola de Frederico Westphalen conhecerem mais o *campus* da UFSM/FW do que os alunos que estudam nas escolas dos demais municípios analisados.

Para entender se há essa diferença significativa entre as famílias de alunos da escola de Frederico Westphalen ouvirem mais rádio que as famílias das escolas que não são de Frederico Westphalen, a seguinte tabela foi gerada:

Tabela 22 - Teste de amostras independentes Escola de Frederico Westphalen e Escolas de outras cidades com o fator Família ouve rádio

	Teste de Levene para igualdade de variâncias	teste-t para Igualdade de Médias								
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferença média	Erro padrão da diferença	95% Intervalo de Confiança da Diferença	
									Inferior	Superior
Família ouve rádio	Variâncias iguais assumidas	,493	,484	-1,550	125	,124	-0,32971	0,21272	-0,75071	0,09129
	Variâncias iguais não assumidas			-1,539	117,227	,127	-0,32971	0,21427	-0,75406	0,09463

Fonte: Elaborada pelo autor (2022)

Para realizar o teste-T, primeiro deve-se decidir se o mesmo será homocedástico (variâncias iguais) ou heterocedástico (variâncias diferentes). Hipótese nula: as variâncias são iguais.

Sendo assim, o sig do teste é F 0,493 (maior que 0,05) não se rejeita a hipótese nula. Portanto, as variâncias são iguais. Deve-se aplicar o teste-t homocedástico, analisando a primeira linha.

Desta forma, o sig é 0,124 (maior que 0,05) e não se rejeita a hipótese nula, ou seja, as variâncias são iguais.

Com 95% de confiança conclui-se que, em média, **não há uma diferença significativa** entre as famílias de alunos da escola de Frederico Westphalen ouvirem mais rádio que as famílias das escolas que não são de Frederico Westphalen.

Para compreender se há diferença significativa entre alunos da escola de Frederico Westphalen conhecerem mais o *campus* da UFSM/FW do que os alunos que estudam nas escolas dos demais municípios analisados, a Tabela 23 foi gerada:

Tabela 23 - Teste de amostras independentes Escola de Frederico Westphalen e Escolas de outras cidades com o fator Escola Frederico Westphalen e Escolas outras cidades

		Teste de Levene para igualdade de variâncias		teste-t para Igualdade de Médias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferença média	Erro padrão da diferença	95% Intervalo de Confiança da Diferença	
									Inferior	Superior
Conhecimento da Universidade Federal de Santa Maria	Variâncias iguais assumidas	,153	,696	,274	123	0,785	0,04449	0,16237	-0,27691	0,36589
	Variâncias iguais não assumidas			0,272	114,004	0,786	0,04449	0,16358	-0,27956	0,36855

Fonte: Elaborada pelo autor (2022)

Percebe-se que o sig do teste F é 0,696 (maior que 0,05) não se rejeita a hipótese nula. Portanto, as variâncias são iguais. Deve-se aplicar o teste-t homocedástico, analisando a primeira linha.

Desta forma, o sig é 0,785 (maior que 0,05) e não se rejeita a hipótese nula, ou seja, as variâncias são iguais.

Com 95% de confiança conclui-se que, em média, não há uma diferença significativa entre alunos da escola de Frederico Westphalen conhecerem mais o *campus* da UFSM/FW do que os alunos que estudam nas escolas dos demais municípios analisados.

Portanto, como não há uma diferença significativa com os testes (ANOVA E Teste-T) realizados, o que justifica o desenvolvimento de uma única proposta de programa para a inserção das Universidades Públicas em rádios comunitárias, padronizado como produto gerado por essa dissertação.

## 4.2 DADOS QUALITATIVOS

Conforme Bardin (1977), o primeiro passo para a análise de conteúdo é a organização e a preparação do material, ou seja, a sistematização dos dados obtidos através das entrevistas semiestruturadas (APÊNDICE B). Nesta etapa, durante as entrevistas, foi adicionada a seguinte questão: **10 - Como você sugeriria a divulgação da UFSM/FW nesta emissora? (Spots, qual estilo de programa, turno...).**

Respeitando a etapa seguinte de constituição do *corpus*, foram feitas as mesmas perguntas para todos os entrevistados. Outra orientação da autora (BARDIN, 1977), consiste em manter o mesmo nível de cargos entre os entrevistados. Sendo assim, foram entrevistados, na Rádio Comunitária de Frederico Westphalen, o ocupante dos cargos de Diretor de Jornalismo e Comunicador da emissora. Na Rádio Comunitária de Erval Seco foi entrevistado o ocupante do cargo de Administrador/Diretor de Comunicação (conforme o entrevistado, no estatuto da rádio não existe oficialmente o cargo de Diretor de Comunicação, sendo usada somente como uma nomenclatura interna; oficialmente o cargo é Administrador). A entrevistada da Rádio de Taquaruçu do Sul é ocupante do cargo de Comunicadora da Emissora e a entrevistada da Rádio de Caiçara foi a ocupante dos cargos de Comunicadora e Jornalista.

Na etapa de formulação de hipótese, foi realizada uma análise indutiva (BARDIN, 1977) dos relatos, com a finalidade de compreender quais informações sobre a UFSM/FW estão chegando para essas emissoras: *“veio uns boletins, veio um material aí que era elaborado e nós inclusive rodamos, (né?) Teve essa parceria e depois parou de vim, (né?) Mas a gente roda sim, sempre que tem, (né?) Material da Universidade Federal, que a gente pega (aí), principalmente de sites aí da região, (né?) Dos sites (aí,) principalmente de jornais e rádios da região, sempre que tem informação a gente busca e a gente traz porque isso queira ou não queira é um trabalho e de utilidade pública (né?) ” (Diretor Rádio Comunitária de Erval Seco)*

Foi possível perceber que duas emissoras, a de Frederico Westphalen e a de Caiçara, acompanharam a implementação da UFSM em Frederico Westphalen, realizando a cobertura da assinatura dos documentos: *“a ufsm já foi divulgada na programação, inclusive o seu início, a sua fundação quando aconteceu foi amplamente divulgada e discutida na rádio” (Jornalista Rádio Comunitária de Caiçara); “Estivemos acompanhando desde a assinatura lá do documento, eu não no caso (né?). Mas os meus colegas da época estiveram acompanhando a assinatura lá da implementação do campus aqui na nossa cidade” (Diretor e Jornalista Rádio Comunitária de Frederico Westphalen).*

Através das entrevistas, foi possível perceber que as emissoras divulgam a UFSM/FW por meio dos programas e conversas com representantes no período de oferta de vagas: ” *sim, já divulgamos a UFSM-FW, através de entrevistas com representantes, notícias, em especial a oferta de vagas (Comunicadora Rádio de Taquaruçu do Sul)*, assim como, por notícias que chegam às emissoras por boletins e *releases* enviados pela própria universidade. Também, através de notícias publicadas no site da UFSM e em sites de outras emissoras de rádio particulares, além de portais de notícias da região. Um exemplo é o portal do SEJA UFSM/FW<sup>6</sup>, o SEJA é um projeto de extensão que busca realizar atividades de interação no decorrer do ano todo com as escolas e com os alunos e tem como finalidade divulgar informações sobre a instituição e ampliar o conhecimento sobre a Universidade.

Os espaços midiáticos devem ser vistos como ambientes em que ocorrem diversos processos de aprendizagem, nos quais, representam na sociedade, não somente uma fonte de informação, mas sim um espaço no qual os sujeitos se relacionam, compreendendo e significando o que os cerca. Como explica Cocco (2019, p. 271) “a constituição do sujeito só pode ser compreendida à luz das interações que ele e em torno dele se estabelecem”.

Compreende-se, pelas entrevistas, que as rádios comunitárias dos municípios em estudo, surgiram com a intenção de dar voz a comunidade, apoiar a cultura local, o pequeno comércio e provocar manifestações que não poderiam ser feitas em emissoras particulares.

Quando questionados sobre o surgimento da rádio comunitária, foi possível perceber um ponto em comum na fala dos entrevistados, ao que descreveu Bahia (2008) sobre o objetivo da criação das rádios comunitárias: “expandir o âmbito das informações, da reflexão e da interação sociocomunicativa, ultrapassando os limites e os interesses da mídia convencional” (BAHIA, 2008, p. 30). Rádios comunitárias despontam como um espaço alternativo de interlocuções e interações. Elas constituem espaços de interação, nos quais, sentidos são produzidos, construídos e reconstruídos, são espaços de aprendizado nos quais os sujeitos buscam a interpretação do mundo e de si próprios (COCCO, 2019). É possível destacar das respostas dadas, os seguintes trechos: “*No movimento da comunicação comunitária, para dar ênfase vez e voz a comunidade local, apoiar a cultura local, o pequeno comércio enfim todas as manifestações que não teriam espaço na comunicação tradicional, sem distinção econômica, credos gênero raça, sem fins lucrativos*” (Jornalista Rádio Comunitária de Caiçara). “[...]mas a Rádio Comunitária nasce da união, né? De pessoas através de uma associação [...] aqui da nossa comunidade, interessadas em propiciar, (né?) Para a comunidade aqui de da nossa

---

<sup>6</sup> O projeto SEJA foi criado em 2018, sofreu uma pausa e retornou às atividades presenciais em 2022

*cidade uma forma alternativa, (né?) [...] de comunicar-se aos meios de comunicação hegemônicos” (Jornalista e Diretor Rádio Comunitária Frederico Westphalen).*

Para conhecer a segmentação e a programação, bem como a faixa etária dos ouvintes das rádios comunitárias, percebe-se que, de acordo com as respostas dos entrevistados, o segmento que predomina nas rádios é o de jornalismo e de informação. O entretenimento com programas musicais atrai uma parcela significativa da audiência, de acordo com os entrevistados, porém, a maior parcela é para programas jornalísticos, com informações da comunidade e da região, programas de debates sobre assuntos que afetam a comunidade em que a rádio está inserida e programas de entrevistas, quando os entrevistados são pessoas da própria comunidade, não precisando ser alguma pessoa que tenha um cargo ou status de grande importância: “ [...]qual o tipo de programação que mais atrai audiência? É a parte noticiário local é quando envolve alguma coisa local. A gente entrevista pessoas da cidade, da comunidade, pessoas normais, não precisam ser políticos, não precisa ser em grandes empresários, nada, mas o cidadão, a cidadã mesmo, isso aí é o que dá mais audiência, (né?) É o que mais o pessoal chama a atenção quando a gente está quando a gente vai, (né?) Que a gente vai pessoalmente conversar com as pessoas. Programação musical ela é meio relativa, (né?) Então a gente tem a parte dos noticiário e entrevista que é o que mais atrai audiência” (Administrador Rádio Comunitária Erval Seco) (ANEXO G).

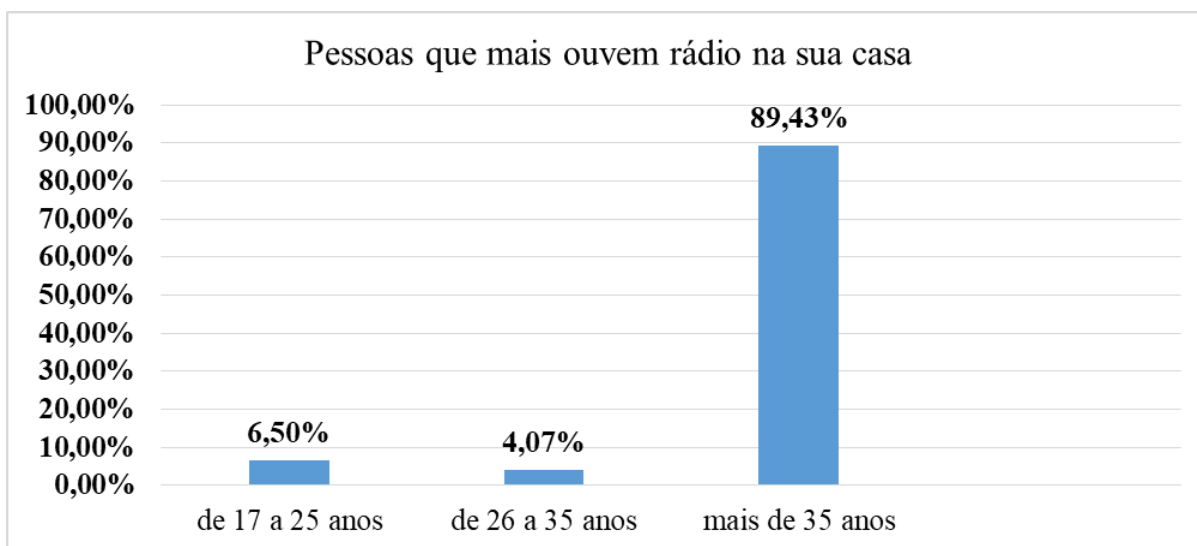
As rádios comunitárias reproduzem os valores sociais do lugar em que estão inseridas, pois elas surgem da comunidade, com características que são compartilhadas com a população, retratando assim, a realidade com base nas diferenças identitárias de seus componentes (SANTOS *et al.*, 2019).

A faixa etária dos ouvintes das rádios comunitárias que participaram da pesquisa, é variada, mas a grande maioria é acima dos 30 anos de idade: “ A emissora atinge todos os públicos em horários diferenciados, sendo a faixa etária de maior audiência de pessoas acima de 30 anos” (Comunicadora Rádio Comunitária de Taquaruçu do Sul); “Faixa etária que mais atrai audiência, do rádio mesmo a gente tem faixa aí a partir dos quarenta anos que é o que mais nos ouve, né? Isso aí é fato, né? ( Administrador Rádio Comunitária Erval Seco); “tomando como base aí né o horário de maior audiência eu diria que a faixa etária que mais se interessa pela nossa programação está ali entre os vinte e cinco e e cinquenta anos” (Jornalista e Diretor Rádio Comunitária de Frederico Westphalen).

Ouvintes com uma faixa etária menor também ouvem a rádio, porém a maior participação e interação com a rádio são de pessoas da faixa etária acima citada.

Os dados da faixa etária que mais ouvem a rádio comunitárias foram semelhantes, tanto os obtidos através dos questionários aplicados a alunos de terceiro ano do ensino médio, como é possível perceber na Figura 3, abaixo apresentada, quanto aos obtidos através de entrevistas com gestores/comunicadores das rádios comunitárias das mesmas cidades das escolas que participaram do questionário. Os resultados da pesquisa qualitativa e da quantitativa apontam para a faixa etária média de ouvintes de rádio comunitárias acima de 30 anos.

Figura 3 - Faixa etária que mais ouve rádio na casa dos respondentes do questionário



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Levando em consideração que a faixa etária de ouvintes que mais ouvem as emissoras fica acima dos 30 anos de idade, o administrador da Rádio Nativa FM de Erval Seco relatou sobre como eles fazem para alcançar o público mais jovem: *“a gente faz o programa também com informações que aí as informações seriam mais detalhadas que a gente atinge então esse público mais maduro que é o formador de opinião que vai então cutucar e motivar os mais jovens a estudar”*.

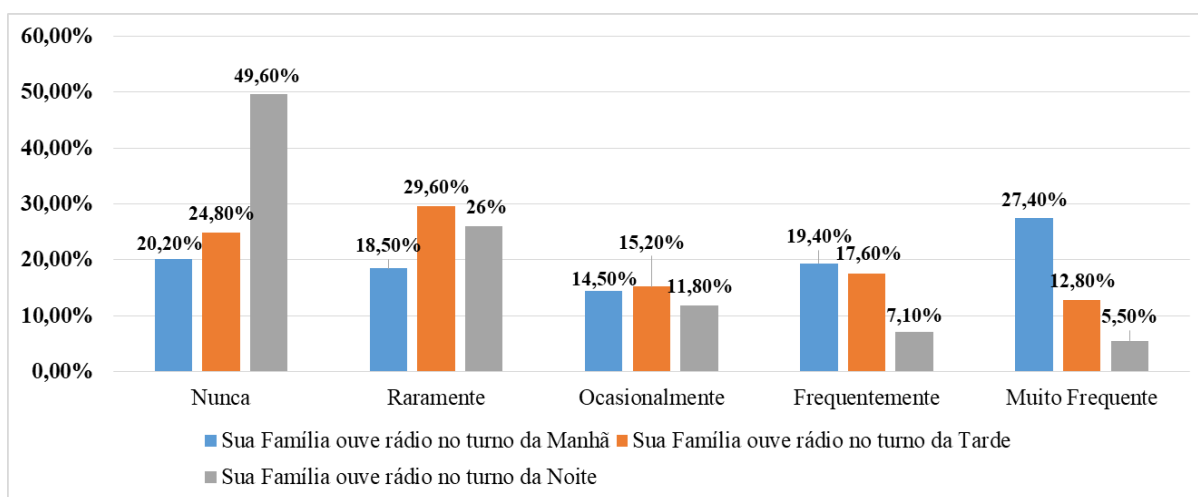
De acordo com os entrevistados, pode-se perceber que o turno em que há um número maior de audiência e interação com a emissora é no turno da manhã na faixa das 6 horas até as 12 horas. *“A faixa horária com mais interação dos ouvintes é pela parte da manhã, das 06h às 12h.”* (Comunicadora Rádio Comunitária de Taquaruçu do Sul); *“a faixa horária com mais interação dos ouvintes? (Ah) é pela parte da manhã, (né?) Desde as sete até o meio-dia”* (Jornalista e Diretor Rádio Comunitária de Frederico Westphalen).

A Jornalista da Rádio Comunitária de Caiçara relatou o momento do programa que possui maior interação com os ouvintes: *“é bem variado, a participação muda bastante se tem*

*prêmio, se não tem, não tem um horário que lidera diariamente, é bem igual em todos os horários, só destoa quando há sorteios”.*

De acordo com os dados obtidos através do questionário e apresentados na Figura 4 abaixo apresentada, é possível perceber que o turno em que as famílias dos respondentes mais ouvem rádio também é o turno da manhã.

Figura 4 - Gráficos de turnos que a família dos respondentes mais ouvem rádio.



Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

Quando questionados sobre sugestões de como divulgar UFSM/FW na emissora, os respondentes apontaram o uso de *spots* curtos para rodar durante a programação, com a intenção de destacar a universidade, por exemplo. *“Então eu acho que tem aí tem um espaço bem bacana para a gente evoluir (né?) Nessa parceria. Acho que a gente poderia pensar claro em spots”* (Rádio Comunitária Frederico Westphalen); *“Sugerimos a divulgação de spots e textos ao vivo [...]”* (Comunicadora Rádio Comunitária de Taquaruçu do Sul). De acordo com Ferraretto (2014) os *spots* no Brasil são comuns com um tempo de 30 segundos. Porém, como ressaltou o administrador da rádio de Erval Seco, deve-se ter o cuidado com o tempo que o *spot* ficará rodando na emissora, para não causar a sensação de cansaço nos ouvintes durante a programação: *“olha Spots são interessantes (né?) São importantes, são interessantes, mas eles se desgastam rapidamente (né). Então se a gente fizer spots e rodar sempre o mesmo, sempre o mesmo o mesmo ele acaba até um certo ponto sendo atingindo o objetivo, depois ele já não tanto, (né?) ”* (Comunitária Erval Seco).

