



## Conhecendo a audiência: a relevância das rádios comunitárias e a pesquisa de opinião pública<sup>1</sup>

Barbara Tatiane de Avila Santos<sup>2</sup>

Maria Cândida Noal Cassol<sup>3</sup>

Patrícia M. Persigo<sup>4</sup>

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

### RESUMO

Este artigo visa relatar a pesquisa de opinião pública realizada por acadêmicos do Curso de Comunicação Social da UFSM, que teve por objeto de estudo a Rádio Comunitária Nova Palma, o perfil de sua audiência e sua relevância para a comunidade. Concebemos, aqui, as rádios comunitárias como relevantes instrumentos de democratização da comunicação, iniciativas que revelam um contexto singular do fazer midiático, já que a prática comunicacional está diretamente atrelada aos próprios indivíduos daquele contexto, caracterizando-se como um local de debates e troca de opiniões. Por fim, concluímos que a rádio em questão tem um papel fundamental como centro de debates, informando e fortalecendo as culturas locais através de sua programação. No entanto, os entrevistados ainda registraram diversas sugestões.

**PALAVRAS-CHAVE:** rádio comunitária; cidadania; perfil do ouvinte; pesquisa de opinião pública.

### 1. Introdução

“A comunicação é para todos e o direito é de todos” (GIRARDI E JACOBUS, 2009, p.10), assim inicia a apresentação da Cartilha “Para fazer rádio comunitária com ‘C’ maiúsculo”. Apesar desta constatação ser tão simples, sabemos que a realidade social e cultural de nosso país não a reflete. Segundo dados do Portal Brasil<sup>5</sup>, por exemplo, o país ainda apresenta 10% da população analfabeta. Desta maneira podemos refletir sobre esse dado e questionar as possibilidades de manifestação e participação social e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática de Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – VI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Comunicação Social Hab. Relações Públicas Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria, email: bahavila@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social Hab. Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Santa Maria, email: [maria\\_cassol@hotmail.com](mailto:maria_cassol@hotmail.com)

<sup>4</sup> Professora da disciplina de Pesquisa de Opinião Pública da UFSM. Mestre em Comunicação Midiática pelo PPGCOM/UFSM, especialista em Marketing e Recursos Humanos (FAMES) e graduada em Comunicação Social – Relações Públicas (UFSM). [patriciapersigo@gmail.com](mailto:patriciapersigo@gmail.com)

<sup>5</sup> Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/sobre/educacao/educacao-de-jovens-e-adultos/programa-brasil-alfabetizado-pba> Consultado em: 14/07/2011.



política desta e outras parcelas da população. É nesse cenário que inserimos e destacamos a relevância das rádios comunitárias. Podemos observá-las como espaços de troca de opiniões e manifestações diversas, democratizando a informação e alertando os indivíduos em relação as mazelas daquela comunidade e, até mesmo, da necessidade de mobilização.

Neste artigo, analisamos a relação da Rádio Comunitária Nova Palma<sup>6</sup>, situada no município de Nova Palma, RS, com seus ouvintes através de uma pesquisa de opinião pública realizada no primeiro semestre de 2011. Por meio da pesquisa, procuramos traçar o perfil dos ouvintes da Rádio e desvendar a sua percepção sobre a programação da mesma. Assim, objetivamos, enquanto comunidade científica, contribuir, com conhecimento concreto, para a qualificação da Rádio e estreitamento da sua relação com os ouvintes. Além disso, colaborar com o Programa de Extensão “Fazer Midiático e a Apropriação de Tecnologias da Informação em Rádios Comunitárias – PROEXT 2010<sup>7</sup>” desenvolvido pelo curso de Comunicação Social da UFSM.

Este trabalho baseia-se em uma pesquisa bibliográfica, o que inclui a leitura de outros artigos sobre o tema, e pesquisa de campo, a partir da realização de entrevistas com os moradores da área urbana de Nova Palma. Além disso, buscamos também pesquisar via internet sobre outras rádios comunitárias do país e sobre a própria Rádio em estudo, o que foi importante em termos de contextualização.

A estrutura do artigo está dividida em duas partes principais. A primeira, apoiada em um embasamento teórico, descreve a trajetória das rádios comunitárias no Brasil, bem como, a importância da pesquisa de opinião pública (POP). Já a segunda, visa mostrar o trabalho de campo realizado pelos alunos do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM.