Boletins informativos sobre a UFSM/FW para rodar durante a programação ou informativos em formatos de textos para os locutores usarem durante suas falas, foram recursos



citados pelos entrevistados. O Administrador da Rádio de Erval Seco sugeriu uso de *spots* curtos para alcançar os jovens e programas informativos para alcançar os mais “maduros” como ele se refere ao público mais velho: *“Então no momento em que a gente faz esses programas que nem os spots aí que são rápidos que o público mais jovem que é com essas coisas mais rápidas que seriam spots, né a gente faz o programa também com informações que aí as informações seriam mais detalhadas que a gente atinge então esse público mais maduro que é o formador de opinião que vai então cutucar e motivar os mais jovens a estudar”*

Através do levantamento dos dados, por meio dos questionários e das entrevistas, foi possível alcançar os objetivos propostos de “Observar a mobilização das comunidades no entorno das universidades públicas, através de questionários aplicados a alunos de terceiros anos do ensino médio, quanto ao potencial das rádios comunitárias”, “Elaborar um perfil dos respondentes, bem como analisar o conhecimento dos mesmos sobre as Universidades Públicas”, “Conhecer a segmentação e a programação, bem como, a faixa etária dos ouvintes das rádios comunitárias de acordo com a visão dos gestores de cada emissora mediante entrevista semiestruturada” e “Refletir sobre o papel das rádios comunitárias como agentes de mobilização social, referente a divulgação das Universidades Públicas”.

Foi possível perceber que as rádios comunitárias apresentam uma importância para a comunidade que ela está inserida, ou seja, o poder de mobilização das emissoras revelou-se relevante.

Os dados também mostraram que a região em que a pesquisa foi realizada, o conhecimento da comunidade quanto a UFSM/FW ainda não é o ideal, podendo ser consideravelmente melhorado.

Sendo assim, as rádios comunitárias apresentam-se como um grande meio de comunicação para a UFSM/FW, dado ao seu poder de mobilização, tornando-se uma ferramenta importante para ampliação da divulgação do conhecimento produzido e oportunidades oferecidas na universidade.

O próximo capítulo apresenta uma proposta de programa para as rádios comunitárias divulgarem a UFSM//FW. A proposta foi criada baseada nos dados levantados durante a pesquisa, bem como, no conhecimento empírico do autor.

## 5 PRODUTO FINAL

O produto decorre da necessidade de expansão da divulgação das Universidades Públicas até as Rádios Comunitárias. Levando em consideração que ambas foram criadas para atender a população, esta união fortalecerá a educação, o conhecimento científico e proporcionará oportunidades para todos: comunidade e universidade.

O produto foi criado partindo da pergunta: **quais recursos técnicos acionados através das rádios comunitárias podem contribuir para a divulgação das universidades públicas?** De acordo com os dados levantados e analisados estatisticamente e através da análise de conteúdo, baseados nos passos criados por Ferraretto (2014), sendo eles a definição do segmento e a definição do formato do programa, criou-se os passos a serem seguidos para a divulgação da Universidade Federal de Santa Maria *campus* Frederico Westphalen, nas rádios comunitárias da região:

1. O Programa deve ser focado no **regional e no local**, ou seja, na cidade em que a Rádio está inserida e nas cidades de abrangência da universidade pública.
2. O programa veiculado na rádio comunitária tem como meta atingir pessoas com idade entre 17 e 20 anos, entretanto é produzido para uma audiência acima de 30 anos, ou seja, os ouvintes com maior idade transmitirão as informações aos jovens que não ouviram o programa no rádio.
3. O programa será transmitido ao vivo, concomitantemente, em vídeo e áudio, nas plataformas digitais como youtube e/ou facebook.
4. Posteriormente, com adaptações na edição, deverá ser feito o upload do programa para o formato de **podcast**, atendendo a preferência do público mais jovem.
5. Editar as informações apresentadas no programa e produzir novos áudios com objetividade, curta duração e divulgação em Whatsapp.
6. O programa será semanal (uma vez por semana) e deverá ir ao ar no turno da manhã, entre às 10 e 12 horas.
7. O programa será híbrido, com informação, entrevista, debate e entretenimento musical.
8. O programa terá a participação de pessoas relacionadas à comunidade e à UFSM/FW.

Observando o passo a passo para a definição do formato do programa, chega-se à proposta:

- O programa deve ter 1 (uma) hora de duração, dividido em 2 blocos de 30 minutos cada e deverá ser exibido no turno da manhã com live no facebook ou youtube.

- O programa terá o formato híbrido, ou seja, contará com a participação de um servidor (professor ou técnico-administrativo em educação) da UFSM/FW, bem como, a participação de um aluno morador da casa do estudante, para relatar sua experiência dos amparos sociais oferecidos pela universidade. O programa também contará com a participação de professor ou diretor de uma escola de ensino médio da cidade em que a rádio está inserida e um representante musicista da UFSM/FW.
- O programa iniciará com perguntas, por parte do comunicador, sobre questões de divulgações técnicas, tais como formas de ingresso, cursos, amparo social e bolsas oferecidas pela Universidade. Questões de divulgação científica também serão realizadas, tais como projetos de pesquisa que estão sendo realizados na instituição e quais os seus resultados.
- O professor ou diretor da escola de ensino médio realizará perguntas aos representantes da UFSM/FW sobre as questões acima relatadas, bem como, abrirá para debate esses assuntos.
- Entre uma pergunta e outra, entre os assuntos que estão sendo debatidos, será mesclado a parte de entretenimento com músicas ao vivo, fazendo com que o programa seja de formato diversificado e atrativo aos ouvintes.
- O programa terá a participação dos ouvintes, seja realizando perguntas, sugerindo pautas a serem debatidas ou músicas pedidas para serem tocadas ao vivo. A participação se dará através do telefone da emissora, do whatsapp da mesma, ou através do facebook ou youtube, onde a live com áudio e vídeo estará sendo exibida.
- Após o encerramento do programa, o mesmo será editado, retirando a parte do vídeo e realizado o upload para a plataforma Spotify, a qual ficará no formato de podcast para ser ouvido quando os ouvintes desejarem.
- A live de transmissão será mantida na plataforma em que foi exibida, para que da mesma forma, possa ser assistida quando desejado. A live também será editada para o formato compatível com o instagram e realizado o upload nesta plataforma.

O produto final pode ser conferido abaixo:



## Proposta de programa para inserção de Universidades Públicas em Rádios Comunitárias

Mateus Scherer

Orientadora: Elisângela Carlosso Machado Mortari

"O rádio é o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre; é o animador de novas esperanças; o consolador do enfermo; o guia dos sãos, desde que o realizem com espírito altruísta e elevado". (LEYENDECKER, 2019, p.15)

## Apresentação

---

Esta proposta decorre da necessidade de expansão da divulgação das Universidades Públicas até as Rádios Comunitárias. Levando em consideração que ambas foram criadas para atender a população, esta união fortalecerá a educação, o conhecimento científico e proporcionará oportunidades para todos: comunidade e universidade.

A proposta foi construída através de dados obtidos durante a pesquisa de dissertação e através do conhecimento empírico e área de atuação do pesquisador.

Para a realização da pesquisa, foi utilizado o método de estudo de caso na Universidade Federal de Santa Maria - campus Frederico Westphalen. Os dados foram coletados através de questionários quantitativos e através de entrevistas semi-estruturadas.

## Rádio Comunitária

---

Crepaldi (2021) descreve que a rádio comunitária autêntica se configura como canal de comunicação do povo, na qual a gestão se constitui de modo democrático, descentralizado e horizontal. Não deve existir chefe, todos são ao mesmo tempo colaboradores e produtores, defendendo causas sociais, sem fins lucrativos.

Comunicação comunitária pode ser entendida como “a percepção de grupos populares ou entidades da sociedade que não se encontram inseridas no processo de planejamento dos meios de comunicação” (SANTOS e TERENCE, 2018, p 194).



## UFSM - Universidade Federal de Santa Maria

---

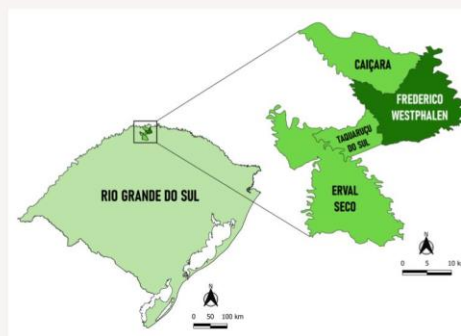
Percebendo que na cidade de Porto Alegre - RS o ensino superior dos jovens de famílias que dispunham de recursos era completo, José Mariano da Rocha Filho preocupou-se com a falta de oportunidades educacionais oferecidas fora da capital do estado. Desta forma, ele optou por dedicar sua vida à interiorização da educação, sendo a UFSM idealizada por ele, a primeira Universidade Federal a ser criada no interior, fora de uma capital do Brasil (DUARTE 2011): “Durante quase cinco séculos viveu o Brasil de costas voltadas para o interior, desprezando  $\frac{3}{4}$  do seu território[...]” (BARICHELLO, 2001 p.56).



As escolas nas quais foram aplicados os questionários, consideraram a microrregião de Frederico Westphalen: 1) Escola Estadual de Ensino Médio Cardeal Roncalli (Frederico Westphalen), 2) Escola Estadual de Ensino Médio Olívia de Paula Falcão (Ervál Seco), 3) Escola Estadual de Ensino Médio 20 de Setembro (Caiçara) e 4) Escola Estadual de Ensino Básico José Zanatta (Taquaruçu do Sul).

As entrevistas semi estruturadas foram realizadas com gestores e comunicadores das rádios comunitárias dos mesmos municípios das escolas citadas.

Os dados dos questionários foram analisados estatisticamente através do software SPSS e os dados das entrevistas foram analisados através da análise de conteúdo.



Localização dos municípios de abrangência da pesquisa. Fonte: QGIS, 2023.



O questionário foi aplicado para 128 alunos, que o responderam anonimamente.

Dados que correspondem ao perfil dos respondentes:

Variáveis	Alternativas	Freqüência	Porcentagem válida
Cidade	Caiçara	23	18,0%
	Ervál Seco	32	25,0%
	Frederico Westphalen	58	45,3%
	Taquaruçu do sul	15	11,7%
Escola	Escola Estadual de Ensino Básico José Zanatta	15	11,7%
	Escola Estadual de Ensino Médio 20 de Setembro	23	18,0%
	Escola Estadual de Ensino Médio Cardeal Roncalli	58	45,3%
	Escola Estadual de Ensino Médio Olívia de Paula Falcão	32	25,0%
Sexo	Feminino	68	54,8%
	Masculino	56	45,2%
Idade	De 16 a 17 anos	48	39,0%
	De 18 a 19 anos	73	59,3%
	Mais de 20 anos	2	1,6%
Pessoas que residem na mesma casa	2 pessoas	15	12,4%
	De 3 a 4 pessoas	86	71,1%
	De 5 a 6 pessoas	19	15,7%
	Mais de 7 pessoas	1	0,8%

Local da Residência	Bairro	46	38,3%
	Centro	31	25,8%
	Interior	43	35,8%
Soma aproximada da Renda Mensal Familiar	De RS: 1.001,00 até RS: 3.000,00	30	24,0%
	De RS: 3.001,00 até RS: 8.000,00	31	24,8%
	Mais de RS: 8.000,00	7	5,6%
	Menos de RS: 1.000,00	4	3,2%
	Não sei ou prefiro não dizer	53	42,4%
Possui Trabalho Remunerado	Não	61	47,7%
	Sim	67	52,3%
Pretende cursar ensino superior	Não, provavelmente	4	3,1%
	Neutro	9	7,0%
	Sim, com certeza	71	55,5%
	Sim, provavelmente	44	34,4%

Perfil dos alunos segundo as variáveis: cidade, escola, sexo, idade, pessoas que residem na mesma casa, local da residência, soma aproximada da renda mensal familiar, possui trabalho remunerado, pretende cursar o ensino superior

### Informações sobre mobilização das rádios comunitárias nas cidades de abrangência da pesquisa

Variável		Frequência	Porcentagem válida
Você já ouviu falar em rádio comunitária?	Não	5	3,9%
	Não sei Responder	4	3,1%
	Sim	119	93,0%
Você ouve rádio comunitária?	Já ouvi, mas não ouço mais	25	20,0%
	Não	38	30,4%
	Sim, diariamente	24	19,2%
Você ouve rádio comunitária?	sim, ocasionalmente	38	30,4%
	Não	36	28,1%
	Não sei responder	36	28,1%
Gosta de ouvir rádio comunitária?	Sim	56	43,8%
	De 17 a 25 anos	8	6,5%
Faixa etária das pessoas que MAIS ouvem rádio na sua casa	De 26 a 35 anos	5	4,1%
	Mais de 35 anos	110	89,4%

Tabela sobre rádio comunitária do acordo com as variáveis: 'Você já ouviu falar em rádio comunitária?', 'Você ouve rádio comunitária?', 'Gosta de ouvir rádio comunitária?', 'Faixa etária das pessoas que MAIS ouvem rádio na sua casa'.

Variáveis		Frequência	Porcentagem válida
Musical	não	32	26,4%
	sim	89	73,6%
Noticiário	não	85	69,7%
	sim	37	30,3%
Entrevistas	não	120	98,4%
	sim	2	1,6%
Debates	não	113	92,6%
	sim	9	7,4%

Programas de rádio preferido dos respondentes de acordo com: Musical, Noticiário, Entrevistas e Debates. A resposta é de múltipla escolha.

Dados coletados através do questionário aplicados nas escolas para alunos dos terceiros anos do ensino médio.

## Montagem e divulgação do programa



O programa foi desenvolvido observando os resultados da pesquisa e segundo as orientações de Ferraretto (2014) para a criação de programas radiofônicos:

Definição do segmento;

Formato do programa.



Para a divulgação foram usados:

Spots;

Chamadas promocionais;

Informativos.



## Definição do segmento

1. O Programa deve ser focado no **regional e no local**, ou seja na cidade em que a Rádio está inserida e nas cidades de abrangência da universidade pública.

“- Por ser uma emissora comunitária, o foco são as informações da comunidade, sendo os programas informativos que mais atraem a audiência. Programas informativos das entidades e instituições locais, além dos programas noticiários e esportivos.” (Comunicadora Rádio comunitária de Taquaruçu do Sul)



Segundo Ferraretto (2014) a etapa de segmentação é:

“um processo em que, a partir da conciliação entre anseios, interesses, necessidades e/ou objetivos do emissor e do receptor, além da identidade construída pelo primeiro, foca-se o rádio, em qualquer uma de suas manifestações comunicacionais, em dada parcela do público”.

(FERRARETTO, 2014, p.49).

“[...]pessoas da cidade, da comunidade, pessoas normais, não precisam ser políticos, não precisa ser em grandes empresários, nada, mas o cidadão mesmo isso aí é o que dá mais audiência né?!”

(Diretor Rádio Comunitária de Erval Seco)



## Definição do segmento

2. O programa veiculado na rádio comunitária é voltado para pessoas com idade entre 17 e 20 anos, mas considerando que a maior parcela da audiência será acima de **30 anos** e estes, transmitem as informações aos jovens que não ouviram o programa no rádio. O programa será transmitido ao vivo, concomitantemente, em vídeo e áudio, nas plataformas digitais como youtube e/ou facebook.
3. O programa será transmitido ao vivo, concomitantemente, em vídeo e áudio, nas plataformas digitais como youtube e/ou facebook.
4. Posteriormente, com adaptações na edição, deverá ser feito o upload do programa para o formato de **podcast**, atendendo a preferência do público mais jovem.

Faixa etária das pessoas que MAIS ouvem rádio na sua casa	Quantidade	Porcentagem
De 17 a 25 anos	8	6,5%
De 26 a 35 anos	5	4,1%
Mais de 35 anos	110	89,4%

Tabela com resultados sobre idade que mais ouve rádio na casa dos respondentes do questionário.



Variáveis	Média	1 Nunca	2 Raramente	3 Ocasionalmente	4 Frequentemente	5 Muito frequente
Whatsapp	4,61	0,00%	0,80%	7,30%	21,80%	70,20%
Telegram	1,53	66,90%	19%	9%	3,10%	1,60%
Snapchat	1,27	78,70%	18,10%	0,80%	1,60%	0,80%
Twitter	2,22	50,00%	14,30%	11,10%	12,70%	11,90%
Facebook	2,88	17%	27,80%	16,70%	28,60%	10,30%
Instagram	4,25	6%	3,10%	4,70%	29,90%	55,90%
TikTok	3,47	19%	11,10%	11,90%	19,00%	38,90%
Youtube	3,62	3%	12,70%	23,00%	40,50%	20,60%
Spotify	2,7	36%	12,60%	14,20%	14,20%	22,80%
Deezer	1,14	94%	2,40%	1,60%	0,80%	1,60%
SounCloud	1,14	93%	3,20%	1,60%	1,60%	0,80%
LinkedIn	1,17	89,80%	5,50%	3,10%	0,80%	0,80%

Aplicativos de redes sociais mais usados pelos respondentes de acordo com as opções: Whatsapp, Telegram, Snapchat, Twitter, Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, Spotify, Deezer, SounCloud, LinkedIn.







## Definição do segmento

5. Editar as informações apresentadas no programa e produzir novos áudios com objetividade, curta duração e divulgação em Whatsapp.
6. O programa será semanal (uma vez por semana) e deverá ir ao ar no turno da manhã, entre às 10 e 12 horas.
7. O programa será híbrido, com informação, entrevista, debate e entretenimento musical.
8. O programa terá a participação de pessoas relacionadas à comunidade e à UFSM/FW.

Variáveis		Frequência	Porcentagem válida
Musical	não	32	26,4%
	sim	89	73,6%
Noticiário	não	85	69,7%
	sim	37	30,3%
Entrevistas	não	120	98,4%
	sim	2	1,6%
Debates	não	113	92,6%
	sim	9	7,4%

Programa de rádio preferido dos respondentes de acordo com: Musical, Noticiário, Entrevistas e Debates. A resposta é de múltipla escolha.



*"Acredito que a melhor forma seja através das notícias dos acontecimentos dentro da universidade, de entrevistas com os responsáveis pelos projetos de extensão ali desenvolvidos mas também com spots lembrando a todos da universidade de sua qualidade"* (Jornalista da Rádio Comunitária de Caiçara)

*"[...]a gente fez uma pesquisa até em parceria aí com o pessoal da UFSM e a gente pode ver ali que os nossos espaços de informação, né? E opinião, análise, enfim. Eram os que mais a atraíam a audiência. Claro, os programas musicais, programas do final de semana[...], mas durante a semana é os programas informativos"* (Diretor e Jornalista Rádio Comunitária de Frederico Westphalen)

*"É bem variado a participação muda bastante se tem prêmio se não tem não tem um horário que lidera diariamente é bem igual em todos os horários só destoa quando há sorteios"* (Jornalista da Rádio Comunitária de Caiçara)

*"A faixa horária com mais interação dos ouvintes é pela parte da manhã, das 06h às 12h."* (Comunicadora Rádio Comunitária de Taquaruçu do Sul)



### EXEMPLO DE FORMATO DO PROGRAMA PARA DIVULGAÇÃO DA UFSM/FW EM RÁDIOS COMUNITÁRIAS

O programa deve ter 1 (uma) hora de duração, dividido em 2 blocos de 30 minutos cada e deverá ser exibido no turno da manhã com live no facebook ou youtube. O programa terá o formato híbrido, ou seja, contará com a participação de um servidor (professor ou técnico-administrativo em educação) da UFSM/FW, bem como, a participação de um aluno morador da casa do estudante, para relatar sua experiência dos amparos sociais oferecidos pela universidade. O programa também contará com a participação de professor ou diretor de uma escola de ensino médio da cidade em que a rádio está inserida e um representante musicista da UFSM/FW.

O programa iniciará com perguntas, por parte do comunicador, sobre questões de divulgações técnicas, tais como formas de ingresso, cursos, amparo social e bolsas oferecidas pela Universidade. Questões de divulgação científica também serão realizadas, tais como projetos de pesquisa que estão sendo realizados na instituição e quais os seus resultados.

O professor ou diretor da escola de ensino médio realizará perguntas aos representantes da UFSM/FW sobre as questões acima relatadas, bem como, abrirá para debate esses assuntos.

Entre uma pergunta e outra, entre os assuntos que estão sendo debatidos, será mesclado a parte de entretenimento com músicas ao vivo, fazendo com que o programa seja de formato diversificado e atrativo aos ouvintes.

O programa terá a participação dos ouvintes, seja realizando perguntas, sugerindo pautas a serem debatidas ou músicas pedidas para serem tocadas ao vivo. A participação se dará através do telefone da emissora, do whatsapp da mesma, ou através do facebook ou youtube, onde a live com áudio e vídeo estará sendo exibida.

Após o encerramento do programa, o mesmo será editado, retirando a parte do vídeo e realizado o upload para a plataforma Spotify, a qual ficará no formato de podcast para ser ouvido quando os ouvintes desejarem.

A live de transmissão será mantida na plataforma em que foi exibida, para que da mesma forma, possa ser assistida quando desejado. A live também será editada para o formato compatível com o instagram e realizado o upload nesta plataforma.

## DIVULGAÇÃO DA UNIVERSIDADE E DO PROGRAMA



A universidade será divulgada através da criação de SPOTS em torno de 30 segundos, que serão rodados durante a programação da emissora, com a intenção de criar uma memória sonora da instituição, como o exemplo a seguir:

O Spot deverá rodar durante a programação das rádios comunitárias e recomenda-se que tenham, no máximo, a duração de 1 mês no ar. Após esse período, o mesmo deve ser alterado para não cansar os ouvintes.



*"-UFSM campus Frederico Westphalen/ são mais de 16 anos de ensino público, gratuito e de qualidade que impulsionam o desenvolvimento regional // para mais informações acesse: [www.ufsm.br/frederico](http://www.ufsm.br/frederico)"*



## CHAMADAS/SPOTS PROMOCIONAIS

A criação de chamadas promocionais para o programa é importante para a audiência da rádio conhecer o programa antes dele ir ao ar: saber o dia e horário que irá acontecer, qual o seu formato e os assuntos tratados. As chamadas promocionais podem ser rodadas com duas semanas de antecedência e durante a programação da emissora.

### Exemplo de chamada para rodar antes de iniciar o programa:



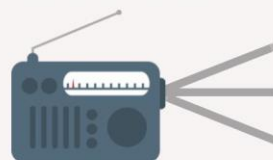
*A partir da próxima semana, todas as terças-feiras às 10 horas da manhã, o programa UNIVERSIDADE EM FOCO, irá fazer parte da grade de programação da rádio comunitária 87,9 // O UNIVERSIDADE EM FOCO é um programa da Universidade Federal de Santa Maria campus Frederico Westphalen que leva até você, entretenimento, curiosidades e informações sobre a UFSM/FW // UFSM/FW ensino público, gratuito e de qualidade//*

### Chamada para rodar após o programa já ter ido uma vez ao ar na emissora:



*Acompanhe aqui na comunitária 87,9 / todas as terça-feiras às 10 horas da manhã / o programa UNIVERSIDADE EM FOCO// O programa UNIVERSIDADE EM FOCO é uma produção da Universidade Federal de Santa Maria campus Frederico Westphalen em parceria com a rádio comunitária 87,9 e que leva até você, entretenimento, curiosidades e informações sobre a UFSM Frederico Westphalen // UFSM ensino público, gratuito e de qualidade//*

As chamadas, após serem criadas, também devem ser disparadas nas redes sociais da rádio comunitária, como Instagram, WhatsApp e TikTok, buscando engajar e alcançar o maior número de ouvintes.



## INFORMATIVOS

As Universidades devem enviar para as emissoras de rádio comunitárias boletins informativos curtos, em torno de 3 minutos com os assuntos que estão em evidência na instituição, como por exemplo, atividades que os projetos de extensão estão realizando na comunidade, eventos da Universidade, ingresso e reingresso, vagas de cursos, amparo social e atividades realizadas na instituição.

Os boletins devem ser em formato de áudio, com textos objetivos e com informações precisas sobre o tema apresentado. Os boletins serão veiculados durante a programação da emissora comunitária.

*“A Universidade Federal de Santa Maria - campus Frederico Westphalen foi criada em 2006, com os objetivos de promover a interiorização do ensino superior público e de impulsionar o desenvolvimento da região norte do Rio Grande do Sul. Desde sua criação a UFSM/FW possui 143 servidores, entre técnicos administrativos e docentes, 34 colaboradores terceirizados e possui um total de 7.900 alunos ingressantes.”*



## REFERÊNCIAS

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

BARICHELLO, Eugenia Mariano da Rocha. *Comunicação e comunidade do saber*. 1 ed. Santa Maria: Pallotti, 2001.

FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio: Teoria e Prática*. São Paulo, SP. Summus, 2014.

GIL, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LEYENDECKER, Niely Natalino de Freitas. **Universidade do Ar: nas ondas do rádio se formam os professores secundaristas**, 2019. 164p. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2019.

QGIS.org, 2022. Versão 3.16.1-Hannover. Sistema de Informação Geográfica QGIS. Associação QGIS. Disponível em: <<http://www.qgis.org>>. Acesso em 9 fev 2023.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo geral potencializar as rádios comunitárias como agentes de divulgação das universidades públicas e como mobilizadoras das comunidades para acesso ao ensino superior público. Para alcançar o objetivo em questão, os dados foram coletados em duas etapas, sendo a primeira, através de questionário com alunos de terceiros anos do ensino médio das cidades escolhidas. A segunda etapa foi através de uma entrevista semiestruturada com gestores e comunicadores das rádios comunitárias das mesmas cidades nas quais foram aplicados os questionários.

O objetivo dos dados era coletar informações sobre o público que ouve rádios comunitárias, conhecimento sobre universidades públicas, bem como, o conhecimento sobre a UFSM/FW, conhecer as rádios comunitárias e, na visão dos gestores/comunicadores, conhecer as características da audiência de cada emissora e o formato de programas que, na visão deles mais atrai a participação e audiência de seus ouvintes.

Os dados, após serem analisados estatisticamente (quantitativos) e verificados através da análise de conteúdo (BARDIN, 1977), foi possível perceber a semelhança entre as respostas obtidas nos questionários e nas entrevistas. De acordo com ambos, foi possível concluir que a faixa etária média que mais gera audiência para as rádios é acima dos 30 anos. Porém, 43,8% (Tabela 7) dos respondentes do questionário, os quais a maioria apresenta entre 18 e 19 anos, responderam que gostam de ouvir rádios comunitárias. De acordo com os resultados, percebe-se também, que a família dos respondentes do questionário, ouvem mais rádio do que os próprios respondentes.

De acordo com as entrevistas podemos concluir que, segundo os entrevistados, os programas que mais atraem a audiência da comunidade são programas de informações sobre a comunidade e região, programas de entrevistas com pessoas da própria comunidade e programas de debates sobre assuntos que afetam a localidade. Segundo os respondentes dos questionários 73,6% (Tabela 8) preferem ouvir programas musicais.

O turno do dia em que as rádios comunitárias apresentam a maior audiência é o turno da manhã e o da tarde em segundo.

Com isso, para a construção do produto final do presente trabalho, levou-se em consideração que a inserção das Universidades Públicas em rádios comunitárias deve ser feita voltada, em sua maioria, para a faixa etária acima dos 30 anos, ou seja, para a família dos potenciais ingressantes no ensino superior, pois como os dados mostraram, são eles que mais ouvem rádios comunitárias. Com isso, a informação sobre as universidades chegará até as

famílias e que, em conversas familiares, conseqüentemente, as informações chegarão até o público-alvo das instituições de ensino superior.

Considerando a porcentagem de alunos que ouvem rádio comunitária (Tabela 7), mesmo não sendo a maioria da audiência das rádios, os programas voltados para interesses desse público (Tabela 8) também devem ser levados em consideração na criação de uma proposta de programa para a inserção das universidades em rádios comunitárias.

Percebe-se que com a participação de pessoas que tenham ligação com a UFSM/FW e que também tenham ligação com a comunidade em que a rádio está inserida, na programação das rádios, seja em entrevistas, debates e/ou apresentações artísticas, se torna uma maneira eficiente de atrair a audiência das pessoas daquela localidade e uma forma interessante para divulgar a instituição.

De acordo com os dados obtidos através dos questionários, percebe-se que alunos dos terceiros anos utilizam com frequência a internet, principalmente (Tabela 4) através de seus *smartphones*. Percebe-se também, que é grande a porcentagem de alunos que consideram importante as rádios comunitárias estarem inseridas na internet (Tabela 10).

Portanto, para alcançar de forma mais efetiva ainda o público-alvo das universidades, faz-se necessário veicular a programação das rádios comunitárias na internet, seja no formato de *podcast* gravados ou ao vivo em áudio e vídeo.

Perante os resultados apresentados, fica evidente que o produto gerado responde o problema de pesquisa deste trabalho, sendo ele: **Quais recursos técnicos acionados através das rádios comunitárias podem contribuir para a divulgação das universidades públicas?**

Para pesquisas futuras sugere-se acompanhar a inserção das universidades nas rádios comunitárias e realizar o levantamento dos dados de ingressantes, antes e depois da inserção e compará-los para comprovar a efetividade dessa divulgação.

## REFERÊNCIAS

ALCAR. Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia. **Carta de Natal**, 2019. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/jornal-alcar/jornal-alcar-no-73-julho-2020/carta-de-natal> acesso em: 14 jun 2022.

ALVES, Cristiano Alvarenga. Gestão da comunicação das Universidades Federais: mapeamento das ações e omissões. 2015. 161 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2015.

ANDRÉ, Marli. O que é um estudo de caso qualitativo em educação?. **Revista da FAEEBA-Educação e Contemporaneidade**, v. 22, n. 40, p. 95-103, 2013.

ANDRELO, Roseane. O rádio a serviço da educação brasileira: uma história de nove décadas. **Revista histedbr on-line**, v. 12, n. 47, p. 139-153, 2012. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/histedbr/article/view/8640044/7603>. Acesso em: 10 Dez 2021.

APRILE, Maria Rita; BARONE, Rosa Elisa Mirra. Políticas públicas para acesso ao ensino superior e inclusão no mundo do trabalho—O programa universidade para todos (PROUNI) em Questão. In: **VI CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA. MUNDOS SOCIAIS: SABERES E PRÁTICAS**. Universidade Nova De Lisboa Faculdade De Ciências Sociais E Humanas. 2008.

ARAGÃO, Paula Balardin Ribeiro et al. **Engajamento de stakeholders e desempenho: estudo de caso de política pública municipal de educação** 2021. 83p. Dissertação (Mestrado em Gestão de organizações Públicas) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2021.

BAHIA, Lílian Mourão. **Rádios comunitárias: mobilização social e cidadania na reconfiguração da esfera pública**. 1 ed: Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

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

BARICHELLO, Eugenia Mariano da Rocha. **Comunicação e comunidade do saber**. 1 ed. Santa Maria: Pallotti, 2001.

BARICHELLO, Eugenia Maria Mariano da Rocha. Relações comunicacionais entre a Universidade e a Sociedade. **Iberoamericana de Educación**. Disponível em: <https://rieoei.org/historico/deloslectores/717Rocha.PDF>. Acesso em: 24 fev 2022.

BERNARDI, José Ricardo. Ditadura militar, projeto minerva e educação a distância. In: SEMANA DE CIÊNCIAS SOCIAIS, 15., 2014, Londrina, PR. Anais... Londrina: Departamento de Ciências Sociais: Londrina, PR: UEL, 2014. Disponível em: [http://www.uel.br/eventos/semanacsoc/pages/arquivos/GT3-%202014/GT3\\_Jose%20Ricardo%20Bernardi.pdf](http://www.uel.br/eventos/semanacsoc/pages/arquivos/GT3-%202014/GT3_Jose%20Ricardo%20Bernardi.pdf) . Acesso em: 11 dezembro 2021.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito et al. Conceito de comunicação pública. **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**, v. 2, p. 01-33, 2007.

BRASIL. **LEI Nº 13.146, DE 6 DE JULHO DE 2015**. Brasília. Presidência da Republica, 2015. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2015-2018/2015/lei/113146.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2015/lei/113146.htm) acesso em 08 de junho de 2022. 2022b

BRASIL. **LEI Nº 9.612, DE 19 DE FEVEREIRO DE 1998**. Brasília: Presidência da República, 1998. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19612.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19612.htm). Acesso em: 20 Nov 2021.

CALABRE, Lia. **A era do rádio**. ed. Rio de Janeiro: Schwarcz-Companhia das Letras, 2002.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. [Projeto de Lei 2805/20 (2020)] **Ciência, Tecnologia e Comunicações**. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/784019-comissao-aprova-beneficio-emergencial-de-r-10-mil-para-radios-comunitarias-durante-pandemia#:~:text=Como%20h%C3%A1%20cerca%20de%204,estimado%20em%20R%24%2045%20milh%C3%B5es>. Acesso em: 17 nov 2021.

CAPELLA, Ana Cláudia Niedhardt. **Formulação de Políticas**. Brasília: Enap, 2018. 151 p.

CASTRO, Cloves Alexandre. O PROCESSO DE URBANIZAÇÃO DA SOCIEDADE E O SURGIMENTO DAS PRIMEIRAS UNIVERSIDADES. **Geografia Ensino & Pesquisa**, v. 18, n. 1, p. 39-54, 2014.

CASTRO, Márcia Prado. O projeto minerva e o desafio de ensinar matemática via rádio. 2007. 105 p. Dissertação (mestrado em Matemática) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, SP, 2007.

CÉSAR, Cyro. **Como falar no rádio**. 10.ed. São Paulo, SP. Summus, 2009.

CHACON,VAMIREH. As Primeiras Universidades Brasileiras. *Revista Do Serviço Público*, 109(1), 157-147. 1974.

COCCO, Ricardo. Processos educativos em práticas comunicativas de radiodifusão comunitária: potenciais ambientes de produção de sentidos na perspectiva da heteroglossia. 2019. 135 f. Tese (Doutorado em Educação) - Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, RS, 2019.

COELHO, Jorge APM; SOUZA, Gustavo HS; ALBUQUERQUE, Josmário. Desenvolvimento de questionários e aplicação na pesquisa em Informática na Educação. **Metodologia de Pesquisa em Informática na Educação: Abordagem Quantitativa de Pesquisa**. Porto Alegre: SBC. *Série Metodologia de Pesquisa em Informática na Educação*, v. 2, 2020.



COGO, Denise. A Comunicação cidadã sob o enfoque do transnacional. **Intercom-Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 33, n. 1, p. 81-103, 2010.

COMUNITÁRIA. Rádio comunitária de Frederico Westphalen. Disponível em: <http://www.comunitaria.com.br/>. Acesso em: 21 fev 2022.

CONRAD, Kalliandra Quevedo. **Rádios comunitárias e mobilização social: Um estudo sobre as estratégias comunicacionais da rádiocom FM, de Pelotas-RS**, 2013. 178pg. Dissertação (Mestrado em Comunicação Midiática) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2013.

DA COSTA, Inara Regina Batista; VEIGA, Ricardo Teixeira. Divulgação científica sob a lógica dominada por serviço. **Revista Pretexto**, p. 60-68, 2020.

CREPALDI, André et al. **Rádio Comunitária Oeste FM: Estudo das Possibilidades de Interação nos Meios Analógicos e Digitais**. 2021. Dissertação (mestrado em Estudos Latino-Americanos) - Universidade Federal da Integração Latino-Americana. Foz do Iguaçu, PR, 2021.

DA ROCHA FILHO: SANTA-MARIENSE E GAÚCHO DO SÉCULO XX. 2011.

DA SILVA MARTINS, Raquel; DA SILVA MARTINS, Maria Elenita; QUARESMA, Carla Michele Andrade. Comunicação e Cidadania: Comunicação Rede Acolhe da Defensoria Pública Geral do Estado-CE com os Assistidos. **Intercom - XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste - São Luis - MA**. 2019.

DA SILVA, Lisiane Vasconcellos. MACHADO, Lisiane. SACCOL, Amarolinda. AZEVEDO, Debora. **Metodologia de pesquisa em administração**. 1ed. São Leopoldo, RS. Editora Unisinos, 2012.

DA SILVA, Thiers Gomes; GOBBI, Maria Cristina. Aprimoramentos na prática da locução radiofônica: estímulos para atrair a atenção do ouvinte. **Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais**, v. 1, n. 4, 2021.

DANTAS, Luiz Felipe Santoro; DECCACHE-MAIA, Eline. Divulgação Científica no combate às Fake News em tempos de Covid-19. **Research, Society and Development**, v. 9, n. 7, 2020.

DAVENPORT, T. H. Reengenharia de Processos: como inovar na empresa através da tecnologia da informação. Rio de Janeiro: *Campus*, 1994.

DE CARVALHO BERTI, Orlando Maurício. Rádios comunitárias no Brasil. Vinte anos depois do início de suas legalizações. Pontos e contrapontos. **Ante la ley: reconfiguraciones de la identidad política de las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas**. 2018.

DE OLIVEIRA, Talita Cristina.. REINTERPRETANDO A ESFERA PÚBLICA: HABERMAS PELAS LENTES DE FRASER. Porto Alegre: Fundação Fenix, 2020 320-334 pg.



DE OLIVEIRA, Vanessa Costa; SCHUSTER, Patrícia Regina. O papel das rádios comunitárias gaúchas na pandemia do coronavírus: sintomas do adoecimento da fala popular. **Radiofonias–Revista de Estudos em Mídia Sonora**, v. 11, n. 2, 2020.

DE PAULA, Maria de Fátima. A formação universitária no Brasil: concepções e influências. **Avaliação: Revista da Avaliação da Educação Superior (Campinas)**, v. 14, p. 71-84, 2009.