## **2. Rádios comunitárias: histórico e compreensão**

No site do Ministério das Comunicações (Governo Federal do Brasil) rádio comunitária aparece como “um tipo especial de emissora de rádio FM [...] criada para proporcionar informação, cultura, entretenimento e lazer a pequenas comunidades”. Entretanto, basta uma pesquisa rápida, mesmo que *online*, para descobrir que a história

---

<sup>6</sup> Disponível em: <http://www.radionovapalma.com/> Consultado em: 14/07/ 2011.

<sup>7</sup> O Programa é coordenado pela Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Ivete Trevisan Fossá. Mais informações podem ser obtidas no e-mail: [fossa@terra.com.br](mailto:fossa@terra.com.br)



das rádios comunitárias no país é marcada por uma trajetória conturbada e, até hoje, permeada por leis, algumas vezes, contestáveis.

As rádios livres começam a surgir no Brasil por volta dos anos setenta, em plena ditadura militar. Algumas pioneiras são a Rádio Paranóica, de Vitória (ES), Rádio Spectro, de Sorocaba (SP) e RCG-Rádio Globo de Criciúma (SC). O momento é de tensão, principalmente em torno dos meios de comunicação, controlados totalmente pelo Estado na época, o que fez com que o movimento fosse crescendo gradativamente. Com o final do regime militar, aparecem vários outros nomes de rádios livres na cena do país. Rádio Totó, Rádio Ternura, Rádio Xilik, Rádio Trip, só para citar alguns exemplos. Durante a década de oitenta, entretanto, essas rádios tinham um caráter muito diferente do que as rádios comunitárias têm hoje. Eram formadas, principalmente, por jovens, muitas vezes, entediados e que buscavam uma forma de entretenimento e aventura. Mas, não podemos deixar de lado o caráter contestatório dessas iniciativas, como expõe Peruzzo (1998, p.6):

[...] as rádios livres, mesmo que algumas possam ter sido decorrência de aventuras sem maiores pretensões políticas, são, no conjunto, um protesto contra a forma de acesso aos instrumentos massivos e uma tentativa de conquistar a liberdade de expressão a qualquer preço. Elas contribuem para o debate sobre a estrutura anti-democrática dos meios de comunicação de massa no Brasil, que também teria lugar na Assembléia Nacional Constituinte, mas nunca veio a empolgar amplos setores representativos da sociedade, nem conseguiu grandes avanços no texto da nova Lei Magna promulgada em 1988. Esta apenas estatuiu que a concessão de canais deveria ter a aprovação do Congresso e a criação do Conselho Nacional de Comunicação.

É no início da década de noventa que começam a aparecer as chamadas rádios comunitárias, com formato semelhante ao que encontramos atualmente. Nomes importantes da década é a Rádio Livre Paulicéia, de Piracicaba (SP) e a Rádio Novos Rumos, em Queimados (RJ). Algumas características dessas rádios é que funcionam sem fins lucrativos, são geridas por coordenadores da própria comunidade e têm sua programação dedicada, principalmente, à comunidade em que estão inseridas.

O movimento das rádios comunitárias ganhou força e, assegurados pelos direitos que garantem a liberdade de expressão, comunicadores populares e entusiastas da causa



foram organizando-se, até que, em 1996, surge a ABRAÇO – Associação Brasileira de Radiofusão Comunitária. Após intensas reivindicações, é promulgada a Lei 9.612, no dia 19 de fevereiro de 1998, que:

[...] institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária, sonora, em Frequência Modulada. Permite uma potência de no máximo 25 Watts e antena não superior a 30(trinta) metros. As entidades representativas das rádios comunitárias reivindicam 50 Watts. Outros pontos de divergências são: Quanto ao número de emissoras, a lei prevê apenas uma rádio por localidade. As entidades querem fixar o número entre duas e doze para cada município, em função do tamanho da população. Quanto a obrigatoriedade de todas as emissoras operarem na mesma frequência, no país todo. Para o movimento de rádios comunitárias isso vai gerar “colisão” ou interferência de sinais. Outro limite não aceito para o referido movimento é a proibição de formação de rede, o que possibilitaria a transmissão conjunta de eventos culturais, esportivos e educativos de interesse de um conjunto de localidades (PERUZZO, 1998, p.12).