DEL BIANCO, Nélia Rodrigues; ESCH, Carlos Eduardo. Rádios Públicas Brasileiras: condições de funcionamento, gestão e adaptabilidade à tecnologia digital. **Anuário Internacional de Comunicação: Médios públicos e Espaço Lusófono, Santiago de Compostela, LUSOCOM/AGACOM**, n. 10, p. 85-99, 2012.

DO NASCIMENTO PEDROSA, Tatiana. SILVA, Cynthia Tereza Corrêa. DE OLIVEIRA, Cinthya Iamille Frithz Brandão. OHANA, Débora Teixeira. PONCIANO, Ana Elisa Freire. AVELINO, João Gustavo Costa. LIMA, Natacha Pinheiro Costa. MARTIM, Salomão Rocha. DOS REIS, Vivian Pereira. Ação Saúde: a universidade levando informação à rádio comunitária. **Revista Ciência em Extensão**, v. 6, n. 2, p. 7-14, 2010.

DOS SANTOS CONCEIÇÃO, Verônica Alves; CHAGAS, Alexandre Meneses. O pesquisador e a divulgação científica em contexto de cibercultura e inteligência artificial. **Acta Scientiarum. Education**, v. 42, 2020.

DUARTE, Jorge. Comunicação pública. **São Paulo: Atlas**, p. 47-58, 2007.

DUARTE, Jorge; MONTEIRO, Graça. Potencializando a comunicação nas organizações. **Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas**, v. 2, p. 333-359, 2009.

DUARTE, Maria Izabel Mariano da Rocha. **Fotobiografia de José Mariano da Rocha Filho: Santa-Mariense e Gaúcho do Século XX**, 2011. 149p. Dissertação (Mestrado profissionalizante em patrimônio cultural) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2011.

ESCOBAR, Herton. Divulgação científica: faça agora ou cale-se para sempre. **ComCiência e divulgação científica**, p. 31. / Carlos Vogt, Marina Gomes, Ricardo Muniz (Organizadores). – Campinas, SP: BCCL/ UNICAMP, 2018.

FATTORI, Camila Campos Tinoco et al. Formação de gestores educacional em mobilização social. **Revista de Políticas Públicas e Gestão Educacional (POLIGES)**, v. 2, n. 3, p. 104-126, 2021.

FÁVERO, Maria de Lourdes de Albuquerque. A Universidade no Brasil: das origens à Reforma Universitária de 1968. **Educar em Revista**, p. 17-36, 2006.

FEE. Fundação de Economia e Estatística. Unidades Geográficas. Disponível em: <http://feedados.fee.tche.br/feedados/home/unidadesgeograficas/microrregioes/19?crawling=tr> ue. Acesso em: 25 agosto 2021.

FERRARETTO, Luiz Artur. De 1919 a 1923, os primeiros momentos do rádio no Brasil. **Revista Brasileira de História da Mídia**, v. 3, n. 1, 2014.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio, o veículo, a história e a técnica**. 2 ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: Teoria e Prática**. São Paulo, SP. Summus, 2014.

FERRARI, Marian AL; SEKKEL, Marie Claire. Educação inclusiva no ensino superior: um novo desafio. **Psicologia: ciência e profissão**, v. 27, n. 4, p. 636-647, 2007.

FERREIRA, Elsa Cristina da Costa. A importância das instituições de ensino superior no desenvolvimento regional em Portugal. 2019. 285p. Tese (doutorado em Gestão) - Universidade de Évora, Évora, PT, 2019.

FISCHER, William. **Transmissão de sinais em radiofrequência via ondas curtas**. 2019. 81p. Trabalho de Conclusão de Curso - Universidade do Vale do Taquari, Lajeado, RS, 2018.

FREUND, John E.; SIMON, Gary A. Estatística aplicada: Economia. **Administração e**, 2006. 536 p.

FREEMAN, Robert Edward. Strategic Management: A Stakeholders Approach: Pitman Publishing. 1984.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6 ed . São Paulo: Atlas, 2017.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIRARDI, Ilza. JACOBUS, Rodrigo. **Como fazer rádio comunitária com “C” maiúsculo**. Porto Alegre, RS. Inverno, 2009.

GIROUX, Henry. Ensino superior, para quê?. **Educar em Revista**, n. 37, p. 25-38, 2010.

GOOGLE MAPS. Rota entre UFSM Frederico Westphalen e UFSM Santa Maria. Disponível em: <https://www.google.com.br/maps/dir/UFSM+Campus+Frederico+Westphalen+-+R.+Sete+de+Setembro+-+Frederico+Westphalen,+RS/UFSM+-+Camobi,+Santa+Maria+-+RS/@-28.6212077,-53.5956745,8.75z/data=!4m13!4m12!1m5!1m1!1s0x94fb9db67ed47759:0xb194bc9a6b1b44d3!2m2!1d-53.428384!2d-27.394783!1m5!1m1!1s0x9503b5e734a7c815:0x82b3f9bdf92727ec!2m2!1d-53.7183707!2d-29.7215493>. Acesso em: 16 dez 2021. 2021a.

GOOGLE MAPS. Rotas, Frederico Westphalen - RS - Caiçara-RS. Disponível em: <https://www.google.com.br/maps/dir/Frederico+Westphalen+-+RS/Cai%C3%A7ara,+RS/@-27.3188839,-53.4484086,13z/data=!3m1!4b1!4m13!4m12!1m5!1m1!1s0x94fb9e016ff83cd5:0xcddf0d9fd97b0aa!2m2!1d-53.3993763!2d-27.3587084!1m5!1m1!1s0x94fba03522f8d28b:0xc9cb02e86c46c22d!2m2!1d-53.4274639!2d-27.2792148>. Acesso em 26 de abr de 2022.

GOOGLE MAPS. Rotas, Frederico Westphalen-RS - Taquaruçu do Sul-RS. Disponível: <https://www.google.com.br/maps/dir/Frederico+Westphalen,+RS/Taquaru%C3%A7u+do+Sul>

[L,+RS/@-27.3905962,-53.4676089,13z/data=!3m1!4b1!4m13!4m12!1m5!1m1!1s0x94fb9e06cbfd93c5:0x88889676991b518d!2m2!1d-53.3993835!2d-27.3587196!1m5!1m1!1s0x94fb9c0c1a637bf5:0x4a5fc537202e00a6!2m2!1d-27.3959402](https://www.google.com/maps/dir/Frederico+Westphalen,+RS/Erval+Seco,+RS/@-27.3905962,-53.4676089,13z/data=!3m1!4b1!4m13!4m12!1m5!1m1!1s0x94fb9e06cbfd93c5:0x88889676991b518d!2m2!1d-53.3993835!2d-27.3587196!1m5!1m1!1s0x94fb9c0c1a637bf5:0x4a5fc537202e00a6!2m2!1d-27.3959402). Acesso em: 22 de nov de 2021.

GOOGLE MAPS. Rotas, Frederico Westphalen-RS - Erval Seco-RS. Disponível em: <https://www.google.com.br/maps/dir/Frederico+Westphalen,+RS/Erval+Seco,+RS/@-27.4556005,-53.5186793,12z/data=!3m1!4b1!4m13!4m12!1m5!1m1!1s0x94fb9e06cbfd93c5:0x88889676991b518d!2m2!1d-53.3993835!2d-27.3587196!1m5!1m1!1s0x94fb842492b3beed:0x7954f1905e490e8a!2m2!1d-53.5082998!2d-27.5487742> Acesso em 24 de nov de 2021.

GUERRA, Agercicleiton C.; ROCHA, Antônia RM. Reuni no contexto das universidades federais: números, avanços e retrocessos. *Revista Praxis Pedagógica*, Porto Velho, v. 2, n. 2, p. 139-157, 2019.

GUERRA, Laís Cerqueira. CARVALHO, Fernanda. AURELIANO, Carolina Flausino. DA SILVA, Allana Alves. SANCHEZ, João Marcelo Vila Real. O papel da rádio favela na construção democrática da esfera pública: um olhar habermasiano. In: **Anais do Congresso Nacional Universidade, EAD e Software Livre**, 2020.

GUERRINI, Daniel et al. Acesso e democratização do ensino superior com a Lei nº 12.711/2012: o câmpus de Londrina da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). **Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos**, v. 99, p. 17-36, 2018.

GUIMARÃES, Paulo Ricardo Bittencourt. *Métodos quantitativos estatísticos*. 2008.

GUNASEKARA\*, Chrys. The third role of Australian universities in human capital formation. **Journal of higher education policy and management**, v. 26, n. 3, p. 329-343, 2004.

HABERMAS, Jurgen. *Mudança Estrutural da Esfera Pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Tradução de Flávio Kothe - Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003 398p

HABERMAS, Jürgen; LENNOX, Sara; LENNOX, Frank. The public sphere: An encyclopedia article (1964). **New German Critique**, n. 3, p. 49-55, 1974.

HAIR, Joseph F., BLACK, William C., BABIN, Barry J., ANDERSON, Rolph E. TATHAM, Ronald L. **Análise Multivariada de Dados**. 6 ed. Porto Alegre, RS. Bookman, 2009.

HAYASHI, Carmino. RABELO, João Paulo Moraes. PELLI, Afonso. SIANI, Sérgio Ricardo. Rádios Comunitárias como ferramentas na educação não formal, subsidiando Educação Ambiental em regiões urbanas periféricas. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 11, p. e427101119730-e427101119730, 2021.

IBGE. Cidades e Estados - Caiçara RS. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/caicara/panorama>. Acesso em: 26 abr 2022.

IBGE. Cidades e Estados - Erval Seco RS. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/erval-seco/panorama>. Acesso em: 24 nov 2021.

IBGE. Cidades e Estados - Frederico Westphalen RS. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/frederico-westphalen.html> Acesso em: 16 nov 2021.

IBGE. Cidades e Estados - Taquaruçu do Sul RS. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/taquarucu-do-sul.html> Acesso em: 24 nov 2021.

IBGE. Uso de Internet, Televisão e Celular no Brasil. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html#subtitulo-0>. Acesso em: 10 de novembro de 2021.2021<sup>a</sup>.

JÚNIOR, Lourival da Cruz Galvão; VAZ FILHO, Pedro Serico. Vozes da rádio comunitária: O papel da Heliópolis FM na luta contra a Covid-19 na cidade de São Paulo. *Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG*, v. 11, n. 03, p. 105-132, set./dez. 2020.

JÚNIOR, Severino Domingos da Silva; COSTA, Francisco José. Mensuração e escalas de verificação: uma análise comparativa das escalas de Likert e Phrase Completion. *PMKT– Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia*, v. 15, n. 1-16, p. 61, 2014.

KLÖCKNER, Luciano. O Repórter Eso e Getúlio Vargas. **Portal de Livre Acesso à Produção em Ciências da Comunicação**, 2004. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/74695668814433177230257016087316867641.pdf> . Acesso em: 10 de dez 2021.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Comunicação Organizacional**: v. 2. Linguagem, gestão e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 333-359.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Universidade e comunicação na edificação da sociedade. Edições Loyola, 1992.

LEAL, Sayonara de Amorim Gonçalves. **Rádio comunitária, espaço público e democracia: estudos de casos na França e no Brasil**. 2007. 427 f. Tese (Doutorado em Sociologia) - Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2007.

LEITÃO, Carla. **A entrevista como instrumento de pesquisa científica em Informática na Educação: planejamento, execução e análise**. In: PIMENTEL, Mariano; SANTOS, Edméa. (Org.) Metodologia de pesquisa científica em Informática na Educação: abordagem qualitativa. Porto Alegre: SBC, 2021. (Série Metodologia de Pesquisa em Informática na Educação, v. 3) Disponível em: <<https://metodologia.ceie-br.org/livro-3/>>. Acesso em: 03 mar 2022.

LEYENDECKER, Niely Natalino de Freitas. **Universidade do Ar: nas ondas do rádio se formam os professores secundaristas**, 2019. 164p. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2019.

LOPEZ, Debora Cristina; RESENDE, Marcos; BORGES, Daniel. Locução automatizada e o rádio musical: primeiras aproximações. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 42, p. 185-199, 2019.

LUZ, Dalvan Batista da. **O programa Cidade Ativa da Rádio Comunitária Ativa FM 87, 9 de Nova Prata à luz dos princípios da comunicação comunitária**. 2019. 113p. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, RS, 2019.

LUZ, Maria Moraes. As rádios comunitárias como espaços contra-hegemônicos: entrevista com Raquel Paiva. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, v. 11, n. 3, 2011.

MAIA, Rousiley; CASTRO, Maria Céres Pimenta Spínola. **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Editora Ufmg, 2006.

MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de Marketing: uma organização aplicada. 6 ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

MANSUR, Vinicius et al. Da publicação acadêmica à divulgação científica. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 37, p. e00140821, 2021.

MATOS, Heloiza. **Comunicação Pública: Interloquções, Interlocutores e perspectivas**. 1 ed. São Paulo: ECA, 2012.

MELO, Emmily; VERAS, Laura; ALMEIDA, Edileuson. Um estudo sobre a Rádio Comunitária Parente FM: A Rádio que toca a família. **X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte - Boa Vista - RR**. 2011.

MENEGUEL, Yvonete Pedra; OLIVEIRA, Oseias de. O Rádio no Brasil: do surgimento à década de 1940 e a primeira emissora de rádio em Guarapuava. 2018. Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/713-4.pdf>. Acesso em: 11 de nov 2021.

MESQUITA, Giovana; PAZ, Carolina. Integrando Comunicação e Medicina no ensino da Comunicação Comunitária: uma experiência brasileira inovadora. **Contratexto**, n. 033, p. 153-169, 2020.

MIANI, Rozinaldo Antonio. O papel das rádios comunitárias no contexto de desenvolvimento sociopolítico local no Paraná. **Ação Midiática–Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura**, v. 1, n. 13, p. 53-74, 2017.

MOREIRA, Benedito Dielcio. Desafios da Divulgação Científica: os primeiros passos na UFMT. **Divulgação científica: debates, pesquisas e experiências**. Org. **Benedito MOREIRA, Benedito Dielcio**, p. 14-31, 2017. Disponível em: [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53376638/15.09\\_LIVRO\\_DE\\_PESQUISA-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1641822631&Signature=ONnuYh~8II9C9N5PgVHNIkpXi0cx6as3vW8xZ3L2Uw1WG5zXeq9MR4fC5~QhJFQp8SWTcYevjvZlYixbcw7J8Z6V~Rx2kxAtZXqI41CauhYjo-pO-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53376638/15.09_LIVRO_DE_PESQUISA-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1641822631&Signature=ONnuYh~8II9C9N5PgVHNIkpXi0cx6as3vW8xZ3L2Uw1WG5zXeq9MR4fC5~QhJFQp8SWTcYevjvZlYixbcw7J8Z6V~Rx2kxAtZXqI41CauhYjo-pO-)

[circmf83SN1mwih~oqrVSbFcvI9GY8R9boIXPk1rZGy4StYI81723eyA~NVSihv98quZq303ShAupthskUXfsFnpzFE7QffpBhubuvw9Vr9XqX8auLMPP2V-defrcuGfI7cYUBdbafdvImLDyhhje1bAhPJRHIFGZBKYNuDbARPKZUyoC2lnXcE9-Z~8qVhez2tEsElo6tCffdDqn~fZuLtTTYkFCDacKnsD4g\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA#page=16](http://circmf83SN1mwih~oqrVSbFcvI9GY8R9boIXPk1rZGy4StYI81723eyA~NVSihv98quZq303ShAupthskUXfsFnpzFE7QffpBhubuvw9Vr9XqX8auLMPP2V-defrcuGfI7cYUBdbafdvImLDyhhje1bAhPJRHIFGZBKYNuDbARPKZUyoC2lnXcE9-Z~8qVhez2tEsElo6tCffdDqn~fZuLtTTYkFCDacKnsD4g_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA#page=16). Acesso em: 10 nov 2021.

NASCIMENTO, Paulo Meyer. RAMOS, Daniela Lima. DE MELO, Adriana Almeida Sales. CASTIONI, Remi. **Acesso domiciliar à internet e ensino remoto durante a pandemia**. 2020. Nota Técnica disponível em: [http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/10228/1/NT\\_88\\_Disoc\\_AcesDomInternEnsinoRemoPandemia.pdf](http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/10228/1/NT_88_Disoc_AcesDomInternEnsinoRemoPandemia.pdf). Acesso: em 14 nov 2021.

NEVES, Leandro Queiroz Santos; MATTOS, Sérgio Augusto Soares. *Ciência e Rádio Universitária: jornalismo científico por meio do rádio na Universidade Federal do Recôncavo da Bahia*. 2020.

OLIVEIRA, Karina. *A Universidade e seu papel fomentador no desenvolvimento científico e tecnológico brasileiro*. 2015. JusBrasil. Disponível em: <https://karinaso.jusbrasil.com.br/artigos/245682699/a-universidade-e-seu-papel-fomentador-no-desenvolvimento-cientifico-e-tecnologico-brasileiro> acesso em 24 fevereiro 2022.

OLIVEIRA, Terezinha. Origem e memória das universidades medievais a preservação de uma instituição educacional. **Varia Historia**, v. 23, p. 113-129, 2007.

PAIM, Janir de Quadra. *Contribuições das universidades comunitárias de Santa Catarina para o desenvolvimento regional na sociedade do conhecimento*. 2017. 159p. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Socioeconômico) - Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, SC, 2017.

PERLATTO, Fernando. Habermas, a esfera pública e o Brasil. **Revista Estudos Políticos**, v. 3, n. 5, p. 78-94, 2012.

PERUZZO, Cicilia Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. 3 ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Movimentos sociais, cidadania e o direito à comunicação comunitária nas políticas públicas. **Fronteiras-estudos midiáticos**, v. 11, n. 1, p. 33-43, 2009.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. Rádios livres e comunitárias, legislação e educomunicação. **Economia Política das Tecnologias da Informação e da Comunicação**, v. 11, n. 3, 2011. Disponível em: [https://web.archive.org/web/20160912193211id\\_/http://www.seer.ufs.br:80/index.php/epic/article/viewFile/98/70](https://web.archive.org/web/20160912193211id_/http://www.seer.ufs.br:80/index.php/epic/article/viewFile/98/70). Acesso em 9 dez 2021.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling; VOLPATO, Marcelo de Oliveira. Conceitos de comunidade, local e região: inter-relações e diferença. **Líbero**, n. 24, p. 139-152, 2016.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. *Comunicação nos movimentos sociais: o exercício de uma nova perspectiva de direitos humanos//The social movements communication: the exercise of*

a new perspective on human rights. **Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura**, v. 11, n. 1, p. 161-181, 2013.

PESTANA, Maria Helena; GAGEIRO, João Nunes **Análise de dados para ciências sociais: a complementaridade do SPSS**. Lisboa: Silabo, 2003.

PRADO, Magaly. **História do rádio no Brasil**. ed. São Paulo: Da Boa Prosa, 2012.

PROGRAD. Número de matrículas na UFSM Frederico Westphalen, 2021. Anexo A

QGIS.org, 2023. Versão 3.16.1-Hannover. Sistema de Informação Geográfica QGIS. Associação QGIS. Disponível em: <<http://www.qgis.org>>. Acesso em 9 fev 2023.