Uma vez que as rádios comunitárias, mesmo já regulamentadas, ainda são confundidas com rádios piratas, é cabível uma explicação mais detalhada sobre o seu real funcionamento. Para ser comunitária, uma rádio precisa, dentre outras características: pertencer a fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos (qualquer recurso arrecadado deve ser utilizado em benefício da rádio e/ou da comunidade) e com sede na localidade da prestação de serviço; ter por finalidade o atendimento à comunidade beneficiada; priorizar as finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas em benefício da comunidade; democratizar a comunicação através da capacitação técnica de moradores da comunidade.

Nesse contexto não podemos desconsiderar a importância das rádios comunitárias como instrumento de expressão da população brasileira. Em um país onde é visível a força da mídia hegemônica, não podemos ensurdecer-nos para o que aqueles, mesmo que menores, têm a dizer. Peruzzo (1999) já salienta a importância dessas rádios, uma vez que o próprio fazer comunicacional está atrelado aos moradores de determinado local. As dúvidas, questionamentos e discussões partem deles, para esses mesmos indivíduos. Desta forma constituem-se como um bem público, dando sentido à coletividade e fortalecendo os laços sociais.



Manzano *apud* Peruzzo (1999, p. 11) nos diz que a rádio comunitária caracteriza-se por

pertencer a comunidade, ser organizada, dirigida, pautada e operada pela comunidade e que, apesar de ser constituída e feita totalmente para a comunidade onde está inserida, poderá contar com profissionais do mercado, quando julgar necessário.

Será através deste canal que a comunidade terá voz, não só para manifestar-se sobre questões que afligem determinado local, como também um espaço para divulgação cultural e educacional. Além deste fluxo de informações, as rádios comunitárias desempenham um importante papel no sentido de

[...] aprendizado da cidadania, ao proporcionar mecanismos para participação da população nas várias etapas do processo de comunicação, tais como na gestão dos veículos e no planejamento e produção de programas (PERUZZO, 1999, p. 14).

Temos consciência das possibilidades e limites oferecidos pelas rádios comunitárias. No entanto, encontramos justamente aqui nosso papel de futuros comunicadores. Assim, buscamos conhecer a realidade da Rádio Comunitária Nova Palma e, a partir dos resultados da pesquisa de opinião pública, fornecer subsídios para a melhoria do processo comunicacional da rádio em questão.

### **3. A Pesquisa de Opinião Pública**

A pesquisa de opinião pública (POP) apresenta-se como um importante instrumento de investigação para a sociedade contemporânea. Tendo em vista que o ser humano está constantemente buscando sanar suas inquietações ou curiosidades, essa ferramenta surge como uma forma de ir atrás, encontrar as respostas ou descobrir novos caminhos.

Novelli (2009) diz que a pesquisa de opinião é um método essencialmente quantitativo que possibilita a coleta de grande quantidade de dados a partir de entrevistas sobre uma dada realidade. Em linhas gerais podemos dizer que a POP é um esforço dirigido com vistas à obtenção de um determinado conhecimento. Autores como Kunsch (2003), Bueno (2003) e Veronezzi (2002) já argumentam sobre a importância deste método. É a partir do conhecimento da opinião dos públicos sobre um fato ou problema que será possível traçar estratégias buscando as soluções adequadas.



Como método de investigação, é importante que seja definido um plano detalhado das etapas que envolverão a realização da pesquisa de opinião. Neste planejamento são identificadas as estratégias a serem adotadas, a fim de que os objetivos sejam alcançados. O planejamento visa assegurar os níveis de consistência interna ao processo, a fim de possibilitar o alcance dos objetivos pretendidos e evitar incoerências que possam comprometer os resultados obtidos. (NOVELLI, 2009, p. 165)

Sabemos que a opinião pública não se trata da soma das opiniões particulares, mas sim, de uma opinião fruto de discussões em um grupo social, tendo como resultado a formulação de juízos e atitudes. Desta maneira, uma pesquisa de opinião pública nos auxilia a conhecer o estado de espírito de determinados públicos através de técnicas aplicadas a uma amostra representativa da população.

Novelli (2009) aponta que o primeiro passo para a elaboração de um projeto de pesquisa de opinião trata-se da identificação do problema, seguido da definição dos objetivos, levantamento da situação e identificação do universo e seleção da amostra. O pesquisador que deseja iniciar seu trabalho precisa “reunir o maior número possível de informações disponíveis sobre o assunto [...]. Essa medida visa à ampliação de possibilidades de enfoque do tema abordado” (NOVELLI, 2009, p. 167). Sendo assim, todas essas informações servirão como base para as etapas seguintes que são: a elaboração do formulário, aplicação do pré-teste e suas correções, treinamento dos entrevistados e o trabalho de campo. Uma POP será concluída a partir da tabulação dos dados e da geração de gráficos e tabelas, o que possibilitará a análise e interpretação dos resultados pelo pesquisador para a divulgação dos resultados posteriormente.