RÁDIO CAIÇARA. Rádio Comunitária de Caiçara. Disponível em: <https://www.radiocaicara879.webradios.net/>. Acesso em 27 fev 2023.

RÁDIO NATIVA FM. Rádio Comunitária de Erval Seco. Disponível em: <http://ervalseco.com/>. Aceso em 27 fev 2023

RÁDIO TAQUARUÇU. Rádio comunitária de Taquaruçu do Sul. Disponível em: <http://www.taquarucufm.com.br/>. Acesso em 21 fev 2022.

RIBEIRO, Jorge Luiz Lordêlo de Sales; MORAIS, Vitor Guimarães. A possível relação entre o SiSU e a evasão nos primeiros semestres dos cursos universitários. **Revista Brasileira de Educação**, v. 25, 2020.

RODRIGUES, Wander José Rezende. APRESENTAÇÃO DA 1 EDIÇÃO. **Revista Eletrônica Mutações**, v. 13, n. 20, p. 1-1, 2020.

RUAS, CLAUDIA MARA STAPANI. A RÁDIO COMUNITÁRIA COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO LOCAL. **Campo Grande: UCDB**, 2002.

SANTOS, Eliene; PRATA, Nair; MEDEIROS, Rafael. Rádios comunitárias no Brasil: Entre a clandestinidade ea relevância social. **Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación**, n. 140, p. 129-146, 2019.

SANTOS, José Carlos. " **Eu cresço com o Minerva e o Brasil cresce também**". o **Projeto Minerva pela Radiobrás**: a experiência em Sergipe (Brasil-1970/1985). 2016. 235 p. Tese (Doutorado em Educação) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, RS, 2016.

SANTOS, Matheus Henrique Souza; TERENCE, Ana Cláudia Fernandes. Rádio comunitária como ferramenta de ampliação da cidadania: desafios, dificuldades e o papel das lideranças. **Retratos de Assentamentos**, v. 21, n. 1, p. 186-206, 2018.

SECCHI, Leonardo. **Políticas públicas: conceitos, esquemas de análise, casos práticos**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

SENA, Dianne. Rádio e Educação Física: Intervenções. **Projeto De Meios Tecnológicos Em Educação Universitária**, v. 2175, p. 28. 2018

SILVA, Francisco Tenório. O esvaziamento educacional do Movimento de Educação de Base (MEB): uma abordagem discursiva. **Research, Society and Development**, v. 9, n. 2, p. e22921929-e22921929, 2020.

SILVA, Thayse de Oliveira; SILVA, Lebiã Tamar Gomes. Os impactos sociais, cognitivos e afetivos sobre a geração de adolescentes conectados às tecnologias digitais. *Rev. psicopedag.*, São Paulo, v. 34, n. 103, p. 87-97, 2017.

SIMÕES, Mara Leite. O surgimento das universidades no mundo e sua importância para o contexto da formação docente. **Universidade Federal da Paraíba. Revista Temas em Educação**, v. 22, n. 2, p. 136, 2013.

SIQUEIRA, Ethevaldo. **Revolução digital: história e tecnologia no século 20**. Ed. Saraiva, 2007.

SOUSA, Jonilto Costa; DE CAMARGO DIAS, Pedro Henrique Rodrigues. Integração do planejamento estratégico ao pensamento estratégico. **Revista de Ciências da Administração**, v. 19, n. 47, p. 29-44, 2017.

SOUZA, Karlla; DA CUNHA, Mônica Ximenes Carneiro. Impactos do uso das redes sociais virtuais na saúde mental dos adolescentes: uma revisão sistemática da literatura. **Revista Educação, Psicologia e Interfaces**, v. 3, n. 3, p. 204-2017, 2019.

SPIAZZI, Sendi Chiapinotto Chiapinotto; BATTISTELLA, Luciana Flores. Gestão de processos de comunicação em instituições federais de ensino superior: um estudo de campo na Universidade Federal de Santa Maria. **Ciências da Administração**, v. 21, n. 54, p. 145-160, 2019.

SPIAZZI, Sendi Chiapinotto et al. Gestão de processos de comunicação em instituições federais de ensino superior: um estudo de campo na Universidade Federal de Santa Maria. 2018. 191 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria - RS. 2018.

SUGRAD. Ingressantes da UFSM/FW, 2021. Anexo B.

SUGRAD. Ingressantes da UFSM/FW, 2023. Anexo H.

TORO, José Bernardo; WERNECK, Nisia Maria Duarte. Mobilização Social: um modo de construir a democracia e a participação. BRASIL: UNICEF, 1996.

UFSM. Frederico Westphalen, Universidade Federal de Santa Maria. Disponível em: <https://www.ufsm.br/unidades-universitarias/frederico-westphalen> Acesso em: 16 jan de 2023.



UFSM. Política de Comunicação. Disponível em: <https://www.ufsm.br/proreitorias/proplan/regulamento-da-politica-de-comunicacao-da-ufsm/> Acesso em: 22 dez 2021. 2021b.

UFSM. Portal de projetos. Disponível em: <https://portal.ufsm.br/projetos/publico/projetos/list.html;jsessionid=df8870a1e06bc11516f3f401e52d>. Acesso em: 01 de dez de 2022. 2022a.

UFSM. Projeto SEJA UFSM FW. Disponível em: <https://www.ufsm.br/unidades-universitarias/frederico-westphalen/2022/11/11/o-projeto-seja-ufsm-fw-do-campus-da-universidade-federal-de-santa-maria-em-frederico-westphalen-realizou-a-1a-edicao-do-evento-sou-ufsm-seja-voce-tambem/> Acesso em: 01 de dez de 2022.

UFSM. Unidades Universitárias. Disponível em: <https://www.ufsm.br/unidades-universitarias/frederico-westphalen/> Acesso em: 25 de nov de 2021.

VOLPATO, Marcelo De Oliveira. Cidadania e processos educativos em rádios comunitárias do interior paulista. **Perspectivas midiáticas e de educação na contemporaneidade**, p. 144, 2021.

WEBER, Maria Helena. Na comunicação pública, a captura do voto. **Logos**, v. 14, n. 2, p. 21-42, 2007.

WEIGELT, Diego. O futuro do rádio sob o olhar dos jovens brasileiros. **Interação**, v. 21, n. 4, p. 15-29, 2021.

WIECHORK, Sandro. Análise da estrutura produtiva da microrregião de Frederico Westphalen (2005 – 2015). 2017. 105 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional e Agronegócio) - Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Toledo, 2017.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso-: Planejamento e métodos**. Bookman editora, 2015.

ZÉMOR, Pierre. Como anda a comunicação pública?. **Revista do Serviço Público**, v. 60, n. 2, p. 189-195, 2009.

## ANEXOS

## ANEXO A



Ministério da Educação  
Universidade Federal de Santa Maria  
Pró-Reitoria de Graduação

Prezado Mateus Scherer,

Conforme solicitação feita por e-mail à [prograd@ufsm.br](mailto:prograd@ufsm.br), seguem informações obtidas pelo SIE - Sistema de Informações para o Ensino da UFSM:

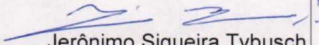
**Total de matriculados na UFSM campus Frederico Westphalen, de 2006 a 2021: 14.839.** Considerando “matriculados” aqueles estudantes que realizaram a matrícula e efetivamente cursaram as disciplinas, sem trancamento e/ou interrupções – que realizaram a matrícula no Portal do Aluno e/ou via coordenação do curso.

**Total de estudantes em 2021, na UFSM campus Frederico Westphalen, em situação de “matriculado”, “trancamento” e “não matriculados”: 1.257 (2021/1) e 1.182 (2021/2)**

Vale salientar que estes dados estão disponíveis publicamente no site *UFSM em Números* (<https://portal.ufsm.br/ufsm-em-numeros/publico/index.html>) e representam números globais que não envolvem pesquisa com seres humanos. Caso contrário, é necessário que a pesquisa passe pelo Conselho de Ética na Pesquisa (CEP).

Desejo sucesso.

Atenciosamente,

  
Jerônimo Siqueira Tybusch  
Pró-Reitor de Graduação  
Universidade Federal de Santa Maria

## ANEXO B



Ministério da Educação  
Universidade Federal de Santa Maria  
Campus Frederico Westphalen-RS.  
**Secretaria Unificada de Graduação - SUGRAD**

**Prezado Matheus Scherer!**

Atendendo à solicitação, encaminho os dados referentes ao número de alunos ingressantes e formandos na UFSM Campus Frederico Westphalen. Os dados foram garimpados no Sistema de Informações para o Ensino da UFSM (SIE). Os gráficos e mapas foram produzidos por mim e pela equipe da Secretaria Unificada de Graduação (SUGRAD) do Campus

Os dados foram apresentados na íntegra na 36ª Jornada Acadêmica Integrada da UFSM realizada em novembro de 2021 sob o título: "Ingresso na UFSM Frederico Westphalen: Impactos, riscos e ações pós início da pandemia".

Secretaria Unificada de Graduação – SUGRAD, da Universidade Federal de Santa Maria, Campus Frederico Westphalen, aos 10 dias do mês de janeiro de 2022.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Ricardo Cocco".

Ricardo Cocco

Chefe da Secretaria Unificada de Graduação  
UFSM / FW



## ANEXO C

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Título do estudo: ***A UNIVERSIDADE IRRADIADA: uma proposta para divulgação de universidades públicas em rádios comunitárias***

Pesquisador responsável: Elisangela Carlosso Machado Mortari

Instituição/Departamento: Programa de Pós Graduação em Gestão de Organizações Públicas - UFSM

Telefone e endereço postal completo: (55) 3220-9362. Avenida Roraima, 1000, prédio Da Reitoria, sala 725, 97105-900 - Santa Maria - RS. Elisangela Carlosso Machado Mortari, Rua Antônio Torronteguy,57 - B. Camobi - Santa Maria/RS CEP: 97110-740 Telefone: (55) 3220 8487 - Email: [elimortari@gmail.com](mailto:elimortari@gmail.com)

Local da coleta de dados: Frederico Westphalen, Erval Seco, Taquaruçu do Sul e Caiçara

Eu, Elisangela Carlosso Machado Mortari, responsável pela pesquisa ***A UNIVERSIDADE IRRADIADA: uma proposta para divulgação de universidades públicas em rádios comunitárias***, o convidamos a participar como voluntário deste nosso estudo.

Essa pesquisa pretende divulgar cada vez mais as Universidades Federais, que possuem graduação gratuita e oferecem todo o amparo social (moradia, comida) durante a graduação, através das rádios comunitárias, bem como, reforçar as rádios comunitárias como um meio de comunicação que está a serviço das comunidades em prol de um bem comum. Acreditamos que ela seja importante porque potencializará as rádios comunitárias como um meio de mobilização quanto ao acesso ao ensino superior público. Para o desenvolvimento deste estudo será feito o seguinte: Entrevista semiestruturada com os gestores das rádios comunitárias sobre o funcionamento das mesmas . Sua participação constará em descrever através da entrevista: a) distância estimada que a rádio atinge; b) principal fonte de recursos financeiros; c) tempo de permanência no ar; d) quantidade de locutores e técnicos que compõe a equipe; e) atuação nas redes sociais; f) estimativa de audiência; g) perfil dos ouvintes; e h) produção de conteúdo sobre ingresso ao ensino superior e às universidades públicas. A entrevista será gravada e transcrita.

Há riscos mínimos aos participantes em razão do tempo dedicado ao preenchimento do questionário e ao desconforto com alguma questão proposta (sendo de livre escolha o preenchimento para todas as questões), além do desconforto com a gravação em áudio das entrevistas.

Sendo sua participação voluntária, você não receberá benefício financeiro. Os gastos necessários para a sua participação na pesquisa serão assumidos pelos pesquisadores.

*Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da UFSM – CEP da UFSM*

Av. Roraima, n. 1000 - Prédio da Reitoria, 7º andar, sala 725 - bairro Camobi - Santa Maria/RS - CEP 97.105-900 Telefone: (55) 3220-9362 - E-mail: [cep.ufsm@gmail.com](mailto:cep.ufsm@gmail.com) - Web: [www.ufsm.br/pro-reitorias/prpgp/cep/](http://www.ufsm.br/pro-reitorias/prpgp/cep/)

Desta forma, caso ocorra algum problema decorrente de sua participação na pesquisa, você terá acompanhamento e assistência de forma gratuita. Fica, também, garantido o seu direito de requerer indenização em caso de danos comprovadamente decorrentes da participação na pesquisa.

Os benefícios: essa pesquisa beneficiará toda a comunidade que pretende cursar uma universidade pública e gratuita, com a divulgação das Universidades Federais em todas as plataformas midiáticas, levando em consideração todas as classes sociais e seus meios de acessar as informações e potencializará as rádios comunitárias como um meio de mobilização.

**Você tem garantida a possibilidade de não aceitar participar ou de retirar sua permissão a qualquer momento, sem nenhum tipo de prejuízo pela sua decisão.**

Durante todo o período da pesquisa você terá a possibilidade de tirar qualquer dúvida ou pedir qualquer outro esclarecimento. Para isso, entre em contato com algum dos pesquisadores ou com o Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos.

As informações desta pesquisa serão confidenciais e poderão ser divulgadas em eventos ou publicações, **sem a identificação dos voluntários**, a não ser entre os responsáveis pelo estudo, sendo assegurado o sigilo sobre sua participação.

#### **Autorização**

Eu, \_\_\_\_\_, após a leitura ou a escuta da leitura deste documento e ter tido a oportunidade de conversar com o pesquisador responsável, para esclarecer todas as minhas dúvidas, estou suficientemente informado, ficando claro para que minha participação é voluntária e que posso retirar este consentimento a qualquer momento sem penalidades ou perda de qualquer benefício. Estou ciente também dos objetivos da pesquisa, dos procedimentos aos quais serei submetido, dos possíveis danos ou riscos deles provenientes e da garantia de confidencialidade. Diante do exposto e de espontânea vontade, expresso minha concordância em participar deste estudo e assino este termo em duas vias, uma das quais foi-me entregue.

Santa Maria, .... de ..... de 20.....

\_\_\_\_\_  
Assinatura do voluntário

\_\_\_\_\_  
Assinatura do responsável pela obtenção do TCLE

*Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da UFSM – CEP da UFSM*

Av. Roraima, n. 1000 - Prédio da Reitoria, 7º andar, sala 725 - bairro Camobi - Santa Maria/RS - CEP  
97.105-900 Telefone: (55) 3220-9362 - E-mail: cep.ufsm@gmail.com - Web:  
[www.ufsm.br/pro-reitorias/prpqp/cep/](http://www.ufsm.br/pro-reitorias/prpqp/cep/)



## ANEXO D

**TERMO DE CONFIDENCIALIDADE**

Título do projeto: A UNIVERSIDADE IRRADIADA: uma proposta para divulgação de universidades públicas em rádios comunitárias

Pesquisador responsável: Elisangela Carlosso Machado Mortari

Instituição: Universidade Federal de Santa Maria

Telefone para contato: 55 996509449 - 55 3220 8487

Local da coleta de dados: Questionários: Escola Estadual de Ensino Médio Cardeal Roncali (Frederico Westphalen - RS), Escola Estadual de educação Básica José Zanatta (Taquaruçu do Sul - RS), Escola Estadual de Ensino Médio 20 de Setembro (Caiçara - RS) e Escola Estadual de Ensino Médio Olívia de Paula Falcão (Erval Seco - RS). Entrevistas serão coletadas nas seguintes rádios comunitárias: Rádio Comunitária (Frederico Westphalen-RS); Radio Comunitária Caiçara (Caiçara -RS); Rádio Nativa (Erval Seco -RS) e Rádio Taquaruçu (Taquaruçu do Sul -RS).

Os responsáveis pelo presente projeto se comprometem a preservar a confidencialidade dos dados dos participantes envolvidos no trabalho, que serão coletados por meio de questionários nas escolas e entrevistas semiestruturadas com as rádios comunitárias, nos municípios acima citados, no período de agosto e setembro de 2022.

Informam, ainda, que estas informações serão utilizadas, única e exclusivamente, no decorrer da execução do presente projeto e que as mesmas somente serão divulgadas de forma anônima, bem como serão mantidas no seguinte local: Rua Antônio Torronteguy, 57 - B. Camobi - Santa Maria/RS CEP: 97110-740 Telefone: (55) 3220 8487 - Email: [elimortari@gmail.com](mailto:elimortari@gmail.com), por um período de cinco anos, sob a responsabilidade de Elisangela Carlosso Machado Mortari, . Após este período os dados serão destruídos.

Este projeto de pesquisa foi revisado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da UFSM em ...../...../....., com o número de registro Caae .....

Santa Maria, 01 de agosto de 2022

  
Elisangela Carlosso Machado Mortari

Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da UFSM – CEP da UFSM

Av. Roraima, n. 1000 - Prédio da Reitoria, 7º andar, sala 725 - bairro Camobi - Santa Maria/RS - CEP 97.105-900 Telefone: (55) 3220-9362 - E-mail: [cep.ufsm@gmail.com](mailto:cep.ufsm@gmail.com) - Web: [www.ufsm.br/pro-reitorias/prpgp/cep/](http://www.ufsm.br/pro-reitorias/prpgp/cep/)

## ANEXO E

**ORIENTAÇÕES PARA A OBTENÇÃO E REDAÇÃO DO ASSENTIMENTO**

**Assentimento informado para participar da pesquisa: A UNIVERSIDADE IRRADIADA:  
uma proposta para divulgação de universidades públicas em rádios comunitárias**

**Nome da criança/adolescente:**

**1) Introdução:**

Olá, eu sou o Mateus Scherer, sou aluno do Mestrado da UFSM campus de Frederico Westphalen. A pesquisa tem como pesquisador responsável, Elisângela Carlosso Machado Mortari. A pesquisa é sobre a divulgação das Universidades Federais (gratuitas) nas Rádios Comunitárias.

Lhe convidamos a participar da pesquisa respondendo um breve questionário sobre rádio comunitária e Universidade Federal. A sua participação ou não, é livre e de total escolha sua com a permissão de um responsável adulto.

**2) Objetivos:**

Essa pesquisa pretende divulgar cada vez mais as Universidades Federais, que possuem graduação gratuita e oferecem todo o amparo social (moradia, comida) durante a graduação, através das rádios comunitárias, bem como, reforçar as rádios comunitárias como um meio de comunicação que está a serviço das comunidades em prol de um bem comum.

*Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da UFSM – CEP da UFSM*

Av. Roraima, n. 1000 - Prédio da Reitoria, 7º andar, sala 725 - bairro Camobi - Santa Maria/RS - CEP  
97.105-900 Telefone: (55) 3220-9362 - E-mail: cep.ufsm@gmail.com - Web:  
[www.ufsm.br/pro-reitorias/prpgp/cep/](http://www.ufsm.br/pro-reitorias/prpgp/cep/)

**3) Escolha dos participantes:** a escolha por essa escola para participar da pesquisa é para demonstrar o grau de conhecimento de possíveis ingressantes no ensino superior, da microrregião de Frederico Westphalen, quanto as Universidades Públicas e as rádios comunitárias.

**4) Voluntariedade de participação:** a sua participação nessa pesquisa é livre e de total decisão sua. A escolha em não participar não afetará em nada sua relação na escola nem com os profissionais da mesma.

**6) Procedimentos:** a pesquisa envolve responder um questionário sem identificação, que visa conhecer o perfil dos possíveis ingressantes no ensino superior e seu conhecimento sobre as rádios comunitárias e as universidades federais.

**7) Riscos:** Há riscos mínimos aos participantes em razão do tempo dedicado ao preenchimento do questionário e ao desconforto com alguma questão proposta. Não haverá identificação nominal dos respondentes na divulgação dos dados.

**9) Benefícios:** essa pesquisa beneficiará toda a comunidade que pretende cursar uma universidade pública e gratuita, com a divulgação das Universidades Federais em todas as plataformas midiáticas, levando em consideração todas as classes sociais e seus meios de acessar as informações e potencializará as rádios comunitárias como um meio de mobilização.

**10) Incentivos:** às regulamentações éticas brasileiras proíbem oferecer incentivos financeiros ou outros que possam interferir na plena liberdade de consentir na participação em pesquisa.

*Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da UFSM – CEP da UFSM*

Av. Roraima, n. 1000 - Prédio da Reitoria, 7º andar, sala 725 - bairro Camobi - Santa Maria/RS - CEP  
97.105-900 Telefone: (55) 3220-9362 - E-mail: cep.ufsm@gmail.com - Web:  
[www.ufsm.br/pro-reitorias/prcggp/cep/](http://www.ufsm.br/pro-reitorias/prcggp/cep/)



**11) Confidencialidade:** Não falaremos que você está na pesquisa com mais ninguém e seu nome não aparecerá em nenhum lugar.

**12) Divulgação dos resultados:** depois que a pesquisa for concluída os resultados serão informados para você e seus pais, assim como poderão ser publicados em uma revista, livro, conferência, etc.

**13) Direito de recusa ou retirada do assentimento informado:** Ninguém ficará bravo ou desapontado com você se você disser não. A escolha é sua. Você pode pensar nisto e falar depois se você quiser. Você pode dizer sim agora e mudar de ideia depois e tudo continuará bem.

**14) Contato:** Elisângela Carlosso Machado Mortari, Rua Antônio Torronteguy,57 - B. Camobi - Santa Maria/RS CEP: 97110-740 Telefone: (55) 3220 8487 - Email: [elismortari@gmail.com](mailto:elismortari@gmail.com)

**15) Contato com o CEP:**

*Um comitê de ética em pesquisa em seres humanos é integrado por um grupo de pessoas que trabalham para garantir que seus direitos como participante de pesquisa sejam respeitados. Ele tem a obrigação de avaliar se a pesquisa foi planejada e se está sendo executada de forma ética. Se você entender que a pesquisa não está sendo realizada da forma como imaginou ou que está sendo prejudicado de alguma forma, você pode entrar em contato com o CEP da UFSM: Av. Roraima, nº 1000, Prédio da Reitoria, 7º andar, sala 725 - Santa Maria/RS - CEP 97105-900. Telefone: (55) 3220-9362. E-mail: [cep.ufsm@gmail.com](mailto:cep.ufsm@gmail.com). Caso prefira, você entrar em contato sem se identificar.*

**16) Certificado do assentimento:** eu entendi que a pesquisa é sobre a divulgação das Universidades Públicas através das rádios comunitárias. Também compreendi que fazer parte dessa pesquisa significa que responderei um questionário sobre rádio comunitária e

Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da UFSM – CEP da UFSM

Av. Roraima, n. 1000 - Prédio da Reitoria, 7º andar, sala 725 - bairro Camobi - Santa Maria/RS - CEP 97.105-900 Telefone: (55) 3220-9362 - E-mail: [cep.ufsm@gmail.com](mailto:cep.ufsm@gmail.com) - Web: [www.ufsm.br/pro-reitorias/prpgp/cep/](http://www.ufsm.br/pro-reitorias/prpgp/cep/)

*Universidades Federais e que, não haverá meu nome constado em lugar algum. Eu aceito participar dessa pesquisa.*

Santa Maria (RS), .... de ..... de 20.....

---

Assinatura da criança ou adolescente

---

Assinatura dos pais/responsáveis

---

Assinatura do pesquisador

*Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da UFSM – CEP da UFSM*

Av. Roraima, n. 1000 - Prédio da Reitoria, 7º andar, sala 725 - bairro Camobi - Santa Maria/RS - CEP  
97.105-900 Telefone: (55) 3220-9362 - E-mail: [cep.ufsm@gmail.com](mailto:cep.ufsm@gmail.com) - Web:

[www.ufsm.br/pro-reitorias/prpgp/cep/](http://www.ufsm.br/pro-reitorias/prpgp/cep/)

## ANEXO F

**Autorizações Institucionais**

Estado do Rio Grande do Sul  
Secretaria da Educação  
**ESCOLA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO BÁSICA JOSÉ ZANATTA**  
Decreto de Criação nº 79 D. O. 12/12/77  
Decreto de Reorganização nº 26.287 D. O. 12/12/77  
Decreto de Transformação nº 33.109 D. O. 12/01/89  
Portaria de Designação nº 00180 D. O. 10/05/2000  
**E-mail: josezanatta20cre@educacao.rs.gov.br – Fone: (55) 3739 1014**  
**Rua Mato Grosso, 111 - Bairro Operário - Taquaruçu do Sul – RS**

**Autorização Institucional**

Eu Silvia Daiana Parussolo Boniati, abaixo assinado, responsável pela Escola Estadual de Educação Básica José Zanatta, autorizo a realização do estudo: A universidade irradiada: uma proposta para divulgação de universidades públicas em rádios comunitárias, a ser conduzido pelo pesquisador Mateus Scherer. Fui informado, pelo responsável do estudo, sobre as características e objetivos da pesquisa, bem como das atividades que serão realizadas na instituição a qual represento. Esta instituição está ciente de suas responsabilidades como instituição co-participante do presente projeto de pesquisa e de seu compromisso no resguardo da segurança e bem estar dos sujeitos de pesquisa nela recrutados, dispondo de infra-estrutura necessária para a garantia de tal segurança e bem-estar.

Taquaruçu do Sul, 07 de junho de 2022.

Silvia Daiana Parussolo Boniati  
Diretora  
ID 3932893/01

Governo do Est. do Rio G. do Sul  
 SEC. DA EDUCAÇÃO E CULTURA  
 20ª Coord. Regional de Educação  
 Escola Estadual de Ens. Médio  
 20 DE SETEMBRO  
 PORT. DE DENOM. Nº 00130/00  
 DATA 08/05/00 - D.O. 10/05/00  
 CAIÇARA - RS



Governo do Estado do Rio Grande do Sul - Secretaria da Educação  
 20ª Coordenadoria Regional de Educação

**Escola Estadual de Ensino Médio 20 de Setembro**

Decreto de criação nº 24.329 de 22/12/1975 – Portaria de Autorização e Funcionamento nº 20.370 - Parecer de Autorização do C.F.E. nº 214/81 - Parecer de Autorização: nº 20370 de 23/04/1981 - Portaria de Reconhecimento: nº 54203 de setembro de 1984 – Portaria de Designação: nº 00130/00 do D.O. de 10/05/00

Rua Chile, 479 – Caiçara RS – Fone- fax: (055) 3738 1234

Email: [escolavinte01@yahoo.com.br](mailto:escolavinte01@yahoo.com.br)

**AUTORIZAÇÃO**

Eu, Gessi Degregori, abaixo assinado, responsável pela Escola Estadual de Ensino Médio 20 de Setembro, Caiçara, RS, autorizo a realização do estudo A UNIVERSIDADE IRRADIADA: UMA PROPOSTA PARA DIVULGAÇÃO DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS EM RÁDIOS COMUNITÁRIAS, a ser conduzido pelo pesquisador Mateus Scherer. Fui informado, pelo responsável do estudo, sobre as características e objetivos da pesquisa, bem como das atividades que serão realizadas na instituição a qual represento. Esta instituição está ciente de suas responsabilidades como instituição coparticipante do presente projeto de pesquisa e de seu compromisso no resguardo da segurança e bem-estar dos sujeitos de pesquisa nela recrutados, dispondo de infraestrutura necessária para a garantia de tal segurança e bem-estar.

Caiçara, 07 de junho de 2022.

Gessi Degregori  
 Gessi Degregori  
 Diretor da Escola  
 Id. Func. 1862952



Estado do Rio Grande do Sul  
Secretaria da Educação  
20ª Coordenadoria Regional de Educação  
Escola Estadual de Ensino Médio Cardeal Roncalli  
Rua Sete de Setembro, nº137 - Bairro Centro  
Frederico Westphalen - Fone e Fax:(55)3744-1164 - Rio Grande do Sul

### Autorização Institucional

Eu, Jovani Luis Ballen, abaixo assinado, responsável pela Escola Estadual de Ensino Médio Cardeal Roncalli, autorizo a realização do estudo "A Universidade Irradiada: uma proposta para a divulgação de universidades públicas em rádios comunitárias", a ser conduzido pelo pesquisador Mateus Scherer. Fui informado, pelo responsável do estudo, sobre as características e objetivos da pesquisa, bem como das atividades que serão realizadas na instituição a qual represento. Esta instituição está ciente de suas responsabilidades, como instituição co-participante do presente projeto de pesquisa e de seu compromisso no resguardo da segurança e bem estar dos sujeitos de pesquisa nela recrutados, dispondo de infra-estrutura necessária para a garantia de tal segurança e bem estar.

Frederico Westphalen, 15 de junho de 2022.

  
\_\_\_\_\_  
Jovani Luis Ballen  
Diretor

Jovani Luis Ballen  
Diretor  
ID. 1668048701

GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO – 20ª COORDENADORIA REGIONAL DE EDUCAÇÃO  
ESCOLA ESTADUAL DE ENSINO MÉDIO OLÍVIA DE PAULA FALCÃO  
Portaria De Reconhecimento Nº 08114/80  
Portaria De Designação Ato/SE 00130  
Avenida Reinoldo Sturzbecher, 172 – Fone/Fax: (55)3748-1333 – Erval Seco – RS  
e-mail: [oliviapfalcao20cre@educacao.rs.gov.br](mailto:oliviapfalcao20cre@educacao.rs.gov.br)

### **AUTORIZAÇÃO INSTITUCIONAL**

Eu Rosane de Fatima Oliveira Castro, abaixo assinado, responsável pela Escola Estadual de Ensino Médio Olívia de Paula Falcão, autorizo a realização do estudo: A Universidade Irradiada: uma proposta para divulgação de universidades públicas em rádios comunitárias, a ser conduzido pelo pesquisador Mateus Scherer.

Fui informado, pelo responsável do estudo, sobre as características e objetivos da pesquisa, bem como das atividades que serão realizadas na instituição a qual represento.

Esta instituição está ciente de suas responsabilidades como instituição co-participante do presente projeto de pesquisa e de seu compromisso no resguardo da segurança e bem-estar dos sujeitos de pesquisa nela recrutados, dispondo de infraestrutura necessária para a garantia e tal segurança e bem-estar.

Erval Seco, 14 de Junho de 2022.



Rosane de F. oliveira Castro

Diretora

Rosane de F. O. Castro  
Diretora  
Id. Func. 1865200-02





**Associação Comunitária de Radiodifusão Taquaruçu FM**

Rua Peru, 13, Centro – Taquaruçu do Sul – RS  
 CEP: 98410-000 – CNPJ: 05.763.232/0001-15 / FONE: 3739-1016

**AUTORIZAÇÃO INSTITUCIONAL**

Eu Danilva da Silva Oliveira, abaixo assinado, responsável pela Associação Comunitária de Radiodifusão Taquaruçu FM, autorizo a realização do estudo **A UNIVERSIDADE IRRADIADA: uma proposta para divulgação de universidades públicas em rádios comunitárias** a ser conduzido pelo pesquisador Mateus Scherer.

Fui informado, pelo responsável do estudo, sobre as características e objetivos da pesquisa, bem como das atividades que serão realizadas na instituição a qual represento.

Esta instituição está ciente de suas responsabilidades como instituição co-participante do presente projeto de pesquisa e de seu compromisso no resguardo da segurança e bem-estar dos sujeitos de pesquisa nela recrutados, dispondo de infra-estrutura necessária para a garantia de tal segurança e bem-estar.

Danilva da Silva Oliveira

**ASSOCIAÇÃO COMUNITÁRIA DE  
 RADIODIFUSÃO TAQUARUÇU**  
 Rua Peru, 13, Centro – Taquaruçu do Sul/RS  
 CEP 98410-000 – FONE: 55 3739-1016  
 CNPJ: 05.763.232/0001-15

Taquaruçu do Sul, 01 de julho de 2022.

**AUTORIZAÇÃO INSTITUCIONAL**

Eu EDUARDO HARI WAGNER, abaixo assinado, responsável pela RÁDIO COMUNITÁRIA NATIVA FM DE ERVAL SECO RS, autorizo a realização do estudo **A UNIVERSIDADE IRRADIADA: uma proposta para divulgação de universidades públicas em rádios comunitárias** a ser conduzido pelo pesquisador Mateus Scherer

Fui informado, pelo responsável do estudo, sobre as características e objetivos da pesquisa, bem como das atividades que serão realizadas na instituição a qual represento.

Esta instituição está ciente de suas responsabilidades como instituição co-participante do presente projeto de pesquisa e de seu compromisso no resguardo da segurança e bem-estar dos sujeitos de pesquisa nela recrutados, dispondo de infra-estrutura necessária para a garantia de tal segurança e bem-estar.

Data: 30 de junho de 2022

Assinatura e carimbo do responsável institucional

Assoc. Benf. Cult. Comunitária  
Erval Seco - RS  
CNPJ: 02.637.929/0001-51  
Rádio Nativa FM.

  
Eduardo Hari Wagner  
Diretor  
Rádio Nativa FM



## AUTORIZAÇÃO INSTITUCIONAL

Eu Katalino A. de Silva, abaixo assinado, responsável pela Rádio Caiçara FM, autorizo a realização do estudo **A UNIVERSIDADE IRRADIADA: uma proposta para divulgação de universidades públicas em rádios comunitárias** a ser conduzido pelo pesquisador Mateus Scherer

Fui informado, pelo responsável do estudo, sobre as características e objetivos da pesquisa, bem como das atividades que serão realizadas na instituição a qual represento.

Esta instituição está ciente de suas responsabilidades como instituição co-participante do presente projeto de pesquisa e de seu compromisso no resguardo da segurança e bem-estar dos sujeitos de pesquisa nela recrutados, dispondo de infra-estrutura necessária para a garantia de tal segurança e bem-estar.

Data: 30/06/2022

Katalino A. de Silva

Assinatura e carimbo do responsável institucional

05763251/0001-41  
ASSOCIAÇÃO CAIÇARENSE DE  
RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA  
AVENIDA BRASIL, 986  
CENTRO - CEP 98440-000  
CAIÇARA - RS



ASSOC. FREDERIQUENSE DE  
RÁDIOFUSÃO COMUNITÁRIA  
COMUNITÁRIA FM 87.9  
CNPJ: 06.382.081/0001-72

## AUTORIZAÇÃO INSTITUCIONAL

E, **Rodrigo Alcântara Davila** abaixo assinado, responsável pela **Associação Frederiquense de Radiodifusão Comunitária**, autorizo a realização do estudo **A UNIVERSIDADE IRRADIADA: uma proposta para divulgação de universidades públicas em rádios comunitárias** a ser conduzido pelo pesquisador Mateus Scherer

Fui informado, pelo responsável do estudo, sobre as características e objetivos da pesquisa, bem como das atividades que serão realizadas na instituição a qual represento.

Esta instituição está ciente de suas responsabilidades como instituição co-participante do presente projeto de pesquisa e de seu compromisso no resguardo da segurança e bem-estar dos sujeitos de pesquisa nela recrutados, dispondo de infra-estrutura necessária para a garantia de tal segurança e bem-estar.

Frederico Westphalen, 30 de Junho de 2022



Presidente Ass. Frederiquense de Radiodifusão Comunitária

ASSOC. FREDERIQUENSE DE  
RÁDIOFUSÃO COMUNITÁRIA  
COMUNITÁRIA FM 87.9  
CNPJ: 06.382.081/0001-72

## ANEXO G

**ENTREVISTAS DESCRITAS****RADIO COMUNITÁRIA CAIÇARA 87,9 FM****1- Quantos anos a rádio possui?**

Assembleia de fundação aconteceu em 12 de junho de 2003 e foi ao ar em carácter experimental em 03 de agosto do mesmo ano, recebeu a outorga em 2008.

**2- Quanto tempo você trabalha com comunicação?**

18 anos que trabalho com comunicação

**3- Quanto tempo você trabalha nesta rádio?**

Trabalhei por 8 anos me afastei 10 e retornei e estou há quatro meses

**4 - Qual o seu cargo?**

Eu sou comunicadora e jornalista

**5 - Como começou a rádio comunitária?**

No movimento da comunicação comunitária, para dar ênfase vez e voz a comunidade local, apoiar a cultura local, o pequeno comércio enfim todas as manifestações que não teriam espaço na comunicação tradicional, sem distinção econômica, credos gênero raça, sem fins lucrativos

**6 - Qual tipo de programação que mais atrai audiência?**

A programação musical e o jornal do meio dia que reúne todas as notícias locais regionais estaduais e nacionais

**7 - Qual a faixa etária da audiência da rádio?**

A Faixa etária é diversificada, não se tem um estudo específico sobre

**8 - Qual a faixa horária com mais interação dos ouvintes?**

É bem variado a participação muda bastante se tem prêmio se não tem não tem um horário que lidera diariamente é bem igual em todos os horários só destoa quando há sorteios

**9 - Já divulgaram a UFSM-FW nessa emissora?**

Sim a ufsm já foi divulgada na programação inclusive o seu início a sua fundação quando aconteceu foi amplamente divulgada e discutida na rádio

**10 - Como você sugeriria a divulgação da UFSM/FW nesta emissora? (Spots, qual estilo de programa, turno...)**

Acredito que a melhor forma seja através das notícias dos acontecimentos dentro da universidade, de entrevistas com os responsáveis pelos projetos de extensão ali desenvolvidos mas também com *spots* lembrando a todos da universidade de sua qualidade. Acredito que o turno na manhã até às 13 horas é o horário mais nobre da emissora dentro de programas jornalísticos que temos por exemplo das 12 as 13 seria ideal

**RÁDIO COMUNITÁRIA TAQUARUÇU 88,9 FM****1- Quantos anos a rádio possui?**

- A Rádio Taquaruçu FM está há 18 anos no ar.

**2- Quanto tempo você trabalha com comunicação?**

- Trabalho no ramo da comunicação há 10 anos.

**3- Quanto tempo você trabalha nesta rádio?**

- Há 7 anos.

**4 - Qual o seu cargo?**

- Comunicadora

**5 - Como começou a rádio comunitária?**

- A Associação Comunitária de Radiodifusão foi fundada no ano de 2004. A fundação se deu por meio da junção dos esforços de lideranças do município e da comunidade, surgindo da necessidade de ter um veículo de comunicação no município.