No primeiro semestre de 2011, a disciplina de Pesquisa de Opinião Pública foi ofertada aos acadêmicos de Publicidade e Propaganda e Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria. Assim, como uma atividade prática foi proposta a realização de uma Pesquisa de Opinião Pública, a qual resultou no projeto “Identificação do perfil dos ouvintes da Rádio Comunitária Nova Palma”. Além da disciplina, o PET de Ciências Sociais Aplicadas (CiSA) também esteve envolvido nas atividades. A escolha da Rádio Comunitária Nova Palma baseou-se no seu reconhecimento pela população da região e também por existir há mais de dez anos.



### **3.1. Projeto de POP: identificação do perfil dos ouvintes da Rádio Comunitária Nova Palma**

O projeto da pesquisa de opinião objetivou, primeiramente, conhecer o perfil da audiência, ou seja, verificar o perfil sociodemográfico dos ouvintes, compreender os hábitos de consumo da Rádio e investigar as demandas de interação em relação ao veículo. Nesse sentido, através da pesquisa é possível ouvir a população, conhecer a realidade, identificar as deficiências e potencializar as qualidades. A avaliação dos resultados obtidos, por sua vez, culminou em um conhecimento mais concreto para intervir na realidade local e estreitar o elo entre a rádio e seus ouvintes.

Seguindo as etapas propostas por Novelli (2009) buscamos então conhecer o contexto em que se situava nosso objeto empírico: a cidade de Nova Palma. Município, com área de 352,15 km<sup>2</sup>, localizado na região centro do Estado do Rio Grande do Sul, conhecida por Quarta Colônia. Possui cerca de 3.083 mil habitantes residentes na zona urbana, sendo 50,4% do sexo feminino e 49,6% do sexo masculino, de acordo com o SENSO de 2010 realizado pelo IBGE. Estrutura-se em uma cidade tipicamente de interior, marcada pela forte atividade agrícola e alto índice de idade da população. Possui um alto índice de IDH, com o valor de 0.803, indicando uma boa qualidade de vida da população. Possui escolas de nível infantil, fundamental e ensino médio, sendo todas elas da rede pública. Não possui instituição de ensino superior e o nível de analfabetismo da população é baixo, sendo o maior índice, 5,72% da população, para adultos acima de 25 anos.

É inserida nessa cidade do interior que surge a Rádio Comunitária Nova Palma, uma das mais antigas da região. Fundada em 1998 por 18 conterrâneos, é inaugurada oficialmente apenas em 2003, quando recebe autorização no Ministério das Comunicações para funcionar conforme a legislação. Desde então, inicia suas atividades às 07h e termina às 20h, diariamente. A Rádio tem como objetivo promover e divulgar as manifestações culturais, locais e regionais da comunidade através dos serviços de radiodifusão. Sua programação volta-se para a realidade local e busca-se estabelecer laços para além da transmissão do sinal radiofônico a partir da realização de eventos, como a comemoração pelo Dia do Trabalhador, Dia do Vizinho e do aniversário da Rádio, por exemplo.

Partimos do pressuposto de que, na comunicação, a atividade do pesquisador isolado em um ambiente fechado, distante dos indivíduos e suas necessidades, não corresponde à ideia contemporânea de atuação deste profissional. Acreditamos que para



este ser completo, além da competência técnica, também é necessário que ele saiba olhar a sua volta e identificar potencialidades do benefício coletivo. Sendo assim a UFSM busca cumprir seu papel junto à comunidade, exemplo disso é a pesquisa realizada por acadêmicos da instituição que integra o programa de extensão “Tecnologia social para inclusão e apropriação do fazer midiático por associações de rádios comunitárias”, coordenado pela Prof. Dra. Maria Ivete T. Fossá. Desde o primeiro semestre de 2011, o programa tem como objetivo desenvolver e qualificar as rádios comunitárias existentes nas comunidades dos municípios da Quarta Colônia.

Nesse contexto, identificamos na oportunidade de realização desta pesquisa mais do que uma ferramenta de aproximação dos acadêmicos com a comunidade. A mesma também propicia a obtenção de informações importantes através da opinião da população, conhecendo sua realidade e entendendo como ela vê, se relaciona e participa da programação da rádio. Essas informações possibilitam a identificação das deficiências e qualidades apresentadas pelo veículo em questão.

### **3.2. Metodologia**

Para a realização da pesquisa foi organizada uma divisão das funções entre os alunos da disciplina de Pesquisa de Opinião Pública. Sendo assim, formaram-se as equipes de: Formulação do formulário, Aplicação da pesquisa, Tabulação dos resultados e Análise e interpretação dos resultados. Com exceção do grupo responsável pela aplicação, que, por ser considerado trabalho de campo, exigia um número maior de alunos, os demais continham cerca de onze alunos cada.

Consideramos que o universo a ser pesquisado diz respeito às pessoas que detém algum grau de informação sobre o tema a ser pesquisado (NOVELLI, 2006). Neste caso, nosso universo constituiu-se dos habitantes de Nova Palma. Como forma de delimitação, a pesquisa restringiu-se à população urbana do município composta por 3.083 habitantes (IBGE, 2010), adotando como margem de erro de cinco pontos percentuais. A forma de abordagem adotada foi a entrevista pessoal (NOVELLI, 2006), com visita à comunidade.

A partir dos dados iniciais, os grupos calcularam uma amostra de 354 entrevistados. O formulário elaborado continha 19 questões, entre abertas e fechadas, divididas em três partes. Em primeiro lugar, foram colocadas perguntas para identificar o perfil do público ouvinte. No segundo momento, as questões revelariam a frequência com que a pessoa ouve a rádio, e na última parte foram elencadas perguntas





relacionadas especificamente à Rádio Comunitária Nova Palma. Estas tiveram como objetivo identificar o programa mais ouvido, o nível de atenção e identificação do entrevistado com a rádio, credibilidade das informações e, por fim, possíveis mudanças sugeridas.

### **3.3. O trabalho de campo**

No sábado, 11 de junho de 2011, a turma partiu rumo à Nova Palma para realizar as entrevistas, totalizando 34 pessoas no trabalho de campo. Os alunos foram divididos em grupos e, para facilitar a localização, cada aluno recebeu um mapa da cidade com sua região de pesquisa destacada.

A forma de divisão em grupo facilitou bastante a pesquisa, pois permitiu que todas as regiões da cidade fossem contempladas, já que partimos de uma amostragem probabilística. Alguns grupos dividiram as quadras individualmente, o que trouxe alguns imprevistos. Por exemplo, alguns alunos ficaram responsáveis por aplicar a pesquisa em quadras onde a presença de casas habitadas era praticamente inexistente (muitos ginásios, supermercados, terrenos baldios, etc.). Assim, foi necessário que os alunos reordenassem-se de forma a aplicar mais formulários em quadras com maior número de habitantes. Esse imprevisto fez com que combinássemos a amostragem probabilística com a não-probabilística por acessibilidade (GIL, 2006) para que conseguíssemos atingir o número de entrevistas planejadas.

Os moradores mostraram-se bastante solícitos em atender os alunos da UFSM, uma vez que já tinham recebido a informação sobre a presença dos acadêmicos na cidade e por qual motivo, através da própria Rádio. Apesar do tempo limitado para a aplicação e de alguns percalços encontrados, julgamos que o resultado dessa fase do trabalho foi positivo. Através do contato direto com os habitantes de Nova Palma, foi possível identificar algumas particularidades sobre a Rádio, assim como uma aprovação geral ao veículo.

A etapa seguinte, de tabulação dos resultados, consistiu na compilação das respostas obtidas, de forma a serem padronizadas e codificadas. O grupo responsável contabilizou as respostas e, com o auxílio do programa Excel, gerou os gráficos que posteriormente seriam submetidos à análise. Aqui, algumas falhas na elaboração das questões, bem como na aplicação da pesquisa, foram detectadas.

A quarta e última etapa na realização da pesquisa de opinião pública é a análise dos resultados, que visa, além da descrição dos resultados encontrados, sua



interpretação. Com o relatório da análise em mãos, a pesquisa justifica sua aplicação como ferramenta que possibilita detectar possíveis falhas e também qualidades do objeto em estudo.

### **3.4. Avaliação dos resultados**

Através da análise dos dados coletados na pesquisa, foi possível delinear o perfil da audiência da Rádio Comunitária Nova Palma. Os ouvintes são, em sua maioria, mulheres adultas, casadas, pertencentes às classes C e D e que trabalham como donas de casa. O local habitual onde escutam a rádio é em suas próprias residências.