**6 - Qual tipo de programação que mais atrai audiência?**

- Por ser uma emissora comunitária, o foco são as informações da comunidade, sendo os programas informativos que mais atraem a audiência. Programas informativos das entidades e instituições locais, além dos programas noticiários e esportivos.

**7 - Qual a faixa etária da audiência da rádio?**

- A emissora atinge todos os públicos em horários diferenciados, sendo a faixa etária de maior audiência de pessoas acima de 30 anos.

**8 - Qual a faixa horária com mais interação dos ouvintes?**

- A faixa horária com mais interação dos ouvintes é pela parte da manhã, das 06h às 12h.

**9 - Já divulgaram a UFSM-FW nessa emissora?**

- Sim, já divulgamos a UFSM-FW, através de entrevistas com representantes, notícias, em especial a oferta de vagas.

**10 - Como você sugeriria a divulgação da UFSM/FW nesta emissora? (*Spots*, qual estilo de programa, turno...) esta é pensando em alcançar o maior número de possíveis ingressantes no ensino superior.**

- Sugerimos a divulgação de *spots* e textos ao vivo, entrevistas com representantes da universidade, ressaltando as vantagens de ingressar na UFSM-FW. Quanto aos horários, sugerimos os *spots* distribuídos durante a programação, para assim atingir o maior público possível, e entrevistas que podem ser veiculadas em nossos programas noticiários.

## **RADIO COMUNITÁRIA DE FREDERICO WESTPHALEN 87,9 FM**

### **1- Quantos anos a rádio possui?**

Fala Mateus, começar a responder as questões aqui, começando pelo número 1. Quantos anos a rádio possui? Então a Rádio Comunitária FM, a associação frederiquense de radiodifusão comunitária, começou seus trabalhos em 2003, então assim vão 19 anos, né, de existência e de trabalho aqui Na nossa cidade não é? Iniciou. É uns trabalhos com enfim, com o mesmo objetivo das demais rádios comunitárias aqui da nossa região, enfim, do da política de rádios comunitárias. Brasileiras de se colocar em cidades, principalmente de pequeno e médio porte, uma alternativa aos meios hegemônicos que existiam nessas cidades não é propiciando aí pro pro ouvinte, para a comunidade, uma alternativa de informação, de entretenimento, né? De companhia diferente das que já existiam aqui Na nossa cidade. No caso da Rádio Comunitária Frederico Westphalen, né? Então são. 19 anos de atuação aqui na nossa cidade.

### **2- Quanto tempo você trabalha com comunicação?**

Pergunta número dois, quanto tempo você trabalha com comunicação? Olha, se a gente for levar em consideração de trabalhos ainda durante o período de graduação, são oito anos, oito anos é desde trabalho já quanto a graduação né? Que foi concomitante aqui a minha a minha entrada na rádio também

### **3- Quanto tempo você trabalha nesta rádio?**

Pergunta número três quanto tempo você trabalha nesta rádio? Então como eu falei, eu entrei ainda quando eu estava enfim durante a graduação, no ano de dois mil e dezesseis no meu último ano de graduação, né? Antes eu fazia alguns trabalhos esporádicos aqui, algumas participações, mas efetivamente desde o ano de dois mil e dezesseis. Então são, sete anos, né? Sete anos

### **4 - Qual o seu cargo?**

Pergunta número quatro, qual o seu cargo? Então eu entrei na rádio como repórter, né? Repórter ali da área de esporte, depois passei a narrar alguns jogos, enfim. Daí a partir de dois mil e dezesseis como eu falei de forma efetiva, eu comecei como repórter, ainda não era graduado depois jornalista e atualmente eu sou enfim jornalista, mas eu sou responsável pelo

jornalismo aqui da emissora né? Diretor de jornalismo dá pra dizer assim, né? Mas responsável pelo jornalismo aqui da rádio

### **5 - Como começou a rádio comunitária?**

Pergunta número cinco, como começou a rádio comunitária? Então acho que eu já eu já passei por isso ali na Um né? Mas a Rádio Comunitária nasce da união, né? De pessoas através de uma associação de pessoas aqui da nossa comunidade, interessadas em propiciar né? Para A comunidade aqui de da nossa cidade uma forma alternativa né? Se a gente for voltar ao passado lá em dois mil e treze existia apenas uma emissora de rádio existia um jornal né e a rádio comunitária surge como uma alternativa, como uma forma de trazer um outro lado da informação, é uma informação mais crítica, mais independente, enfim. E uma programação também diferenciada para os parâmetros da época, né? Então era uma rádio FM, uma rádio comunitária, um envolvimento de pessoas da comunidade que não necessariamente tinham alguma experiência com comunicação, mas se sentiram à vontade naquele momento pra encarar um desafio, pra comunicar, né? Então a rádio comunitária, isso eu acho que é importante salientar, nasce do intuito de pessoas que tinham seus empregos, trabalhava em outras funções mas entendiam ser necessário também a criação de um outro meio de comunicação, uma mídia alternativa e se propuseram a esse desafio de começar a comunicar, de encarar o microfone, de entrar de vez, né? Nessa nesse âmbito da comunicação, então são pessoas é de vários segmentos, de várias outras profissões que começaram, né? Se uniram, formaram primeiramente a Associação Frederiquense Rádio Fusão lá em dois mil e três, né Conversas antes já em dois mil e um, dois mil e dois, mas em dois mil e três entrando de fato com a rádio no ar, com a programação estipulada, né? Trazendo como eu disse esse objetivo de ter uma alternativa aos meios da época

### **6 - Qual tipo de programação que mais atrai audiência?**

Pergunta número seis qual o tipo de programação que mais atrai a audiência? É algum tempo atrás a gente fez uma pesquisa até em parceria aí com o pessoal da UFSM e a gente pode ver ali que os nossos espaços de informação, né? E opinião, análise, enfim. Eram os que mais atraíam a audiência. Claro, os programas musicais, programas do final de semana até vou, posso falar depois sobre isso. Mas durante a semana é o tipo de programação que mais atrai a audiência é o os programas informativos, né? Os programas de jornalismo, de opinião, os programas de reportagem, enfim. Que que são os programas principalmente durante a manhã, né

### **7 - Qual a faixa etária da audiência da rádio?**

Pergunta número sete qual a faixa etária da audiência da rádio? Então a gente tem isso é bem é bem singular de cada espaço né? De cada de cada programa. Mas tomando como base aí né o horário de maior audiência eu diria que a faixa etária que mais se interessa pela nossa programação está ali entre os vinte e cinco e e cinquenta anos eu acho

### **8 - Qual a faixa horária com mais interação dos ouvintes?**

Pergunta número oito qual a faixa horária com mais interação dos ouvintes? Ah é pela parte da manhã, né? Desde as sete até o meio-dia, uma da tarde ao é o momento que tem mais interação. E também ao, no final de semana, principalmente no domingo de manhã, são os espaços que a gente tem mais interação com os ouvintes, né? Durante a semana, durante a manhã, né? Das sete à uma, né? Com picos ali de participação das dez e meia a uma e e no final de semana no domingo

### **9 - Já divulgaram a UFSM-FW nessa emissora?**

Pergunta número nove, já divulgaram a UFSM nessa emissora? Sim. Temos uma parceria de longa data aí com a com a universidade, aliás desde a da chegada da UFSM aqui, né? Estivemos acompanhando desde a assinatura lá da do eu não no caso né? Mas os meus colegas da época estiveram acompanhando a assinatura lá da implementação do *campus* aqui na nossa cidade. Então já tivemos parceria com os programas. Divulgação sempre com as portas abertas, sempre temos espaço para divulgar as ações da uFSM, já tivemos alguns programas sendo retransmitidos a partir, né? Do *campus* e sim, já divulgamos e continuamos divulgando bastante a UFSM aqui na nossa emissora

### **10 - Como você sugeriria a divulgação da UFSM/FW nesta emissora? (Spots, qual estilo de programa, turno...)**

E pergunta número dez, como você sugeriria a divulgação da UFSM na emissora estilo programa, turno? É pensando em alcançar o maior número de futuros possíveis ingressantes no ensino superior. Então eu acho que tem aí tem um espaço bem bacana para a gente evoluir né? Nessa parceria. Acho que a gente poderia pensar claro *spots* é, espaços semanais talvez de programação utilizar aí estrutura do LabRádio, de gravação de informativos, sobre as ações que o que o *campus* faz, programas, *spots* voltados para o curso, divulgação, trazendo as ações do curso dos cursos diversos aí da UFSM pra programação da rádio também, enfim, poderia ser *spot*, poderia ser programa, programa informativo semanal, né? Acho que tem bastante



coisa que dá pra fazer, né e claro né? Sempre propondo para que quem tenha né? Objetivo, tenha a intenção de comunicar também né? Posso estar eh fazendo, fazendo, fazendo uso desse dom aí né também na nossa nossa programação mas acho que o espaço existe e pode claro ser ampliado com essas formas aí que eu citei

## **RÁDIO COMUNITÁRIA NATIVA 87,9 FM**

### **1- Quantos anos a rádio possui?**

A pergunta um aí Mateus se refere a quantos anos a rádio possui? Olha nós agora nesse ano de dois mil e vinte e dois no dia vinte e oito de setembro agora em setembro vinte e oito de setembro nós estamos aí comemorando vinte e um anos de rádio comunitária aqui em Erval Seco, outorgada, né? Outorgada, nossa primeira outorga foi no dia vinte e oito de setembro de dois mil e um, nós temos inclusive aí o documento que comprova isso

### **2- Quanto tempo você trabalha com comunicação?**

Quanto tempo eu trabalho em comunicação? Olha, eu tô trabalhando com microfone desde mil novecentos e noventa e dois. Mas nesse início eu trabalhava aí com eventos, protocolos, animação de festas, apresentação de quinze anos eventos oficiais tipo prefeituras, protocolos, cerimoniais nesse sentido assim então, eu trabalho desde noventa e dois, mas rádio mesmo daí eu já te respondo na próxima

### **3- Quanto tempo você trabalha nesta rádio?**

A Rádio Comunitária, olha eu estou desde o início, passei um tempo fora porque tive outros problemas particulares, separação, divórcio e essas coisas e eu acabei indo embora. Mas eu estou desde o início na Rádio Nativa, desde noventa e oito na elaboração aí do da criação da associação, né? Toda a parte de criação, sou sócio fundador da associação. Então, quando a rádio entrou no ar, eu já estava na rádio. Depois em dois mil e um quando eu então me separei né divórcio acabei fui indo embora passei um tempo no Mato Grosso e um pouco e um tempo em Panambi e voltei a daí para rádio em dois mil e oito daí desde dois mil e oito então eu estou direto aqui Rádio Comunitária, mas trabalhei no início também sim, né? A gente inclusive os equipamentos que foram utilizados no início da rádio, eram todos equipamentos meus, né? Porque a rádio não tinha recurso, não tinha dinheiro e eu tinha todos os

equipamentos necessários, fora o transmissor e a antena, né? Pra que aí, inclusive, o repertório musical, que naquela época não tinha internet nem nada. Então, tô desde o início aí da rádio, mas efetivamente no último período de dois mil e oito pra cá

#### **4 - Qual o seu cargo?**

Atualmente meu cargo, né? O meu cargo eu sou administrador aqui, eu seria o diretor de comunicação, mas no nosso é estatuto né? O nosso estatuto não tem diretor de comunicação então não seria cargo de diretoria, é um cargo aqui de execução, executivo. Então eu sou diretor de comunicação, sou responsável por toda a programação, sobre o serviço administrativo, relatórios, documentos, correspondências, ah tudo isso aí, comercial, tudo é por minha conta, né eu faço toda essa administração, então, na rádio, mas a gente usa, né? A diretora de comunicação, né? Eu sou diretor de comunicação da rádio, né? Sou, digamos, funcionário da rádio, mas não faço parte do quadro da associação da diretoria da associação porque a Rádio Comunitária é uma associação, né? Associação nossa é a Associação Beneficente e Cultural Comunitária Erval Seco, né? Associação eu não tenho cargo na diretoria, no caso só na aqui na execução, né? Na nos trabalhos aqui da rádio

#### **5 - Como começou a rádio comunitária?**

a cinco como começou a rádio comunitária, olha a história é bem longa, a história da rádio comunitária aqui em Erval Seco começou em mil novecentos e noventa e seis, tinha uma associação da igreja católica a ANCARC a Associação nacional católica de rádios comunitárias. Foi criado uma associação lá, não sei quando foi criada essa associação e em noventa e seis o pároco então aqui da paróquia Santa Terezinha aqui de Erval Seco o padre, Vendelino Cristanello já falecido ele nos procurou aqui porque eu já trabalhava, né? Com essa parte de som, microfones e tudo pra botar uma rádio comunitária aqui em Erval Seco, de acordo com as orientações da dessa ANCARC, né? Inclusive ele ofereceu, né? Uma sala, a sala, próximo a sala de catequese, na igreja matriz, ofereceu a torre do sino pra colocar aí a antena, né? Mas daí não vingou, né? Não deu certo, não prosperou porque não tinha legislação, não tinha nada, eram seria tudo rádio pirata mesmo, né não tinha e nós ficamos aí com medo de fazer. E aí é que esse daí dessa de noventa e seis então que eu tomei conhecimento que existiam esse movimento aí de rádios comunitárias tinha ali no sul no sudeste ali principalmente né São Paulo, Rio de Janeiro, lá em São Paulo, né, naquelas favelas, já tinham rádios comunitários. Então, começou esse movimento. E ah, e aí em noventa e oito, quando saiu a lei nove mil seiscentos e doze, o um professor Ari Paulo de Abreu, diretor aqui

da escola Oliveira de Paulo Falcão, também já falecido ele tomou conhecimento, ficou sabendo então de das rádios comunitárias, seguindo aqui então o Ari Paulo de Abreu diretor aqui da escola UPF ele ficou sabendo dessa lei e reuniu né? Reuniu pessoas aqui do município que estavam engajadas algumas lideranças né? Alguns políticos algumas lideranças e envolvidos na comunicação pra criar associação. Então aqui, movimento mesmo e rádios comunitárias começou em noventa e oito, foi feito o pedido de outorga. Tivemos inclusive um período que nós colocamos ela no ar ali se eu não me engano foi dois mil entre dois mil foi dois mil porque foi antes de eu ir embora, né dois mil nós colocamos ela no ar em forma de teste porque nós já tínhamos todos os equipamentos. No fim fomos denunciados, a Polícia Federal veio, recolheu todos os equipamentos, né? A diretoria na época aí respondeu um processo aí na Polícia Federal, nós não conseguimos reaver mais o os equipamentos na época, mas isso está tudo resolvido. E aí em dois mil e um quando saiu a outorga como eu falei eu estava separado outorga saiu em vinte e oito de setembro de dois mil e um. E em julho eu já tinha decidido que eu ia embora, né? Porque eu estava e aí como eu estava investindo todas as minhas possibilidades futuras na questão de rádio, né? E como não estava dando certo eu tive que buscar o meu rumo né? Buscar eu tinha que me prover financeiramente surgiu a oportunidade de trabalhar no Mato Grosso, então eu fui em julho pra lá, acertei todos os detalhes, aí, quando saiu a outorga, isso foi vinte e oito de setembro, no dia trinta de setembro eu fui embora aí pro Mato Grosso Então, mas deixei todos os equipamentos tudo aí a rádio ficou funcionando sem eu estar presente mas eu participei de todo o processo de noventa e oito até sair a outorga em dois mil e um eu participei aí de todo o processo com o grupo né de lideranças aqui do município pra montar ela toda parte de documentação, saiu outorga né? E aí como eu falei daí depois que eu fui embora e retornei em dois mil e oito

## **6 - Qual tipo de programação que mais atrai audiência?**

Seis, qual o tipo de programação que mais atrai audiência? Eh a parte noticiário local e quando envolve alguma coisa local. É bem interessante assim, se a gente faz que tem o termômetro aí porque a gente trabalha também bastante com lives né? Mas quando a gente busca informações da cidade aqui, né? Entrevistas, eventos, né? E a gente entrevista pessoas da cidade, da comunidade, pessoas normais, não precisam ser políticos, não precisa ser em grandes empresários, nada, mas o cidadão, cidadã mesmo isso aí é o que dá mais a mais a mais audiência né? É o que mais o pessoal chama a atenção quando a gente está quando a gente vai né? Que a gente vai pessoalmente conversa aí com as pessoas. Programação musical

ela é meio relativa, né? Então a gente tem a parte dos noticiário e entrevista que é o que mais atrai audiência e a parte musical por nós ter uma também a parte musical aí a comunicação diferenciada, então a rádio ela não é tão ouvida nos estabelecimentos comerciais, né? Porque a gente tem uma forma de comunicar, mas como se a gente estivesse conversando com uma visita numa sala de casa, né? Então essa é a nossa forma de comunicar, é uma é uma forma bem informal eh os nossos comunicadores também não são exigidos né? Que se que se profissionalizem né? Apesar de que nos muitos comunicadores saíram aqui da Rádio Nativa e estão em rádios comerciais isso aí até nos orgulha para ser bem sincero em dizer, mas a nossa forma de trabalhar é espontaneidade. Então a programação musical é mais para aquele ouvinte que está em casa, né? Que está em casa, está fazendo o seu trabalho, dentro de casa aí ele está ouvindo mais. Mas, principalmente o programa problemas da manhã, né? Só que é relativo muito, né? Programas assim da manhã que pega aí entrevistas e noticiário são os que a gente tem maior audiência e durante o dia vai ser mais é mais esporádico né? Não há tanta atividade, né? As pessoas aí não participam tanto, não tem tanta interação

#### **7 - Qual a faixa etária da audiência da rádio?**

Faixa etária que mais atrai audiência, do rádio mesmo, do rádio mesmo a gente tem faixa aí a partir dos quarenta anos que é o que mais nos ouve, né? Isso aí é fato, né? Então as pessoas aí mais maduras, as pessoas aí que já não tem muito interesse nos modismos, não ah não querem saber daquelas coisas que mudam toda hora mudando, então aquela pessoa aí que já é mais tranquila, mais sensata, já filtra mais as informações, essa aí é a nossa maior audiência, a partir dos quarenta anos com certeza, não que outras faixas não nos ouvem, né? Mas é assim o que a gente a gente mais tem assim respaldo, né? E e retorno, feedback dos nossos dos nossos ouvintes. A não ser programação específica aí sim. Eventos específicos que envolvem esporte, futebol ou alguma coisa assim, né? Os eventos com música e muda né, aí muda aí a gente vê aí baixa um pouco a faixa mas o rádio mesmo a gente tem aí mais ah as pessoas aí mais maduras, as pessoas que são mais formadoras de opinião né? Naquelas que filtram mais as informações