Foi possível constatar um alto índice de audiência, uma vez que 91% dos entrevistados têm o hábito de escutá-la. A fidelidade ao veículo é bastante forte, pois 80% da amostra escuta a Rádio, pelo menos, uma vez por semana. O horário com maior audiência é no turno da manhã (61,7%), o que pode ser justificado pela presença de um locutor em específico, muito elogiado pelos entrevistados. Vale ressaltar que esta pessoa da manhã é habitante da comunidade e está na Rádio desde a sua fundação. Pensamos que, esses motivos, justificam o fato de 83% da amostra dar total credibilidade às informações transmitidas por ele. A locutora da tarde é uma profissional contratada com formação na área de Jornalismo, o que reitera o fato de, segundo Manzano *apud* Peruzzo (1998), efetivar-se a contratação de profissionais do mercado, quando necessário, para o melhor funcionamento das rádios comunitárias.

Quanto a programação da Rádio, 62% da amostra considera que é boa, mas a maioria não tem vontade de participar. Pensamos que, com a realização da pesquisa, será possível efetuar algumas modificações na programação conforme a vontade dos ouvintes. Assim, o índice de participação, provavelmente, tenderá a aumentar.

Acreditamos que, com a realização da pesquisa e da análise dos dados, os responsáveis pela Rádio Comunitária Nova Palma poderão melhor atender às necessidades de seu público-alvo, a comunidade. Assim, será possível qualificar sua relação com os ouvintes e despertar um desejo maior de participação da audiência, aspecto de grande relevância para as rádios comunitárias.

## **4. Considerações Finais**

Consideramos que o projeto obteve um resultado satisfatório. Para a Universidade, por ter gerado aproximação com a comunidade em que está inserida e uma troca de conhecimentos entre acadêmicos e sociedade. Além disso, é de grande



valia a contribuição da atividade para o crescimento profissional dos alunos integrantes deste projeto. Já a utilização da pesquisa de opinião pública como instrumento de trabalho, revelou-se adequada uma vez que poderá (e deverá) auxiliar os responsáveis pela Rádio Comunitária Nova Palma a qualificar e/ou readequar sua programação. Também serviu como instrumento de mediação entre a população e a própria Rádio e que poderá gerar maior aproximação entre os mesmos daqui para frente.

É inegável que, através da prática, foi possível identificar algumas questões contraditórias ao que vemos na teoria. Acreditamos, com base no exemplo de Nova Palma, que as rádios comunitárias funcionam, sim, como veículos pertencentes à comunidade, mas que nem sempre atendem às necessidades da mesma. Como forma de contribuir, sugerimos um novo planejamento da programação com vistas a atender uma faixa etária maior do que a que vem sendo atendida hoje.

Por fim, ressaltamos que o projeto de pesquisa de opinião desenvolvido trata-se de um primeiro e importante passo para a inserção da comunidade acadêmica nas comunidades. Deixamos registrado aqui a importância e a necessidade de expansão desta prática através da realização de outras pesquisas em diferentes localidades da região, para que o fazer destas rádios comunitárias realmente represente a democratização da comunicação.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARBETTA, Pedro Alberto. **Estatística aplicada às ciências sociais**. Florianópolis: Editora da UFSC, 1994.
- BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: teoria e pesquisa**. Barueri, SP: Manole, 2003.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2006.
- KUNSCH, Margarida M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.
- NOVELLI, Ana Lucia R. Pesquisa de opinião. In: DUARTE, J; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.
- PERUZZO, Cecília M.K. Participação nas Rádios Comunitárias no Brasil. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/peruzzo-cicilia-radio-comunitaria-br.pdf>. Consultado em: 11/07/2011.
- VERONEZZI, José Carlos. **Mídia de A a Z: os termos de mídia, seus conceitos, critérios e fórmulas, explicados e mostrados graficamente como são utilizados na mídia**. São Paulo: Flight Editora, 2002.
- Sítio da prefeitura de Nova Palma. Disponível em: <http://www.novapalma.rs.gov.br/portal1/intro.asp?iIdMun=100143263> Consultado em: 04/06/2011.
- Sítio da Rádio Comunitária Nova Palma. Disponível em: <http://www.radionovapalma.com/> Consultado em: 05/06/2011.
- Sítio IBGE Cidades. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1> Consultado em: 05/06/2011.