#### **8 - Qual a faixa horária com mais interação dos ouvintes?**

A parte da interação com os ouvintes que é a pergunta oito, qual é a faixa de horário com mais interação ah dos ouvintes? Nós temos de manhã, das oito horas da manhã até às onze e trinta é quando a gente tem mais interação. Horário anterior a isso é jornal, daí a gente não interage, né até a gente interage com a noite, tem a informação, por exemplo, só para te dar uma uma

ideia quando da geada, a gente pede assim, ó, que alguém nos informe aí onde tem geada e tal, né? E aí foi aí vem, né? Informações, o pessoal ainda percebe que o pessoal está ouvindo, até pra ter uma ideia que tem estabelecimentos aqui que quando tem uma campanha aquelas campanhas relâmpagos eles vem especialmente pra que seja a anunciado no horário da manhã porque aí sim eles vão ter certeza que vai ter que vão ter aí ah ah resultado aí na campanha, mas interação com o ouvinte participando seria de segunda a sexta das oito horas da manhã até às onze e trinta, nós temos no sábado das dezessete às dezenove e no domingo das sete da manhã até às treze, das sete às treze. Então são os horários assim que a gente tem bastante interatividade mesmo

### **9 - Já divulgaram a UFMS-FW nessa emissora?**

E a nove se nós já divulgamos a Universidade Federal de Santa Maria de Frederico Nessa emissora sim já veio, já veio o material em outras oportunidades e eu agora não saberia dizer quando, né? Mas veio, veio uns boletins, veio um material aí que era elaborado e ah e nós inclusive rodamos, né? Teve essa parceria e depois parou de vim, né? Mas a gente sim, sempre que tem, né? Material de, da Universidade Federal, a gente, que a gente pega aí, principalmente aí de, de, do, dos sites aí da região, né? Dos sites aí de, de, de, principalmente de jornais e rádios da região sempre que tem informação a gente busca e a gente traz porque isso queira ou não queira é um trabalho e de utilidade pública né? E a e é o nosso foco né foco independente de nos trazerem informações é também a gente buscar as informações que são do interesse da comunidade

### **10 - Como você sugeriria a divulgação da UFMS/FW nesta emissora? (Spots, qual estilo de programa, turno...)**

e a dez a sugestão de divulgação da Universidade Federal de Santa Maria , olha *Spots* são interessantes né? São importantes são interessantes, mas eles se desgastam rapidamente né Então se a gente fizer *spots* e rodar sempre o mesmo, sempre o mesmo o mesmo o mesmo ele acaba até um certo ponto sendo atingindo o objetivo, depois ele já não tanto, né? O que nós temos aqui que nós temos aí espaços, né? Das escolas, nós temos aqui escolas aqui da ah escola aqui da cidade, né? Olivia de Paulo Falcão, temos escolas aí do interior, temos a APAE, o PIM, ah os agricultores familiares, temos programa da Prosa Rural que é da Embrapa, temos programas aí da Emater, temos o informativo da Câmara de Vereadores, tem um informativo da Prefeitura Municipal. Então, nós temos todas as entidades do município que querem espaço todas tem espaço. Muitas olha a grande maioria das entidades do município tem espaço. Então

a gente vê que isso traz resultado. Então uma sugestão também seria um programa informativo. Nós temos programas informativos de cinco minutos, quinze minutos, trinta minutos, quarenta e cinco minutos. Está tudo depende aí do conteúdo a ser publicado, mas a gente coloca à disposição, né? E programas informativos, se é a Universidade Federal e quer fazer aí um informativo, né? Cinco, dez, quinze minutos semanal, quinzenal, a gente insere sim na programação, né? E com certeza terá um resultado bem interessante. É o que a gente acredita, pode ser usado das duas formas, os *spots* e também um programa, né? Porque assim a gente atinge porque que nem aqui na sequência da pergunta, pensando em alcançar o maior número de futuros possíveis ingressantes no ensino superior, por quê? Porque como eu falei como nós temos aí um público já um pouquinho mais maduro ah são eles principalmente eles que incentivam, insistem que os mais novos continuem estudando, né? Porque é muito fácil aí pra pessoas, as pessoas aí querer aos poucos ir e aí desistindo, né? Não querer, não continuar, cansar na dificuldade financeira preguiça mesmo que a gente vê muito hoje em dia, né? A acomodação, né? Não querem muito se mexer muito. Então no momento em que a gente faz esses programas que nem os *spots* aí que são rápidos que o público mais jovem que é com essas coisas mais rápidas que seriam *spots*, né a gente faz o programa também com informações que aí as informações seriam mais detalhadas que a gente atinge então esse público mais maduro que é o formador de opinião que vai então cutucar e motivar os mais jovens a a estudar Mas de qualquer forma aí, qualquer ideia, sugestão ou forma de fazer e de divulgação aí a gente está aí sempre à disposição, né? Tanto faz *spots*, informativo, programas informativos ou eventualmente mandar áudio do do Whats, né? Por exemplo tem alguma coisa acontecendo, uma um comunicado aí da universidade, gravam um áudio de, no WhatsApp ali, trinta segundo, um minuto, dois minuto a gente insere programações de noticiário como o boletim né? Ah esporádico aí, também tem que ver a questão da eu vejo assim ó nós tamo a disposição aqui pra atender as entidades então dentro do que a universidade quiser fazer ou puder fazer ou tiver necessidade nós aqui adequamos ah de acordo com a necessidade da Universidade tá? A gente vai fazer com que as coisas sejam divulgadas está bom.

## ANEXO H



Ministério da Educação  
Universidade Federal de Santa Maria  
Campus Frederico Westphalen-RS.  
**Secretaria Unificada de Graduação - SUGRAD**

Frederico Westphalen, 16 de janeiro de 2023

Prezado Mateus Scherer!

Atendendo à solicitação, encaminho dados referentes ao número de Ingressantes e Formandos na UFSM Campus Frederico Westphalen entre 2006 e 2022. Os dados forma garimpados no Sistema de Informação para o Ensino da UFSM (SIE).

Considerando o acima exposto, fico à disposição para qualquer esclarecimento.

Atenciosamente,

 Documento assinado digitalmente  
RICARDO COCCO  
Data: 16/01/2023 15:27:05-0300  
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Ricardo Cocco  
Técnico em Assuntos Educacionais  
SUGRAD

---

Campus da Universidade Federal de Santa Maria em Frederico Westphalen  
Fone: (55) 3744-0600 (55) 3744-0620  
Endereço: Linha 7 de Setembro, s/n, Caixa Postal 54, CEP: 98.400-000 – Frederico Westphalen-RS.  
Endereço eletrônico: <https://www.ufsm.br/unidades-universitarias/frederico-westphalen>  
E-mail: [sugrad.fw@ufsm.br](mailto:sugrad.fw@ufsm.br)

COD_CURSO	NOME_UNIDADE	NIVEL_CURSO	ANO	SEXO	INGRESSANTES	FORMADOS
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2006	F	6	0
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2006	M	58	0
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2007	F	10	0
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2007	M	54	0
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2008	F	22	0
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2008	M	49	0
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2009	F	21	0
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2009	M	66	0
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2010	F	9	0
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2010	M	57	0
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2011	F	13	7
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2011	M	52	42
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2012	F	19	11
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2012	M	46	44
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2013	F	15	19
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2013	M	48	41
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2014	F	12	6
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2014	M	51	36
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2015	F	29	6
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2015	M	51	31
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2016	F	19	13
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2016	M	47	32
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2017	F	12	10
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2017	M	48	33
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2018	F	19	18
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2018	M	49	42
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2019	F	29	16
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2019	M	46	35
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2020	F	31	13
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2020	M	53	26
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2021	F	32	5
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2021	M	36	24
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2022	F	28	6
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2022	M	30	17
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	TOTAL	F	326	130
2001	Agronomia - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	TOTAL	M	841	403
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2009	M	30	0
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2009	F	36	0
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2010	M	25	0
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2010	F	41	0
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2011	M	22	0
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2011	F	42	0
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2012	M	28	0
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2012	F	43	0
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2013	M	22	0
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2013	F	46	0
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2014	M	19	13
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2014	F	35	21
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2015	M	12	13
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2015	F	27	21
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2016	M	10	17
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2016	F	4	30
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2017	M	20	8
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2017	F	27	27
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2018	M	13	8
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2018	F	28	29
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2019	M	22	7
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2019	F	26	23
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2020	M	16	7
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2020	F	22	15
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2021	F	36	5
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2021	M	22	6
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2022	M	8	2
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2022	F	15	6



2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	TOTAL	M		269	81
2009	Engenharia Ambiental e Sanitária - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	TOTAL	F		428	177
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2006	F		18	0
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2006	M		44	0
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2007	M		31	0
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2007	F		33	0
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2008	F		32	0
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2008	M		32	0
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2009	M		26	0
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2009	F		37	0
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2010	F		25	0
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2010	M		30	0
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2011	F		26	28
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2011	M		33	32
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2012	F		36	22
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2012	M		29	27
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2013	M		17	15
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2013	F		31	20
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2014	M		12	6
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2014	F		16	17
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2015	F		13	13
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2015	M		20	20
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2016	M		18	13
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2016	F		16	14
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2017	M		29	11
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2017	F		27	19
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2018	M		22	7
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2018	F		32	16
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2019	M		17	5
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2019	F		21	9
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2020	M		23	5
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2020	F		22	6
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2021	M		29	7
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2021	F		24	11
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2022	M		16	3
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2022	F		13	4
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	TOTAL	M		428	151
2002	Engenharia Florestal - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	TOTAL	F		422	179
2016	Jornalismo Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2015	M		8	0
2016	Jornalismo Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2015	F		18	0
2016	Jornalismo Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2016	M		26	0
2016	Jornalismo Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2016	F		62	0
2016	Jornalismo Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2017	M		22	1
2016	Jornalismo Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2017	F		39	23
2016	Jornalismo Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2018	M		16	5
2016	Jornalismo Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2018	F		24	13
2016	Jornalismo Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2019	M		16	7
2016	Jornalismo Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2019	F		33	16
2016	Jornalismo Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2020	M		20	11
2016	Jornalismo Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2020	F		33	14
2016	Jornalismo Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2021	M		26	10
2016	Jornalismo Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2021	F		40	10
2016	Jornalismo Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2022	M		16	1
2016	Jornalismo Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2022	F		37	4
2016	Jornalismo Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	TOTAL	M		150	35
2016	Jornalismo Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	TOTAL	F		286	80
2015	Relações Públicas Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2016	M		19	0
2015	Relações Públicas Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2016	F		31	0
2015	Relações Públicas Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2017	F		15	2
2015	Relações Públicas Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2017	M		6	3
2015	Relações Públicas Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2018	M		6	1
2015	Relações Públicas Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2018	F		19	5
2015	Relações Públicas Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2019	M		7	3
2015	Relações Públicas Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2019	F		26	7
2015	Relações Públicas Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2020	M		9	2
2015	Relações Públicas Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2020	F		32	3
2015	Relações Públicas Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2021	M		10	3
2015	Relações Públicas Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2021	F		28	10
2015	Relações Públicas Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2022	M		5	0
2015	Relações Públicas Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2022	F		16	5
2015	Relações Públicas Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	TOTAL	M		62	12

2015	Relações Públicas Bacharelado - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	TOTAL	F	167	32
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2010	F	4	0
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2010	M	33	0
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2011	F	14	0
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2011	M	29	0
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2012	F	8	0
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2012	M	43	0
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2013	F	5	0
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2013	M	37	0
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2014	F	3	1
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2014	M	40	6
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2015	F	5	3
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2015	M	35	10
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2016	F	4	5
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2016	M	13	18
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2017	F	11	1
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2017	M	45	8
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2018	F	8	1
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2018	M	41	5
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2019	F	7	1
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2019	M	45	11
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2020	F	16	0
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2020	M	38	0
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2021	F	10	2
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2021	M	40	9
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2022	F	9	0
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	2022	M	28	1
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	TOTAL	F	104	14
2012	Sistemas de Informação - CAMPUS UFSM-FW	Graduação	TOTAL	M	467	65

## APÊNDICES

### APÊNDICE A

#### DIMENSÃO MAPEAMENTO

##### 1. Cidade

Frederico Westphalen  Caiçara  Erval Seco  Taquaruçu do Sul

##### 2. Escola

- Escola Estadual de Ensino Médio Cardeal Roncalli  
 Escola Estadual de Ensino Médio Olívia de Paula Falcão  
 Escola Estadual de Ensino Médio 20 de Setembro  
 Escola Estadual de Ensino Básico José Zanatta

##### 3. Sexo:

Feminino  Masculino

##### 4. Idade

- Menos de 16 anos  De 16 a 17 anos  De 18 a 19 anos  
 Mais de 20 anos

##### 5. Pessoas que residem na mesma casa

2 pessoas  De 3 a 4 pessoas  De 5 a 6 pessoas  Mais de 7 pessoas

##### 6. Local da residência

Bairro  Centro  Interior

### 7. Soma aproximada da Renda Mensal Familiar

- Menos de R\$: 1.000,00  De R\$: 1.001,00 até R\$: 3.000,00  
 De R\$: 3.001,00 até R\$: 8.000,00  Mais de R\$: 8.000,00  
 não sei ou prefiro não dizer

### 8. Você possui algum trabalho ou estágio remunerado?

Sim  Não

### 9. Você pretende cursar o ensino superior?

Sim, com certeza  Sim, provavelmente  Neutro  Não, provavelmente  Não, com certeza

## DIMENSÃO INTERATIVIDADE

10. Responda de acordo com o tempo que você faz uso da internet em cada turno, sendo **1 para menos de 1 hora, 2 para de 2 a 3 horas, 3 para de 3 a 4 horas, 4 para de 4 a 5 horas e 5 para de 5 a 6 horas.**

	1 menos de 1 horas	2 de 2 a 3 horas	3 de 3 a 4 horas	4 de 4 a 5 horas	5 de 5 a 6 horas
11. Manhã					
12. Tarde					
13. Noite					
14. Madrugada					

**15. Em quais dispositivos você acessa a internet?**

( ) celular (*smartphone*) particular ( ) PC particular ( ) *notebook* ou *tablet* particular ( ) PC comunitário

Responda, nem uma escala de 1 a 5, os conteúdos que você mais acessa, sendo que **1 é nunca, 2 é raramente, 3 ocasionalmente, 4 frequentemente e 5 muito frequente**

	1 nunca	2 raramente	3 ocasionalmente	4 frequentemente	5 muito frequente
16. pesquisa para trabalhos escolares					
17. consultas gerais					
18. notícias e atualidades					
19. curiosidades					
20. entretenimento					
21. trabalho e oportunidades					

Responda, nem uma escala de 1 a 5, quais redes sociais você acessa e quais aplicativos de streaming você usa, sendo que **1 é nunca, 2 é raramente, 3 ocasionalmente, 4 frequentemente e 5 muito frequente**

	1 nunca	2 raramente	3 ocasionalmente	4 frequentemente	5 muito frequente
22. whatsapp					
23. telegram					
24. snapchat					

25. twitter					
26. facebook					
27. instagram					
28. tiktok					
29. youtube					
30. spotify					
31. deezer					
32. soundCloud					
33. linkedin					

### **DIMENSÃO MOBILIZAÇÃO**

**34. Você já ouviu falar em rádio comunitária?**

- sim  
 não  
 sim, inclusive já visitei as instalações da rádio  
 sim, tem uma emissora na minha comunidade  
 sim, tenho parentes (amigos) que trabalham numa rádio comunitária

**35. Você ouve rádio comunitária?**

- Sim, diariamente    sim, ocasionalmente   ( Já ouvi, mas não ouço mais )    Não

**36. Gosta de ouvir rádio comunitária?**

- Sim    Não    Não sei responder

**37. Faixa etária das pessoas que ouvem rádio na sua casa:**

- Menos de 16 anos    De 17 a 25 anos    De 26 a 35 anos  
 Mais de 35 anos

**38. No rádio, qual estilo de programação você prefere:**

- Musical    Noticiário    Entrevistas    Debates

Responda em uma escala de 1 a 5 as questões relacionadas a **frequência que você e sua família ouvem rádio**. Sendo que **1 é nunca, 2 é raramente, 3 ocasionalmente, 4 frequentemente e 5 muito frequente**

	1 nunca	2 raramente	3 ocasionalmente	4 frequentemente	5 muito frequente
39. você ouve rádio no turno da manhã					
40. você ouve rádio no turno da tarde					
41. você ouve rádio no turno da noite					
42. sua família ouve rádio no turno da manhã					
43. sua família ouve rádio no turno da tarde					
44. família ouve rádio no turno da noite.					
45. sua família ouve a rádio comunitária da sua cidade.					
46. sua família conversa sobre assuntos que ouviram no rádio					

Ainda sobre as rádios comunitárias responda de acordo com a sua opinião, sobre a **importância** que elas possuem. Sendo **1 para não é importante, 2 pouco importante, 3 moderado, 4 importante e 5 muito importante**.

	1 não é importante	2 pouco importante	3 moderado	4 importante	5 muito importante
47. considero rádios comunitárias					
48. considero a divulgação das Universidades Federais nas Rádios comunitárias					

49. considero rádios comunitárias conhecerem o perfil dos seus ouvintes					
50. considero ouvir rádios comunitárias					
51. considero rádios comunitárias estarem inseridas na internet					

### DIMENSÃO INTELIGIBILIDADE

Responda às afirmações de acordo com o seu entendimento em relação ao ingresso e o funcionamento das universidades públicas . Sendo **1 discordo totalmente**, **2 discordo**, **3 Neutro ou não sei responder**, **4 concordo** e **5 concordo totalmente**.

	1 discordo totalmente	2 discordo	3 neutro ou não sei responder	4 concordo	5 concordo totalmente
52. Conheço o funcionamento das universidades públicas					
53. Conheço os cursos oferecidos em universidades públicas					
54. Conheço as formas de ingresso nas universidades públicas					
55. Conheço a infraestrutura das universidades públicas					
56. Conheço os programas de assistência estudantil nas universidades públicas					
57. Conheço as atividades realizadas nas universidades públicas					



Responda às afirmações de acordo com o seu conhecimento sobre a Universidade Federal de Santa Maria - *Campus* de Frederico Westphalen (UFSM/FW). Sendo **1 para Desconheço totalmente**, **2 Desconheço**, **3 Neutro ou não sei responder**, **4 Conheço** e **5 para conheço totalmente**.

	<b>1 discordo totalmente</b>	<b>2 discordo</b>	<b>3 neutro ou não sei responder</b>	<b>4 concordo</b>	<b>5 concordo totalmente</b>
<b>58. Conheço o <i>Campus</i> da UFSM/FW</b>					
<b>59. Conheço os cursos oferecidos pela UFSM/FW</b>					
<b>60. Conheços os projetos de pesquisa realizados pela UFSM/FW</b>					
<b>61. Conheço algum Servidor (professor/técnico) da UFSM/FW</b>					
<b>62. Conheço ações realizada pela UFSM/FW na comunidade</b>					
<b>65. Conheço profissionais formados pela UFSM/FW</b>					

## APÊNDICE B

### **Base da entrevista semiestruturada.**

1. Quantos anos a rádio possui?
2. Quanto tempo você trabalha com comunicação?
3. Quanto tempo você trabalha nesta rádio?
4. Qual o seu cargo?
5. Como começou a rádio comunitária?
6. Qual tipo de programação que mais atrai audiência?
7. Qual a faixa etária da audiência da rádio?
8. Qual a faixa horária com mais interação dos ouvintes?
9. Já divulgaram a UFSM-FW nessa emissora?